

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan teknologi informasi yang sangat pesat di era globalisasi ini, pelayanan perbankan dituntut lebih cepat, mudah, dan fleksibel. Pesatnya pertumbuhan internet merubah cara perusahaan terhubung dengan konsumennya, tidak terkecuali bisnis perbankan. Melihat fenomena tersebut maka transaksi secara langsung mulai dinilai tidak efektif bagi nasabah sehingga transaksi secara digital seharusnya menjadi solusi dari untuk mengatasi permasalahan tersebut. Pembayaran digital (*digital payment*) adalah metode transaksi pembayaran melalui media digital. Berkat pembayaran digital, pengguna dapat bertransaksi tanpa perlu lagi mendatangi *teller* bank sambil membawa uang tunai. Cukup bermodalkan gadget dan internet, pengguna dapat melunasi tagihan dengan cepat, mudah, dan aman¹. Dalam buku Bijak Bere-Banking yang diterbitkan oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan), *M-banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik seperti *Automatic Teller Machine* (ATM), *Electronic Data Capture* (EDC) / *Point Of Sales* (POS), internet banking, SMS banking, mobile banking, e-commerce, phone banking, dan video banking.²

¹ Menilik Tren Pembayaran Digital Di Indonesia Dan Peran Briapi Di Dalamnya, <http://developers.bri.co.id>, Diakses 10 Maret 2022

² Nelson Tampu Bolon, "Bijak Ber-eBanking", (Jakarta: OJK, Mei 2015), Hal 6.

Alasan munculnya Mobile Banking ini dikarenakan bank-bank yang ingin memperoleh kepercayaan dari semua nasabahnya. adapun salah satu upaya yang bisa dikerjakan adalah dengan memanfaatkan teknologi. Teknologi yang perkembangannya begitu pesat, diharapkan dapat digunakan dengan cara yang seksama dan sesuai.

Berbagai teknologi memberikan inovasi terbaru yang bisa dijadikan oleh pihak bank didalam bisnisnya supaya bisa menambah kualitas pelayanan yang tersedia. Hal itulah yang menjadikan bank-bank yang ada diseluruh dunia membentuk inovasi baru dengan meluncurkan *Mobile Banking*.³

Menurut data yang diakses oleh penulis jika di presentasikan transaksi *mobile banking* sejak awal tahun hingga Mei 2022 mencapai Rp 3.888,09 triliun. Mengalami pertumbuhan yang pesaat sekitar 43,76% dari posisi yang sama tahun lalu sebanyak Rp 2.704,61 triliun. Berkat kenaikan paling tinggi pada transaksi pembayaran yang melesat 57,31% menjadi Rp 221,56 triliun. Berikut data *trend* pasar penggunaan *mobile banking* :

³ Ikatan Bankir Indonesia, "Memahami Bisnis Bank Syariah", (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), Hal 54.

Tabel 1. 1

Data trend Pasar Penggunaan Mobile Banking : ⁴

No	Mobile Banking	Jumlah Transaksi
1.	BCA <i>Mobile</i> milik PT Bank Central Asia	BCA <i>Mobile</i> berhasil melayani 3,60 miliar transaksi di kuartal II-2022.
2.	Mandiri dengan layanan Livin	Nilai transaksi Livin' by Mandiri mencapai lebih dari Rp 1.080 triliun atau tumbuh hampir dua kali lipat dibandingkan periode Juni 2021 lalu.
3.	BRIimo milik PT Bank Rakyat Indonesia	Jumlah transaksi BRIimo hingga akhir Juni 2022 diketahui sebesar 726,4 juta atau tumbuh 136,5%
4.	PT Bank Negara Indonesia Tbk (Persero)	Jumlah transaksi meningkat signifikan sebesar 34,8% hingga mencapai 271 juta dengan nilai transaksi mencapai Rp 368 triliun atau tumbuh 36,8%
5.	Bank Syariah (BSI Mobile) ⁵	Jumlah transaksi digital pada tahun lalu pun melesat 28,72% dari dari Rp 39,84 triliun, menjadi Rp 52,5 triliun.

Sumber : Data Diolah oleh Penulis

⁴ Data diakses melalui "<https://keuangan.kontan.co.id/news/bi-catat-transaksi-mobile-banking-tembus-rp-388809-triliun-hingga-mei-2022>, Kamis, 11 Agustus 2022 / 19:41 WIB.

⁵ Data diakses melalui <https://www.similarweb.com/apps/top/google/app-index/id/finance/top-free/>, March 27, 2023.

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank Indonesia yang bergerak di sektor perbankan syariah yang menawarkan layanan *mobile banking*. Bank Syariah Indonesia menyediakan layanan mobile banking kepada nasabahnya yang disebut dengan BSI Mobile. BSI Mobile adalah aplikasi yang digunakan untuk mempermudah transaksi layanan. Perkembangan fitur pada BSI Mobile cukup modern dan lengkap, serta bertambahnya fitur-fitur yang terbaru membuat nasabah semakin tertarik untuk menggunakan BSI Mobile. Apabila kita perhatikan langsung perkembangan dan kecanggihan dari fitur-fitur BSI Mobile yang belum lama dipublish ini begitu lumayan pesat.⁶

Jika dilihat dari data tersebut, Bank syariah Indonesia berada di peringkat lima dalam *trend* pasar penggunaan mobile banking secara tidak langsung seharusnya peminat dari BSI mobile cukup tinggi dikalangan masyarakat. Dengan peminat yang cukup tinggi. Bank syariah Indonesia memahami bahwa layanan yang ditawarkan kepada pengguna harus disesuaikan dengan berkembangnya dunia yang semakin pesat, Bank Syariah Indonesia terus berupaya untuk memperbaiki pelayanan untuk terus bersaing dalam kemajuan teknologi yang dirasa dapat meningkatkan efektifitas transaksi perbankan. Dalam ranah ini Bank Syariah Indonesia harus berkerja lebih keras untuk memasarkan produk ini agar dapat menarik minat nasabah dalam aktivasi penggunaan *mobile banking*.

Pada penelitian ini penulis terfokus pada Bank Syariah Indonesia KCP Singaparna Tasikmalaya Jawa Barat yang terletak di jalan Raya Timur Singaparna Nomor 74 Blok Cikiray Singaparna Kabupaten Tasikmalaya. Dari total seluruh nasabah aktif Bank Syariah Indonesia KCP Singaparna yang memiliki tabungan

⁶ Diakses melalui <https://www.bankbsi.co.id/> , 30 Maret 2023 .

yaitu sejumlah 8,333 nasabah. Namun dalam aktivasi *BSI Mobile* belum digunakan secara masif. Sebanyak 4.686 nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Singapura belum melakukan aktivasi *BSI Mobile* jika dipresentasikan mencapai 56.23 % dari seluruh total nasabah yang memiliki tabungan aktif. Dalam aktivasi *BSI Mobile* hanya 912 nasabah yang aktif bertransaksi atau sekitar 11,60 % jika 2,680 nasabah yang kurang aktif bertransaksi jika dipresentasikan mencapai 32,16 %. Berikut data aktivasi *BSI Mobile* pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Singapura :

Tabel 1. 2

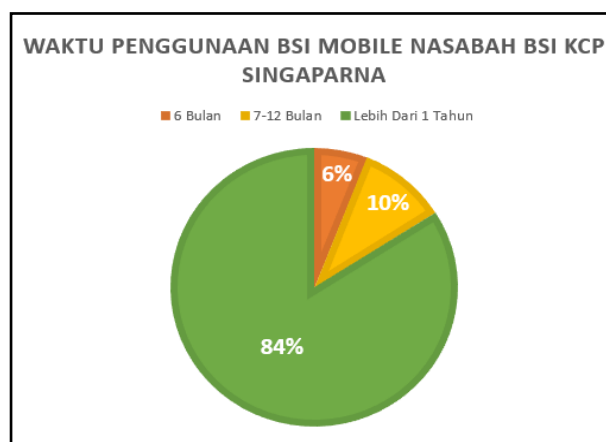
Aktivasi penggunaan *BSI Mobile* Nasabah *BSI KCP Singapura*⁷

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
1.	Nasabah Aktif Memiliki Tabungan	8.333	100
2.	Nasabah Aktivasi <i>BSI Mobile</i>	3.647	43,76
3.	Nasabah Aktif Transaksi <i>BSI Mobile</i>	967	11,60
4.	Nasabah Tidak Aktif Transaksi <i>BSI Mobile</i>	2.680	32,16
5.	Nasabah yang Belum Memiliki <i>BSI Mobile</i>	4.686	56.24

Sumber : Data diolah oleh penulis

⁷ Hasil wawancara lapangan dengan bidang *funding* *BSI KCP Singapura* Tanggal 23 January 2023.

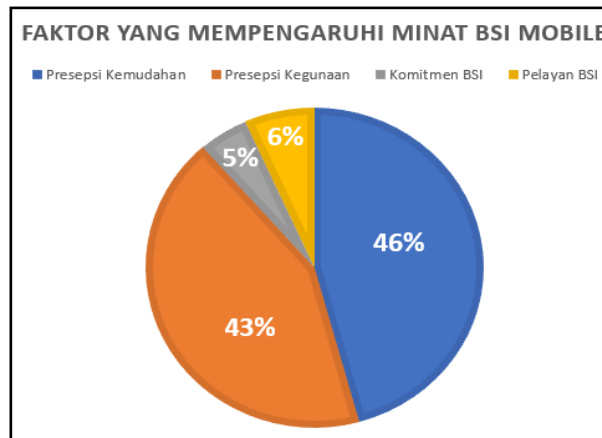
Berdasarkan data diatas menunjukan bahwa minat nasabah terhadap BSI *Mobile* cukup rendah. Adanya akses kemudahan yang tersedia justru berbanding terbalik dengan Jumlah penggunaan BSI *Mobile* yang cukup rendah jika dibandingkan dengan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Singapura. Untuk mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan BSI *Mobile* maka dilakukan survey pendahuluan dengan membagikan 50 kuisioner kepada pengguna BSI *Mobile* cakupan BSI KCP Singapura. Adapun hasil survey pendahuluan menunjukan bahwa 6% nasabah menggunakan BSI *Mobile* kurang dari 6 bulan, 10% nasabah menggunakan BSI *Mobile* dalam jangka waktu 1 tahun dan 84% nasabah menggunakan BSI *Mobile* menggunakan BSI *Mobile* lebih dari 1 tahun.



Gambar 1. 1

Presentase Penggunaan BSI Mobile Studi Pendahuluan.

Dari jumlah pengguna BSI *Mobile* tersebut terdapat beberapa faktor menjadi dasar pertimbangan minat nasabah BSI KCP Singapura dalam penggunaan BSI *mobile*.



Gambar 1. 2

**Faktor Yang Menjadi Dasar Minat Nasabah BSI KCP Singaparna
dalam Penggunaan BSI Mobile.**

Berdasarkan hasil survey pendahuluan, maka variable Persepsi kemudahan dan kegunaan akan dijadikan sebagai faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan BSI Mobile dalam penelitian ini. Persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Persepsi Kegunaan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Hasil pemilihan variabel tersebut juga didukung oleh teori Technology Acceptance Model (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989) dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu menggunakan mobile banking Model dalam penelitian ini didasarkan pada teori Technology Acceptance Model (TAM). Technology Acceptance Model (TAM) ini pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1989)

yang mengemukakan bahwa Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan merupakan faktor penentu dasar penerimaan penggunaan teknologi. Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan keduanya sama-sama memiliki pengaruh terhadap minat berperilaku (*behavior intention*). Jika teknologi dirasa bermanfaat dan mudah digunakan, maka minat penggunaan teknologi tersebut akan timbul dengan sendirinya. Semakin mudah suatu sistem digunakan, maka semakin sedikit upaya yang diperlukan sehingga dapat meningkatkan kinerja seseorang ketika menggunakan teknologi tersebut. Karena kemudahan penggunaan merupakan usaha yang tidak memberatkan atau tidak membutuhkan kemampuan yang tinggi ketika seseorang menggunakan suatu sistem tersebut⁸.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN KEGUNAAN TERHADAP MINAT DALAM MENGGUNAKAN BSI MOBILE”**

⁸ Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan mobile banking. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), <https://www.academia.edu/download/91771073/3045.pdf>

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pokok permasalahan diatas, diperoleh pembahasan tentang Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kegunaan Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan BSI *Mobile*. Maka Pokok masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan BSI *Mobile*?
2. Apakah Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan BSI *Mobile*?
3. Apakah Persepsi Kemudahan dan Kegunaan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan BSI *Mobile*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pokok penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap minat nasabah dalam penggunaan BSI *Mobile*.
2. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap minat nasabah dalam penggunaan BSI *Mobile*.
3. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap minat nasabah dalam penggunaan BSI *Mobile*.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bukti empiris dalam memperdalam wawasan ilmu pengetahuan khususnya untuk mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi terkait pengaruh Kepercayaan dan *Brand Equity* terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia dalam penggunaan BSI *Mobile*.

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan mengenai efesiensi oprasional perbankan dalam peningkatan penggunaan layanan BSI *Mobile*.

3. Bagi Umum

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan informasi bagi masyarakat umum mengenai penggunaan BSI *Mobile*.