

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Teknologi juga memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktivitas manusia. Manusia juga sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi teknologi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini. (Ngafifi,01:34)

Kemajuan sistem teknologi inilah yang kemudian diadopsi oleh perbankan, salah satunya layanan jasa perbankan melalui *smartphone* atau yang dikenal dengan *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan layanan produk perbankan yang diciptakan untuk memberikan kemudahan bagi para nasabah maupun bank dalam proses transaksi perbankan. Salah satu perbankan yang memanfaatkan teknologi adalah PT Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri ini memberikan pelayanan jasa yang sangat baik, pelayanan jasa bank akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank. Pelayanan jasa yang umum diberikan oleh bank syariah mandiri dengan menggunakan berbagai jenis akad. Salah satu pelayanan yang diberikan bank syariah mandiri yaitu *mobile banking*.

Fasilitas layanan yang terdapat dalam *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri diantaranya yaitu memberikan informasi rekening seperti portofolio, saldo *e-money*, kurs dan emas, transaksi transfer (antar rekening Bank Syariah Mandiri dan antar bank secara *online* dan SKN/kliring), transaksi pembayaran (Tagihan PLN, Telepon/HP, Belanja online, dan Zakat/Infaq/Wakaf), transaksi pembayaran dengan menggunakan *QR Pay*, pembukaan rekening tabungan *mabrur*, fitur Islami (Jadwal Sholat, Lokasi Masjid, arah Kiblat), serta dapat mengetahui lokasi kantor cabang atau ATM Bank Syariah Mandiri yang terdekat)

Perkembangan *mobile banking* pada 5 besar Bank Syariah di Indonesia mengalami naik turun setiap tahunnya, data dalam penelitian Achmad Fandi terhitung sejak tahun 2015-2017. Berikut ini tabel 5 besar Bank Syariah di Indonesia.

**Tabel 1.1**

**5 besar Bank Syariah di Indonesia dalam penggunaan layanan *mobile banking***

<b>Nama Bank</b>	<b>Thn 2015</b>	<b>Thn 2016</b>	<b>Thn 2017</b>
Bank Syariah Mandiri (BSM)	28,5%	31,5%	26,1%
BRI Syariah	27,4%	26,4%	22,9%
BNI Syariah	13,5%	15,9%	15,2%
Bank Muamalat	10,8%	10,1%	13,3%
BCA Syariah	9,5%	3,6%	3,8%

Sumber: Achmad Fandi

Dari tabel 1.1 dapat dilihat posisi pertama dalam penggunaan *mobile banking* yang paling diminati nasabah adalah Bank Syariah Mandiri. Dari data penggunaan *mobile banking* Syariah Mandiri pada tahun 2015 memiliki persentase sebesar 28,5 %, kemudian pada tahun 2016 meningkat menjadi 31,5%, dan pada tahun 2017 penggunaan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri mengalami penurunan dengan persentase 26,1%. Penggunaan *mobile banking* pada tahun 2017 mengalami penurunan dikarenakan terjadinya perbedaan persepsi TAM (*Technology Acceptance Model*). Pada teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang telah diuji oleh Imam Sugih (2015) mengatakan persepsi kemudahan penggunaan yang kurang diminati oleh nasabah. Hal ini disebabkan karena system perbankan yang digunakan untuk mengakses *mobile banking* sering mengalami *offline* atau *error system*, sehingga menimbulkan persepsi kekhawatiran dan kekecewaan dalam penggunaan. Oleh karena itu timbul keraguan nasabah dalam penggunaannya, sehingga semakin tingginya tingkat *offline* atau *error system* akan menurunkan minat nasabah.

Menurut penelitian Adi Pratama (2019) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*, persepsi manfaat dengan keputusan menggunakan *mobile banking* memiliki hubungan signifikan. Dengan demikian semakin tinggi persepsi manfaat nasabah terhadap layanan *mobile banking* maka semakin tinggi pula keputusan menggunakan *mobile banking*. Sejalan dengan itu penelitian yang dilakukan oleh Imam Sugih (2015) mengatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat perilaku

menggunakan *mobile banking*. Dimana tingginya atau meningkatnya persepsi manfaat maka akan meningkatkan minat perilaku menggunakan *mobile banking*.

Hasil dari penelitian Adi Pratama (2019) tentang persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking*, menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking*. Tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imam Sugih (2015) menunjukkan terdapat pengaruh negatif dari Persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat perilaku menggunakan *mobile banking*. Pengaruh negatif dengan kata lain tingginya persepsi kemudahan penggunaan akan menurunkan minat perilaku menggunakan *mobile banking*.

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Imam Sugih (2015) persepsi kredibilitas menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Pengaruh positif dengan kata lain tingginya persepsi kredibilitas akan meningkatkan minat perilaku menggunakan *mobile banking*.

Mode teori tersebut menjelaskan bahwa persepsi yang dapat mempengaruhi minat perilaku seseorang dalam penggunaan teknologi diantaranya persepsi kemanfaatan bagi nasabah yang telah menggunakan layanan *mobile banking*. Persepsi kemudahan penggunaan dalam layanan *mobile banking*, dan yang terakhir persepsi kredibilitas. Penelitian kali ini ingin mengetahui pengaruh persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking* pada PT Bank Syariah Mandiri. Cabang Waru Sidoarjo.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan penulis diatas maka dapat disimpulkan:

1. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking*?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking*?
3. Apakah persepsi kredibilitas berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian Tugas Akhir diatas adalah:

1. Untuk mengetahui persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking*
2. Untuk mengetahui persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking*
3. Untuk mengetahui persepsi kredibilitas berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking*

## 1.4 Manfaat Penelitian

Suatu hasil penelitian dapat memberikan manfaat baik bagi perbankan maupun institusi pendidikan. Berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka beberapa kegunaan dan manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat agar dapat memahami bagaimana cara menganalisis dan memecahkan suatu masalah yang nyata melalui teori yang telah didapat dibangku perkuliahan.
2. Bagi peneliti selanjutnya Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi yang relevan untuk penelitianpenelitian selanjutnya. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi dan pustaka bagi pihak yang membutuhkan.
3. Bagi Bank Syariah Mandiri, diharapkan dapat mempromosikan produk *mobile banking* lebih baik lagi agar penggunaan *mobile banking* di Indonesia dapat meningkat.