

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah pada dasarnya merupakan pengembangan dari konsep ekonomi Islam, terutama dalam bidang keuangan yang dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan adanya jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip syariah Islam.

Dasar hukum lembaga keuangan syariah diatur pada undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Bank syariah adalah lembaga keuangan negara yang memberikan kredit dan jasa-jasa di dalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip syariah atau Islam.¹ Selain itu, bank syariah juga memiliki produk pengadaan *Automatic Teller Machine* (ATM) untuk memudahkan nasabah dalam melakukan lalu lintas keuangan.

Fasilitas yang disediakan perbankan juga merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah untuk menabung di bank syariah. Nasabah sekarang ini sangat kritis terhadap ketersediaan fasilitas yang ada di bank baik dari tampilan gedung, area parkir, ruang tunggu, dan keamanan. Fasilitas yang tidak kalah penting lainnya adalah fasilitas perbankan itu sendiri yang sangat dibutuhkan oleh nasabah dalam rangka memberikan kemudahan dalam

¹ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hal.

transaksi, mulai dari sarana transfer antar rekening, tarik tunai lewat ATM, kelengkapan ruang tunggu serta fasilitas pendukung lainnya untuk transaksi.²

Daya saing bank yang semakin tinggi mendorong sektor bank dan non bank semakin inovatif dalam menyediakan berbagai alternatif jasa pembayaran. Kehadiran alat-alat pembayaran non tunai, semata-mata tidak hanya disebabkan oleh inovasi sektor perbankan namun juga didorong oleh kebutuhan masyarakat akan adanya alat pembayaran yang praktis dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi. Masyarakat dapat melakukan transaksi pembayaran melalui kartu yakni dengan menggunakan fasilitas yang diberikan oleh bank sebagai alat pembayaran, misalnya dengan menggunakan kartu ATM. ATM (*Automatic Teller Machine*) adalah kartu yang memiliki fungsi seperti halnya seorang teller di bank, dengan menggunakan ATM nasabah dapat melakukan sejumlah transaksi yang biasanya dilakukan di depan *teller* bank seperti penarikan tunai, transfer dana, dan menyalurkan dana ke rekening nasabah.³

Menurut Setiadi, ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah diantaranya adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Yang mana di dalam faktor psikologis mencakup motivasi, persepsi, serta kepercayaan dan sikap.⁴ Dalam hal ini, faktor psikologis yang terdiri dari kepercayaan, persepsi, dan motivasi berpengaruh terhadap perilaku nasabah menggunakan ATM.

² Nurastuti Wiji, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal. 110

³ Serfianto Dibyo Purnomo, dkk, *Untung dengan Kartu Kredit, Kartu ATM-Debit, & Uang Elektronik*, (Jakarta: Visimedia, 2012), hal. 17-18

⁴ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Nasabah: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Bogor: Prenada Media, 2003), hal. 11-15

Perbankan mengemban amanah yang sangat besar dari masyarakat. Kehidupan bank sangat bergantung pada seberapa jauh bank dapat menjaga kepercayaan nasabah pada bank. perlu ditanamkan rasa kepercayaan pada setiap nasabah sehingga mereka bisa merasa nyaman. Kepercayaan nasabah merupakan kunci keberhasilan suatu bank. membangun suatu kepercayaan tidaklah mudah, dibutuhkan waktu yang cukup lama. Hal ini juga berlaku pada penggunaan ATM sebagai alat pembayaran. Setiap nasabah, bahkan calon nasabah pasti pernah mengalami rasa kurang percaya diri pada saat akan menggunakan ATM. Hal ini menjadi salah satu tugas perbankan untuk memberikan keyakinan pada nasabah ataupun calon nasabah dalam menggunakan ATM. Sehingga kepercayaan berpengaruh terhadap perilaku nasabah menggunakan ATM.

Keunikan produk perbankan syariah tidak cukup untuk mempengaruhi persepsi nasabah dalam memilih jasa perbankan. Dengan kata lain, bank syariah seharusnya mampu membangun citra baiknya di mata nasabah dengan keunikan yang dimilikinya, yang pada akhirnya menciptakan loyalitas nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi nasabah akan dipengaruhi oleh beberapa stimuli seperti manfaat produk atau keunikan yang ditawarkan oleh bank syariah. Pada umumnya, persepsi dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan oleh beberapa individu. Ketika seseorang memiliki pemikiran bahwa hal tersebut bermanfaat dan dapat meningkatkan kinerja, maka seseorang akan cenderung menggunakan hal tersebut. Sehingga persepsi manfaat berpengaruh terhadap perilaku nasabah menggunakan ATM.

Terkait dengan nasabah, motivasi bisa diartikan sebagai suatu dorongan yang menggerakkan nasabah untuk memutuskan bertindak ke arah pencapaian tujuan, yaitu memenuhi berbagai macam kebutuhan dan keinginan. Motivasi yang terdapat dalam diri seseorang, menimbulkan perilaku untuk seseorang tersebut melakukan tingkah laku yang bertujuan mencapai apa yang diinginkannya. Kegiatan yang dilakukan tersebut didorong oleh keinginan dan kekuatan yang ada dalam diri orang tersebut. Hal ini juga berlaku pada penggunaan ATM sebagai alat pembayaran. Setiap nasabah pasti memiliki motivasi khusus tentang alasannya memilih menggunakan ATM pada bank syariah. Sehingga motivasi berpengaruh terhadap perilaku nasabah menggunakan ATM.

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan di atas dapat dijelaskan bahwa kepercayaan, persepsi manfaat, dan motivasi memiliki pengaruh terhadap perilaku nasabah menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM).

Perilaku nasabah berkaitan erat dengan proses pengambilan keputusan untuk menggunakan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhannya. Dalam ilmu ekonomi, dikatakan bahwa manusia adalah makhluk ekonomi yang selalu berusaha memaksimalkan kepuasannya dan selalu bertindak rasional. Dewasa ini, volume transaksi masyarakat semakin meningkat, hal ini juga didorong semakin bertambahnya kebutuhan masyarakat. Penggunaan ATM sebagai sarana pembayaran sudah merupakan kebutuhan pokok hampir di setiap kegiatan masyarakat. Hal ini juga didorong oleh semakin bermunculannya *online shop* di kalangan masyarakat.

Tabel 1.1
Perkembangan Volume Penggunaan ATM Bank Syariah
Tahun 2020

Tahun	Nominal (Dalam Jutaan Rupiah)	Volume (Dalam Satuan Transaksi)
2016	5.623.912.646	5.196.512.452
2017	6.200.437.636	5.693.226.552
2018	6.929.665.962	6.412.272.532
2019	7.474.823.816	7.026.962.690
2020	16.242.564.905	6.019.498.865

Sumber: Laporan Statistik APMK Bank Indonesia

Menurut data di atas, menunjukkan bahwa perkembangan volume penggunaan ATM dalam kurun waktu lima tahun terakhir mengalami peningkatan, dilihat dari volume dalam satuan transaksi yang kemudian di nominalkan dalam jutaan rupiah. Nilai tertinggi terjadi pada tahun 2020 dengan nominal Rp16.242.564.905 dan dengan volume 6.019.498.865. Sedangkan nilai terendah terjadi pada tahun 2016 dengan nominal Rp5.623.912.646 dan dengan volume 5.196.512.452. Rata-rata perkembangan penggunaan ATM adalah Rp8.494.280,993 dengan rata-rata volume 6.069.694.618. Hal ini mengindikasikan bahwa ATM semakin menjadi pilihan dan prioritas masyarakat dalam alat pembayaran, sehingga diperlukan upaya perbankan untuk tetap meningkatkan kualitas ataupun fasilitas pembayaran untuk menarik nasabah sehingga tertarik menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM).

Mahasiswa sebagai salah satu pangsa pasar yang layak untuk diperhatikan dalam menambah jumlah nasabah perbankan syariah. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung merupakan salah satu perguruan tinggi yang berbasis agama Islam di Kota Tulungagung. Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sedikit lebih paham tentang keuangan Islam. Mahasiswa merupakan

sasaran yang tepat bagi pihak bank syariah dalam memperbesar perkembangan produknya. Produk tabungan di perbankan syariah sangat dibutuhkan untuk kalangan mahasiswa yang hidup jauh diperantauan. Selain itu, sebagai generasi muda kemudahan dalam bertransaksi merupakan hal yang wajib, sehingga peran mahasiswa sebagai generasi muda sangat dibutuhkan dalam memperkenalkan ATM. Berikut data mahasiswa aktif IAIN Tulungagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2016-2017.

Tabel 1.2
Data Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Tulungagung Tahun 2016-2017

Jurusan	2016	2017	Jumlah
Perbankan Syariah	345	1.359	1.704
Ekonomi Syariah	634	1.579	2.213
Akuntansi Syariah	139	588	727
MAZAWA	63	63	126
Manajemen Keuangan Syariah	-	240	240
Manajemen Bisnis Syariah	-	370	370
Jumlah	1.181	4.199	5.380

Sumber: Diolah dari PDDikti IAIN Tulungagung

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu Fakultas di IAIN Tulungagung yang menyediakan jurusan sebanyak 6 prodi di tahun 2016-2017. Prodi tersebut yaitu perbankan syariah yang terhitung dari 2016-2017 mempunyai mahasiswa sebanyak 1.704, ekonomi syariah sebanyak 2.213, akuntansi syariah sebanyak 727, Manajemen Zakat dan Wakaf sebanyak 126, manajemen keuangan syariah sebanyak 240, dan manajemen bisnis syariah sebanyak 370. Adanya prodi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung diharapkan mampu mengajak masyarakat untuk melakukan

kegiatan perekonomiannya sesuai dengan syariat Islam. Semakin tinggi pemahaman perbankan syariah, maka juga mendorong mahasiswa menggunakan ATM.

Secara teoritis, kepercayaan, persepsi manfaat, dan motivasi memiliki hubungan searah dengan perilaku nasabah menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM). Dibuktikan pada data yang ada di dalam tabel, bahwa volume perkembangan penggunaan ATM setiap bulannya menunjukkan data yang meningkat. Hubungan yang searah ini mengindikasikan bahwa semakin tingginya tingkat kepercayaan, persepsi manfaat, dan motivasi masyarakat atau nasabah, maka akan meningkatkan pula perilaku nasabah dalam menggunakan ATM pada bank syariah.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik membahas mengenai **“Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, dan Motivasi Terhadap Perilaku Nasabah Menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Pengguna ATM Bank Syariah”**.

B. Identifikasi Masalah

Penelitian ini membahas tentang pengaruh kepercayaan, persepsi manfaat, dan motivasi terhadap perilaku nasabah menggunakan *automatic Teller Machine* (ATM) bank syariah. Pada hasil penelitian ini dilandasi dari penelitian terdahulu dan juga teori-teori yang sudah dibaca oleh peneliti. Peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruh kepercayaan, persepsi manfaat, dan motivasi terhadap perilaku nasabah menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) bank syariah. Dan yang menjadi objek penelitian ini adalah bank syariah di Indonesia.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas maka peneliti mengemukakan rumusan masalah dari “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, dan Motivasi terhadap Perilaku Nasabah Menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM)” adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku nasabah menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM)?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap perilaku nasabah menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM)?
3. Apakah motivasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku nasabah menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM)?
4. Apakah kepercayaan, persepsi manfaat, dan motivasi bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku nasabah menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM)?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji ada atau tidak adanya pengaruh signifikan kepercayaan terhadap perilaku nasabah menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM).
2. Untuk menguji ada atau tidak adanya pengaruh signifikan persepsi manfaat terhadap perilaku nasabah menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM).
3. Untuk menguji ada atau tidak adanya pengaruh signifikan motivasi terhadap perilaku nasabah menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM).

4. Untuk menguji ada atau tidak adanya pengaruh signifikan kepercayaan, persepsi manfaat, dan motivasi secara bersama-sama terhadap perilaku nasabah menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM).

E. Manfaat Penelitian

Penelitian yang bermanfaat dalam pengembangan di bidang keilmuan secara praktis ataupun teoritis adalah penelitian yang baik. Manfaat yang diambil dalam penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diperlukan agar memberikan khazanah ilmu pengetahuan dan manfaat yang berkenaan dengan hal-hal yang berpengaruh terhadap perilaku nasabah menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) berupa kepercayaan, persepsi manfaat, dan motivasi.

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat bagi Pihak Bank Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada pihak perbankan syariah untuk terus menawarkan produk- produk yang inovatif dengan tetap memperhatikan prinsip-prinsip syariahnya.

- b. Manfaat bagi peneliti

Sebagai referensi dalam melakukan penelitian dan analisa tentang pengaruh kepercayaan, persepsi manfaat, dan motivasi terhadap perilaku nasabah menggunakan *Automtic Teller Machine* (ATM).

- c. Manfaat bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya bahan kepustakaan

dan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu khususnya Perbankan Syariah.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini membahas mengenai “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, dan Motivasi terhadap Perilaku Nasabah Menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM)”. Penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh variabel X terhadap Y, dimana X sebagai variabel independen terdiri dari X1 Kepercayaan, X2 Persepsi Manfaat, X3 Motivasi, dan variabel y sebagai dependen yaitu perilaku nasabah menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM).

Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan data responden dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Objek yang digunakan adalah bank syariah, serta variabel yang diteliti hanya kepercayaan, persepsi manfaat, dan motivasi sebagai dependen dan variabel perilaku nasabah menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) sebagai independen.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Kepercayaan

Kepercayaan konsumen adalah kekuatan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen bahwa produk mempunyai objek, atribut, dan manfaat.⁵

⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hal. 201

b. Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat adalah suatu keadaan yang mana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya.⁶

c. Motivasi

Motivasi merupakan daya dorong bagi seseorang melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan.⁷

d. Perilaku Nasabah

Perilaku nasabah adalah suatu proses yang dilalui oleh seorang pembeli dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, seta bertindak pada konsumsi produk dan jasa, maupun ide yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan seseorang tersebut.⁸

e. *Automatic Teller Machine* (ATM)

Automatic Teller Machine (ATM) adalah mesin yang dipakai untuk kartu ATM dan atau kartu debit sebagaimana dimaksud dalam ketentuan Bank Indonesia yang mengatur mengenai alat pembayaran dengan menggunakan kartu.⁹

2. Definisi Operasional

Dari definisi konseptual di atas, penelitian yang berjudul pengaruh kepercayaan, persepsi manfaat, dan motivasi terhadap perilaku nasabah

⁶ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan Edisi Revisi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), hal. 27

⁷ Raja Maruli Tua, *Pengaruh Komunikasi Antarpribadi Pimpinan terhadap Motivasi Kerja*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), hal. 56

⁸ Schiffman,dkk, *Perilaku Konsumen*, (Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2008), hal. 73

⁹ Peraturan Bank Indonesia NO.19/8/PBI/2017 Pasal 1, dalam www.bi.go.id, diakses pada 19 Desember 2020

menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) yaitu untuk mengetahui mengenai pengaruh dari variabel kepercayaan, persepsi minat, dan motivasi terhadap perilaku nasabah menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM). Penelitian ini untuk menguji apakah teori yang sudah dijelaskan di atas dapat dibuktikan secara ilmiah dari hasil penelitian yang nantinya menggunakan objek bank syariah dan menggunakan data primer.

H. Sistematika Pembahasan Skripsi

Penelitian ini dilaporkan dan disajikan secara terperinci dalam enam bab yang setiap babnya terdapat masing-masing sub bab. Sebagai perincian dari enam bab yang setiap bab tersebut maka penelitian ini dilaporkan secara terperinci sebagai berikut:

Bagian awal berisi halaman sampul depan, halaman judul, halaman pengesahan, halaman keaslian tulisan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar lampiran, dan abstrak.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang; (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (g) penegasan istilah dan (h) sistematika pembahasan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang mendukung atau mendasari sebuah penelitian yang meliputi: (a) kerangka teori variabel/sub pertama,

(b) kerangka teori variabel/sub kedua, (c) kajian penelitian terdahulu, (d) kerangka berfikir peneliti dan (e) hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari: (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, sampling, dan sampel, (c) sumber data dan jenis data, (d) teknik pengumpulan data dan (e) analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai (a) deskripsi data dan (b) pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi mengenai jawaban masalah penelitian, menafsirkan temuan-temuan penelitian, mengintegrasikan temuan penelitian, memodifikasi teori yang ada dan menjelaskan implikasi-implikasi lain dari hasil penelitian.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini menguraikan tentang (a) kesimpulan dan (b) saran-saran yang bermanfaat bagi lembaga/akademik. Pada bagian akhir terdiri dari daftar rujukan, lampiran, serta daftar riwayat hidup.