BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini berkembang pesat sehingga dapat digunakan sebagai fasilitas pendukung yang digunakan pada aktivitas seluruh lapisan masyarakat. Teknologi merupakan salah satu sarana yang dapat memaksimalkan kinerja suatu perusahaan atau lembaga tertentu khususnya perbankan. Dengan semakin cepat perkembangan teknologi akan memberikan dampak yang mencolok dalam segala aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi informasi berbasis sistem, terutama internet memiliki pengaruh yang pesat terhadap proses bisnis dalam industri perbankan. Sektor perbankan merupakan sektor industri yang sangat besar pemanfaatannya dalam menggunakan teknologi informasi yang memudahkan kegiatan operasionalnya serta memudahkan pelayanan terhadap nasabah.

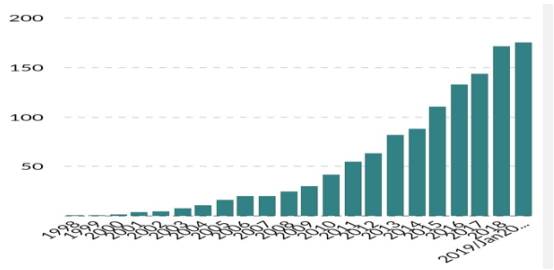
Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, menakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalammelaksanakan kegiatan usahaya.[1] Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan

[1] Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hal, 31

menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.[2] Peranan teknologi informasi menjadi aspek yang sangat penting bagi masyarakat mengingat semakin tinggi penggunaan *smartphone* dan komputer sebagai media transaksi keuangan. Hal ini dapat dari pengguna internet yang umlahnya semakin bertambah. Berdasarkan data yang diperoleh dari APJII (Asosisasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat pesat dari tahun 1998-2019. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Grafik 1.1
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: Asosiasi Penyedia Jasa Interet di Indonesia[3]

[2] Ascarya dan Diana Yumanita, *Bank syariah: Gambaran Umum*, (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebansentralan (PPSK), 2005), hal. 68

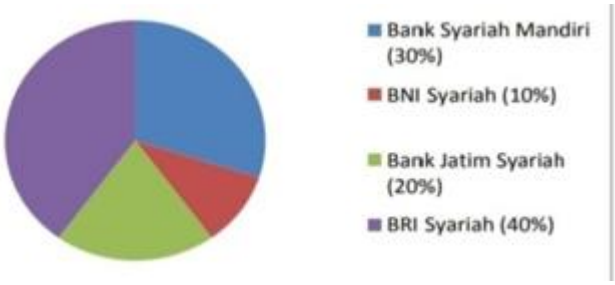
[3] Lokadata, "Pengguna Internet 1998-2019" dalam http://lokadata.beritagar.id/chart/preview/pengguna-internet-18-2019-1588572409, diakses pada tanggal 30 Januari 2021

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan ahwa perkembangan setiap tahunnya jumlah pengguna jaringan internet semakin meningkat. Dengan demikian masyarakat tentu menginginkan keefektifan dan keefisienan suatu komunikasi yang terjalin antar sesama guna mendapatkan informasi yang diinginkan sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini. Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia menjadi bukti bahwa masyarakat Indonesia sudah maju akan teknologi dan mampu bersaing dalam bisnis dngan menggunakan internet sebagai teknologi informasinya.

Semakin meningkatnya pengguna internet setiap tahunnya menyebabkan pihak perbankan berlomba-lomba untuk menciptakan sistem transaksi secara online, sehingga diharapkan dapat memberikan layanan tanpa batasan tempat, waktu, serta biaya yang memberikan kenyamanan kepada nasabah. Peranan teknologi informasi dalam dunia perbankan sangatlah mutlak, dimana kemajuan suatu sistem perbankan sudah tentu didukung oleh peran teknologi informasi. Hal tersebut mengarahkan perbankan dalam suatu era baru yaitu era perbankan digital yang menghadirkan suatu layanan berbasis internet yakni layanan *mobile banking. Mobile banking* adalah suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna melakukan kegiatan transaksi perbankan melalui smarphone. Dengan adanya layanan *mobile banking* tersebut diharapkan dapat memberikan kemudahaan dan manfaat bagi para nasabah.

Dalam perkembangan produk berbasis internet perbankan syariah ikut serta memanfaatkan peluang tersebut. Beberapa bank syariah yang ikut mengembangkan *mobile banking* sebagai produk yang berbasis internet diantaranya yaitu Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, BRI Syariah, Bank Syariah Bukopin, Bank Mega Syariah, BCA Syariah dan yang lainnya. Dengan adanya inovasi produk melalui teknologi internet pelayanan yang dilakukan oleh perbankan syariah tersebut diharapkan nasabah bank syariah bisa menggunakan dan memanfaatkan fasilitas yang tersedia dengan baik. Berikut persentase pengguna *mobile banking* di bank syariah pada tahun 2014-2015.

Gambar 1.1
Persentase Pengguna SMS/Mobile Banking di Bank Syariah Tahun 2014-2015



Sumber: Data Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2014-2015

Berdasarkan gambar 1.1 diatas menunjukkan bahwa persentase pengguna *mobile banking* pada bank syariah tahun 2014-2015 terdapat empat bank syariah yaitu Bank Syariah Mandiri dengan jumlah 30% penggunanya, BNI Syariah dengan jumlah 10% penggunanya, Bank Jatim Syariah dengan jumlah 20% penggunanya, dan BRI Syariah dengan jumlah 40% penggunanya. Persaingan ketat dalam dunia perbankan antara

bank syariah dan konvensional dalam merangsang minat seseorang untuk menggunakan jasa layanan yang ditawarkan perbankan.

Mobile banking sangatlah bermanfaat bagi kalangan mahasiswa terutama mahasiswa yang hidup diera globalisasi seperti sekarang ini yang menuntut mahasiswa melakukan aktifitasnya dengan cepat dan efisien. Dengan hal itu *mobile banking* dapat memudahkan mahasiswa dalam melakukan transaksi sehingga tidak usah mengantri lama-lama. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam paham terkait produk-produk yang ada di bank syariah karena sudah mendapatkan materi pada saat perkuliahan. Berikut data mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2017.

Tabel 1.2
Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2017

No	Jurusan	Tahun 2017
1.	Perbankan Syariah	503
2.	Ekonomi Syariah	617
3.	Akuntansi Syariah	227
4.	Manajemen Zakat Wakaf	23
5.	Manajemen Bisnis Syariah	165
6.	Manajemen Keuangan Syariah	108
Total jumlah mahasiswa		1.643

Sumber: Kepala sub bagian akademk kemahasiswaan FEBI

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menujukkan bahwa jumlah mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah sebanyak 503, Ekonomi Syariah sebanyak 617, Akuntansi Syariah sebanyak 227, Manajemen Zakat Wakaf sebanyak 23, Manajemen Bisnis Syariah sebanyak 165, Manajemen Keuangan Syariah sebanyak 198 yang dapat dijadikan sebuah populasi dalam penelitian ini.

Walaupun banyak layanan yang telah ditawarkan oleh pihak perbankan kepada nasabah dalam hal ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung berbagai kemudaan dalam melakukan transaksi dan manfaat yang dapat dirasakan dari penggunaan *mobile banking*, namun masih minim mahasiswa yang menggunakan fitur yang disediakan pihak perbankan dalam penggunaan layanan *mobile banking* kurang dimanfatkan secara luas oleh mahasiswa hal ini disebabkan kurangnya pemahaman akan *mobile banking*.

Selain itu minimnya minat mahasiswa disebabkan oleh beragamnnya persepsi, sikap, dan perilaku mahasiswa terhadap perbankan syariah diantaranya disebabkan oleh rendahnya pemahaman dan pengetahuan mahasiswa terhadap produk-produk bank syariah, terutama disebabkan dominasi bank konvensional, sehingga masih minimnya menggunkan produk-produk jasa perbankan syariah.

Menurut teori Kotler dan Amstrong terdapat empat faktor yang mempengaruhi minat perilaku konsumen seseorang yaitu faktor faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis. Salah satu yang mempengaruhi minat perilaku konsumen yaitu faktor psikologis yang mencakup motivasi, pengetahuan, persepsi, kepercayaan, dan sikap. Peneliti meyakini bahwa kelima faktor tersebut sering terjadi pada seorang konsumen yang hendak menggunakan suatu produk atau jasa. Sehingga agar penelitian ini lebih terarah maka peneliti hanya membatasi lima faktor yaitu motivasi, pengetahuan, persepsi, kepercayaan, dan sikap yang

mempengaruhi minat mahasiswa Fakulas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah.

Motivasi adalah kegiatan memberikan dorongan kepada seseorang atau dirinya sendiri untuk mengambil suatu tindakaan yang dikehendaki. untuk mencapai suatu tujuan. Motivasi merupakan faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking*. Dengan adanya motivasi yang tinggi maka akan mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *mobile banking*.

Selain motivasi, pengetahuan juga mempengaruhi minat seseorang menggunakan produk/jasa. Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang ada di dalam pikiran seseorang dilakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui pencaindra manusia yaitu penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Hal ini semakin banyak informasi/pengetahuan yang didapat seseorang maka semakin tinggi pula minat seseorang dalam menggunakan *mobile banking.*

Persepsi juga mempengaruhi seseorang menggunakan produk/jasa perbankan, persepsi merupakan proses di mana individu memilih, mengatur, dan mengartkan informasi untuk menciptakan gambaran yang berarti. Dengan adanya persepsi yang baik pada suatu produk atau jasa maka akan mempengaruhi minat dalam menggunakan *mobile banking.*

Faktor lain yaitu kepercayaan, kepercayaan adalah pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala

kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Apabila nasabah memiliki rasa kepercayaan terhadap keamanan data dan saat mengakses layanan *mobile banking* dan tidak khawatir dalam menggunakan layanan tersebut.

Faktor sikap juga mempengaruhi seseorang menggunakan produk/jasa perbankan. Sikap adalah perasaan suka atau tidak suka yang terkait dengan kecenderungan bertindak seseorang dalam merespon sesuatu objek. Dalam hal ini nasabah akan menentukan sikapnya untuk meggunakan produk/jasa setelah mempelajari produk/jasa perbankan. Sehingga memahami sikap konsumen merupakan hal penting untuk untuk dilakukan oleh suatu bank syariah, karena sikap positif erhadap produk/jasa akan memepengaruhi minat seseorang menggunakan produk/jasa tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai motivasi, pengetahuan, persepsi, kepercayaan, dan sikap terhadap minat menggunakan *mobile banking.* Oleh karena itu peneliti mengambil judul **"Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Persepsi, Kepercayaan, dan Sikap Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam Mengunakan *Mobile Banking* Bank Syariah".**

B. Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permaslahannya sebagai berikut:

1. Kurangnya motivasi atau dorongan mahasiswa dari pihak internal atau eksternal untuk menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah.
2. Sebagian mahasiswa masih minimnya informasi dan pengetahuan mengenai manfaat layanan *mobile banking* bank syariah.
3. Sebagian mahasiswa masih beranggapan bahwa dalam menggunakan layanan *mobile banking* merupakan sesuatu yang rumit dapat mengakibatkan kerugian ketika tidak mampu meguasai cara dalam melakukan transaksi melalui layanan *mobile banking.*
4. Sebagian mahasiswa masih ragu dalam hal keamanan dan kerahasiaan yang kurang terjamin dengan adanya beberapa kasus yang terjadi seperti kesalahan transfer, sistem down, dan kesalaan pada waktu pendebitan.
5. Mahasiswa masih enggan menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah karena belum mengetahui secara detail manfaat menggunakan *mobile banking*.

C. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini adalah:

1. Apakah motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah?

2. Apakah pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah?
3. Apakah persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah?
5. Apakah sikap berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah?
6. Apakah motivasi, pengetahuan, persepsi, kepercayaan dan sikap secara simultan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti memiliki tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah.

2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah.
5. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah.
6. Untuk mengetahui pengaruh motivasi, pengetahuan, persepsi, kepercayaan dan sikap secara simultan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang dilaksanakan ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak. Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoretis

   Memberikan sumbangsih pada dibidang ekonomi khususnya mengenai layanan perbankan secara non tunai serta menambah

literatur untuk melaksanakan kajian penelitian kedepannya tentang teknologi informasi pada perbankan syariah.

2. Secara Praktis

a. Bagi Bank Syariah

Bagi bank syariah dapat dijadikan sebagai evaluasi kerja dan tolak ukur pertimbangan dan pengambilan kebijakan dalam upaya meningkatkan kinerja layanan sistem *mobile banking* bank syariah.

b. Bagi Akademik

Bagi akademik diharapkan penelitian ini memberikan sumbangsih perbendaharaan kepustakaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

c. Bagi Penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat dijadikaan sebagai bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut, serta dapat memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti dengan tema yang sama tetapi dengan variabel yang berbeda.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dengan tujuan untuk membatasi masalah agar lebih terarah. Adapun ruang lingkup pada penelitian ini meliputi beberapa variabel diantaranya variabel bebas (X) dan variabel

terikat (Y). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah motivasi (X_1), pengetahuan (X_2), persepsi (X_3), kepercayaan (X_4), dan sikap (X_5). Sedangkan variabel terikatnya (Y) adalah minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *mobile banking* bank syariah.

Guna untuk memperjelas ruang lingkup permasalahan agar tidak menyimpang dari pokok pembahasan yang ada serta untuk menghasilkan pembahasan yang terarah, maka keterbatasan penelitian ini terbatas pada variabel motivasi, pengetahuan, persepsi, kepercayaan, dan sikap terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *mobile banking* bank syariah. Objek yang menjadi penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung tahun angkatan 2017. Selanjutnya responden dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung tahun angkatan 2017.

G. Penegasan Istilah

Penegasan istilah dalam penelitian ini dibagi dalam dua macam yaitu secara konseptual dan secara operasional.

1. Secara Konseptual
    a. Motivasi

Motivasi adalah kegiatan memberikan dorongan kepada seseorang atau dirinya sendiri untuk mengambil suatu tindakaan yang dikehendaki untuk mencapai suatu tujuan.[4]

b. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang ada di dalam pikiran seseorang dilakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui pencaindra manusia yaitu penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba.[5]

c. Persepsi

Persepsi adalah proses di mana individu memilih, merumuskan, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia.[6]

d. Kepercayaan

Kepercayaan adalah pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan.[7]

e. Sikap

---

[4] Sa'diyah El Adawiyah, *Human Relations*, (Yogyakarta: Derepublish, 2019), hal. 36

[5] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerepannya dalam Pemasaran*, (Jakarta Selatan: Ghalia Indonesia, 2003), hal. 19

[6] Bilson Simamora, *Panduan riset perilaku konsumen*, (Yogyakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hal. 12

[7] Rifqi Suprapto dan M. Zaky Wahyuddin Azizi, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, (Ponorogo: MyriaPublisher, 2020), hal. 19

Sikap adalah perasaan suka atau tidak suka yang terkait dengan kecenderungan bertindak seseorang terhadap objek tertentu.[8]

f. Minat

Minat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut disertai perasaan senang.[9]

2. Secara Operasional

Definisi operasional merupakan sekumpulan intruksi mengeni cara mengukur variabel yang telah didefinisikan secara konseptual. Melihat penjelasan dari istilah konseptual diatas, judul penelitian ini adalah "Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Persepsi, Kepercayaan, dan Sikap Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah. Secara operasional ialah 1) Minat dalam penelitian ini merupakan kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik terhadap objek suatu yang disenangi khususnya penggunaan *mobile banking*. 2) Motivasi dalam penelitian ini adalah suatu tindakan atau dorongan seseorang dari pihak dalam diri maupun luar dalam menggunakan *mobile banking* bank syariah. 3) Pengetahuan dalam penelitian ini merupakan sebuah informasi mengenai produk

[8] Yessy Nur Endah Sary, *Buku ajar evaluasi pendidikan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hal. 47

[9] Ismaulina dan Ali Muhayatsyah, *Keputusan Mahasiswa & Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Memilih Jurusan Baru*, (Yogyakarta: CV AA Rizky, 2019), hal. 23

dan jasa khususnya layanan *mobile banking* bank syariah. Pengetahuan dapat diperoleh melalui brosur, *customer servies*, dll. 4) Kepercayaan dalam penelitian ini ialah keyakinan nasabah terhadap keamanan dan kerahasiaan akun nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah. 5) Sikap dalam penelitian ini ialah perasaan suka atau tidak suka terhadap penggunaan *mobile banking* bank syariah.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah pemahaman peneliti menyajikan sistematika penulisan skripsi dibuat secara rinci dengan 6 bab yang didalamnya terdapat sub bab masing-masing yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian, Definisi Operasional, serta Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan membahas mengenai teori-teori yang memuat variabel Y minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *mobile banking* dan variabel X variabel pertama motivasi, variabel kedua pengetahuan, variabel ketiga persepsi, variabel keempat kepercayaan, variabel kelima sikap, serta kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas mengenai Pendekatan dan Jenis Penelitian, Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian, Sumber Data, Variabel, Skala Pengukuran, Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai hasil dari penelitian yang sudah diteliti yaitu meliputi deskripsi data serta pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai pembahasan-pembahasan dari setiap rumusan masalah.

BAB VI PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan penelitian berdasarkan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, dan berisi saran yang diberikan kepada pihak yang berkepentingan tentang penelitian yang dilakukan ini