

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini semakin maju, salah satunya dalam perkembangan dunia *digital*. Hal ini menjadi peluang untuk mendukung masyarakat dalam memanfaatkan teknologi *digital* untuk meningkatkan akses layanan keuangan dan ekonomi berbasis *digital*. Berdasarkan hasil *survey* oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode tahun 2022-2023.¹

Tidak ketinggalan dalam memanfaatkan perkembangan teknologi *digital*, sektor perbankan menghadirkan inovasi aplikasi *mobile banking*. Beberapa lembaga keuangan meluncurkan *mobile banking* sebagai peningkatan layanan kepada nasabah dan suatu dukungan strategi memenangkan persaingan industri perbankan. Dengan hadirnya *mobile banking* diharapkan mampu memberikan solusi bagi nasabah untuk kemudahan melakukan transaksi keuangan secara *online*, cepat, *real time* ditengah kesibukan dan keterbatasan waktunya.²

Kehadiran *mobile banking* menjadi salah satu prioritas utama setiap perbankan, salah satunya perbankan syariah yang meluncurkan *mobile banking*

¹ Sarnita Sadya, 'APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023, DataIndonesia.Id, 2023. Di akses melalui situs <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023>, pada tanggal 18 Agustus 2023 pukul 24.00 WIB.

² Yuni Nustini, Maslachatul Ummah, dan Windy Arum Samira, *Inovasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Industri Perbankan Studi Terhadap Penggunaan Mobile Banking*, 1 ed. (Yogyakarta: EKONISIA Yogyakarta, 2020), hlm 2.

adalah Bank Syariah Indonesia, yang disebut dengan BSI *mobile banking*. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank yang didirikan dari penggabungan tiga jenis bank syariah yaitu Bank BRI Syariah (BRIS), Bank Mandiri Syariah (BSM), dan BNI Syariah (BNIS) yang diresmikan pada tanggal 1 Februari 2021. Berdasarkan *survey* oleh Populix pada bulan Maret 2023, perbankan syariah yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) dimana sebanyak 51% responden mengaku menggunakan jasa layanan bank syariah tersebut lalu diikuti oleh BCA Syariah yang berada di peringkat kedua dengan sebanyak 22% responden mengaku menggunakan layanan tersebut.³

Berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Centre* (RISSC) bertajuk *The Muslim 500* edisi 2023 menunjukkan jumlah populasi muslim di Indonesia mencapai 237,55 juta jiwa atau setara 86,7% dari total populasi Indonesia dan menjadikan yang terbanyak di kawasan negara-negara *Association of Southeast Asian Nation* (ASEAN) maupun secara global.⁴ Dengan populasi muslim yang banyak menjadi salah satu peluang untuk meningkatkan nasabah BSI dan pengguna BSI *mobile banking*.

Berdasarkan data yang dimuat dalam Kontan.co.id, bahwa saat ini jumlah nasabah yang menggunakan layanan BSI sudah mencapai 18.7 juta,

³ Cindy Mutia Annur, 'BSI, Bank Syariah yang Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia', databoks, 2023. Di akses melalui situs <https://databoks.katadata.co.id/index.php/datapublish/2023/05/03/bsi-bank-syariah-yang-paling-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia>, pada tanggal 19 Agustus 2023 pukul 01.00 WIB

⁴ Cindy Mutia Annur, 'Ini Jumlah Populasi Muslim di Kawasan ASEAN, Indonesia Terbanyak', Katadata, 2023. Di akses melalui situs <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/28/ini-jumlah-populasi-muslim-di-kawasan-asean-indonesia-terbanyak>, diakses 08 Oktober 2023 pukul 18.30 WIB

namun nasabah yang menggunakan BSI *mobile banking* hanya mencapai 5,39 juta.⁵ Hal ini berarti hanya baru 28% nasabah yang menggunakan BSI *mobile banking* dari total seluruh nasabah BSI di seluruh Indonesia. Sehingga mengindikasikan bahwa masih banyak nasabah yang memanfaatkan teknologi BSI *mobile banking*.

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan ke BSI KC Sutisna Senjaya Kota Tasikmalaya, per bulan Agustus 2023 jumlah nasabah di BSI KC Sutisna Senjaya sebanyak 18.000 nasabah, sedangkan yang menggunakan BSI *mobile banking* sebesar 13.500 nasabah. Hal ini mengidentifikasi bahwa hanya sekitar 75% nasabah yang menggunakan BSI *mobile banking* dan sekitar 25% nasabah belum menggunakan BSI *mobile banking*. Oleh karena itu, untuk menunjang eksistensi BSI perlu adanya strategi yang lebih optimal dalam pemanfaatan melalui *mobile banking*, karena saat ini masyarakat Indonesia sedang mengalami *digital crossover*, yaitu masa dimana kehidupan *online* (digital) lebih dominan dibandingkan kehidupan *offline*.⁶

Di tengah perkembangan *digital service* yang dilakukan BSI melalui *mobile banking*, BSI sempat mengalami serangan *error ransomware* yang dilakukan oleh kelompok peretas pada tanggal 8 Mei 2023, menyebabkan nasabah tidak dapat mengakses dan bertransaksi melalui *mobile banking*, mesin

⁵ Adrianus Octaviano, 'Sudah Tembus 5 Juta Pengguna, BSI Terus Perkuat Inovasi Layanan BSI Mobile', Kontan.co.id, 2023. Di akses melalui situs <https://amp.kontan.co.id/news/sudah-tembus-5-juta-pengguna-bsi-terus-perkuat-inovasi-layanan-bsi-mobile>, diakses 04 Desember 2023 pukul 20.15 WIB.

⁶ Dimitri Mahayana, '*Digital Crossover*:Indonesia Masuki Era Perbankan dalam Genggaman di 2023', Kompas.com, 2022. Di akses melalui situs <https://amp.kompas.com/money/read/2022/12/23/063448726/digital-crossover-indonesia-masuki-era-perbankan-dalam-genggaman-di-2023>, diakses 08 Oktober 2023 pukul 19.00 WIB

ATM, dan *teller* di seluruh kantor cabang BSI. Kejadian tersebut berdampak aktivitas keuangan nasabah yang menggunakan layanan BSI *mobile banking* yang terhambat dengan durasi aplikasi *mobile banking down* lebih dari 27 jam.

Kejadian serangan *error* pada layanan bank BSI menyebabkan berkurangnya kepercayaan nasabah terhadap layanan oleh bank BSI.⁷ Banyak nasabah yang mengeluhkan serangan *error* pada BSI *mobile banking* sangat mengganggu aktivitas transaksi keuangan. Sehingga dapat memberikan kesan negatif bagi kepercayaan nasabah terhadap BSI. Dilihat dari turun rating aplikasi BSI *mobile banking* di *playstore*. Di bawah ini adalah gambar perubahan rating aplikasi dan ulasan mengenai BSI *mobile banking* setelah kejadian *error* :⁸



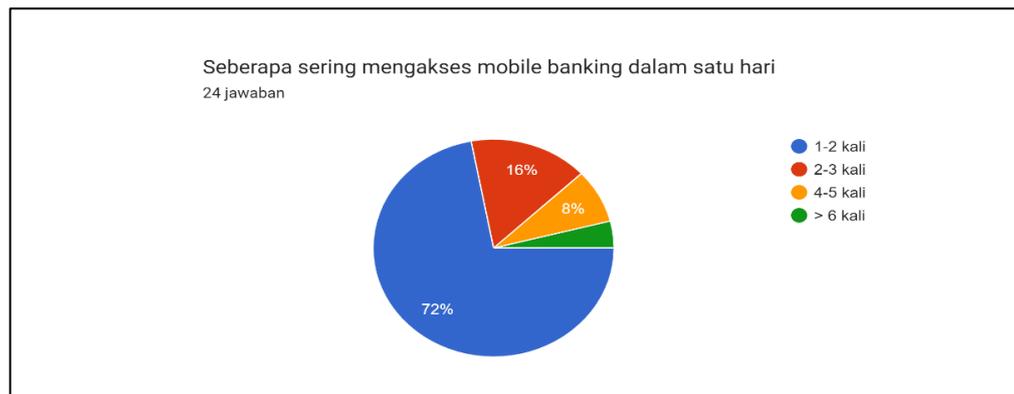
Sumber : *Appbrain*,2023

Gambar 1 1 Rating Aplikasi BSI *mobile banking*

⁷ Nurma Tambunan dkk., “Berita Utama Tentang *Error Service* Di Bank Syariah Indonesia (BSI),” *Community Development Journal* 4 (2023): hlm 5097.

⁸ Appbrain (2023), <https://www.appbrain.com> diakses 08 Oktober 2023 pukul 13.45 WIB.

Berdasarkan gambar 1.1, setelah kejadian *error* tersebut rating BSI *mobile banking* mengalami penurunan rating yang sangat drastis menjadi 3 dari 5, meskipun sekarang sudah lebih baik menjadi 4,5 dari 5. Selain itu dibawah ini adalah data hasil studi pendahuluan menggunakan mini kuesioner kepada pengguna BSI *mobile banking* di Kota Tasikmalaya BSI *mobile banking* :



Gambar 1 2 Frekuensi Penggunaan BSI *mobile banking*



Gambar 1 3 Alasan Menggunakan BSI *mobile banking*

Di lihat dari gambar 1.2, berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan dengan mini kuesioner menggunakan *google formulir* dengan 24 responden nasabah BSI di Kota Tasikmalaya mengenai *mobile banking* bahwa rata-rata nasabah mengakses *mobile banking* sebanyak 1-2 kali dalam sehari. Lalu berdasarkan gambar 1.3, bahwa rata-rata alasan nasabah menggunakan *mobile banking* adalah karena transaksi keuangan lebih praktis, mempermudah

transaksi pembayaran dan pembelian serta menghemat waktu dan biaya. Di bawah ini adalah gambar data hasil mini riset pendapat nasabah BSI di Kota Tasikmalaya mengenai urgensi kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* :



Gambar 1 4 Urgensi Kepercayaan dalam Penggunaan BSI *mobile banking*

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang dilakukan melalui mini kuesioner menggunakan *google formulir* bahwa menurut responden bahwa sebanyak 95,8% setuju bahwa kepercayaan menjadi faktor yang diperhatikan dalam keputusan penggunaan *mobile banking*.

Dari penjelasan diatas dapat di lihat bahwa terdapat fenomena mengenai berbagai macam sikap nasabah terhadap penerimaan dan penggunaan teknologi BSI *mobile banking*. Penerimaan dan penggunaan *mobile banking* oleh seorang nasabah bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kemudahan dan kegunaan penggunaan teknologi *mobile banking*. Salah satu konstruksi model teori yang dapat menganalisis faktor-faktor yang berkaitan penerimaan dan penggunaan teknologi adalah dengan menggunakan analisis *Technology Acceptance Model* (TAM).

Technology Acceptance Model (TAM) adalah sebuah kerangka yang digunakan untuk memahami faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna. Adapun dalam TAM dipengaruhi oleh dua faktor utama yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dengan sikap penggunaan dan intensi minat penggunaan sebagai perantaranya.⁹

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi dalam aktivitasnya dapat memudahkan seseorang tanpa harus berusaha dengan keras baik dari segi waktu ataupun tenaga.¹⁰ Sementara persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan sejauh mana teknologi tersebut dapat membantu seseorang untuk memenuhi kebutuhan pengguna teknologi tersebut.¹¹ Oleh karena itu kedua persepsi tersebut dapat digunakan sebagai faktor seorang nasabah terhadap penerimaan penggunaan BSI *mobile banking*.

Selain itu dua faktor utama TAM tersebut, faktor yang dapat mempengaruhi minat dan sikap seseorang untuk menggunakan suatu teknologi adalah faktor kepercayaan. Pada saat seseorang memiliki kepercayaan yang positif dan tinggi terhadap suatu teknologi akan meningkatkan minat untuk menggunakan

⁹ Endang Fatmawati, "Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan," *Jurnal Iqra'*, 1, 9 (2015): hlm 5.

¹⁰ Humaidi Humaidi, Setio Utomo, dan Dinda Lestari, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin)," *Jurnal Bisnis dan Pembangunan* 11, no. 1 (6 April 2022): hlm 26, <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13133>.

¹¹ Luh Putu Eka Ulansari, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Norma Subjektif terhadap Intensi minat penggunaan Sistem Informasi Pembayaran Elektronik (*E-Payment*)," *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika* 11, no. 2 (2021): hlm 314.

teknologi tersebut, sehingga memungkinkan untuk menggunakan teknologi tersebut.¹² Sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller dalam jurnal Reza Nur Zanita tahun 2020, yang menyebutkan bahwa keputusan konsumen dapat dipengaruhi oleh nilai-nilai inti salah satunya adalah kepercayaan yang mendasari sikap dan perilaku seseorang.¹³ Jenis TAM yang digunakan dalam penelitian ini adalah TAM 3 dibuat pada tahun 2008 oleh Venkatesh dan Bala, dengan menambahkan variabel baru yaitu kepercayaan (*trust*).

Oleh karena itu, kebaharuan yang akan ditambahkan dalam penelitian ini adalah menambahkan faktor kepercayaan (*trust*) terhadap intensi minat penggunaan dan perilaku menggunakan BSI *mobile banking*. Kepercayaan (*trust*) adalah harapan dari pihak-pihak dalam sebuah transaksi dan risiko yang terkait dengan perkiraan dan perilaku terhadap harapan tersebut.¹⁴ Sedangkan intensi minat menggunakan adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu sebagai bentuk ketertarikan atau terlibat sepenuhnya dengan suatu kegiatan karena menyadari betapa pentingnya kegiatan itu.¹⁵

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti terkait penerimaan dan penggunaan layanan BSI *mobile banking* di Kota Tasikmalaya.

¹² alvi Rizki Hady's Utami, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Intensi minat penggunaan *E-Commerce*," *Platform Riset Mahasiswa Akutansi* 01 (2020): hlm. 87.

¹³ Reza Nurzanita dan Novi Marlana, "Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan *gopay* di surabaya dengan kepercayaan sebagai variabel intervening," *Jurnal FEB UNMUL* 2 (2020): hlm. 283.

¹⁴ Khamdan Rifa'i, *Membangun Loyalitas Pelanggan* (Jember: Digital Library, 2019), hlm 55, <http://digilib.uinkhas.ac.id/693/>.

¹⁵ Rusydi Ananda dan Fitri Hayati, *Variabel Belajar Kompleksi Konsep* (Medan: CV Pusdikra MJ, 2020), hlm 140.

Sehingga berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti mengangkat topik “ Analisis Penerimaan dan Penggunaan *Mobile Banking* dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Studi Kasus pada Nasabah BSI Kota Tasikmalaya)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka rumusan permasalahan yang akan dijadikan pokok bahasan pada penelitian ini, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kegunaan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya?
2. Apakah terdapat pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya?
3. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya?
4. Apakah terdapat pengaruh sikap penggunaan terhadap intensi minat penggunaan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya?
5. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap intensi minat penggunaan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya?
6. Apakah terdapat pengaruh intensi minat penggunaan terhadap perilaku menggunakan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya?
7. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap intensi penggunaan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya melalui sikap penggunaan?

8. Apakah terdapat pengaruh persepsi kegunaan terhadap intensi minat penggunaan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya melalui sikap penggunaan?
9. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap perilaku menggunakan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya melalui sikap penggunaan dan intensi minat penggunaan?
10. Apakah terdapat pengaruh sikap penggunaan terhadap perilaku menggunakan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya melalui intensi minat penggunaan?
11. Apakah terdapat pengaruh persepsi kegunaan terhadap perilaku menggunakan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya melalui sikap penggunaan dan intensi minat penggunaan?
12. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan terhadap perilaku menggunakan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya melalui sikap penggunaan dan intensi minat penggunaan?
13. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap perilaku menggunakan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya melalui intensi minat penggunaan?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka penulis ini memiliki beberapa tujuan penelitian, diantaranya yaitu :

1. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kegunaan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya.
2. Mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya.
3. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya.
4. Mengetahui pengaruh sikap penggunaan terhadap intensi minat penggunaan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya.
5. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap intensi minat penggunaan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya.
6. Mengetahui pengaruh intensi minat penggunaan terhadap perilaku menggunakan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya.
7. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap intensi minat penggunaan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya melalui sikap penggunaan.
8. Mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap intensi minat penggunaan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya melalui sikap penggunaan.
9. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap perilaku menggunakan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya melalui sikap penggunaan dan intensi minat penggunaan.

10. Mengetahui pengaruh sikap penggunaan terhadap perilaku menggunakan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya melalui intensi minat penggunaan.
11. Mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap perilaku menggunakan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya melalui sikap penggunaan dan intensi minat penggunaan.
12. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan terhadap perilaku menggunakan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya melalui sikap penggunaan dan intensi minat penggunaan.
13. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap perilaku menggunakan BSI *mobile banking* oleh nasabah BSI Kota Tasikmalaya melalui intensi minat penggunaan.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Akademis

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmu pengetahuan khususnya di bidang perbankan syariah melalui teknologi *mobile banking* agar dapat dijadikan perbandingan untuk penulisan sejenis selanjutnya.

2. Bagi Praktis

Penulisan ini dapat digunakan sebagai salah satu acuan untuk meningkatkan kualitas di lembaga Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui teknologi *mobile banking*.

3. Bagi Umum

Dengan melakukan penulisan ini, bagi penulis secara khusus dan pembaca secara umum dapat menambah ilmu dan wawasan baru mengenai persepsi nasabah terhadap penerimaan dan penggunaan teknologi BSI *mobile banking*.