

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, Indonesia berada di era digitalisasi yang mengikuti perkembangan teknologi, lebih tepatnya adalah teknologi informasi. Lajunya perkembangan teknologi memberikan manfaat dan mempengaruhi perubahan perilaku masyarakat. Informasi dari berbagai sumber dapat dengan mudah diperoleh dan diserap oleh masyarakat yang berbeda, bahkan di daerah pedesaan yang terpencil. Fenomena sekarang membuktikan bahwa semua orang menjadikan teknologi sebagai alat untuk mempermudah pekerjaan mereka. Hal ini menuntut para pelaku di berbagai bidang bisnis untuk proaktif dalam mengubah mode bisnis dari sistem tradisional menjadi bisnis yang didukung teknologi, salah satunya dalam bidang keuangan.

Perbankan merupakan salah satu sektor di bidang keuangan yang berperan penting terhadap ekonomi nasional. Secara umum perbankan merupakan keuangan yang bertujuan untuk menghimpun dana masyarakat kemudian menyalurkannya kembali pada masyarakat dalam bentuk kredit atau lainnya sebagai upaya meningkatkan taraf hidup masyarakat.² Teknologi informasi dalam perbankan menjadi faktor yang sangat penting. Hal ini tercermin pada meningkatnya penggunaan perangkat gawai (*mobile device*) dan komputer sebagai media transaksi

²Bachtiar Simatupang, "Peranan Perbankan dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia", *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)*, Vol. 6, No. 2, 2019, hal. 139

di dalamnya. Teknologi informasi dalam perbankan ini telah membuka pasar baru, produk baru, layanan baru yang lebih efektif dan efisien.

Mobile banking merupakan salah satu layanan produk berbasis teknologi informasi dalam perbankan yang menarik perhatian, sebab melalui produk tersebut memungkinkan nasabah melakukan transaksi melalui *handphone*. *Mobile banking* merupakan layanan perbankan yang memiliki persamaan dengan *internet banking* yaitu berbasis internet, perbedaannya nasabah harus mengunduh aplikasi *mobile banking* terlebih dahulu pada *smartphone* atau tablet. *Mobile banking* memiliki banyak fitur yang memudahkan penggunaannya dalam bertransaksi, di antaranya adalah cek saldo rekening, transfer, pembayaran tagihan atau angsuran, pembelian tiket transportasi, *top up* ke aplikasi keuangan atau *e-commerce*, dan lain-lain.³

Salah satu jenis transaksi yang sering dilakukan masyarakat Indonesia dalam *mobile banking* yaitu untuk melakukan pembayaran atau pembelian suatu barang, bahkan *top up* ke aplikasi belanja *online*. Berikut data Bank Indonesia mengenai transaksi pembelian melalui *mobile banking* pada tahun 2019 sampai 2022:

Tabel 1.1
Transaksi Pembelian Melalui *Mobile Banking* 2019-2022

Tahun	Transaksi Pembelian	
	Volume (Ribu Transaksi)	Nilai (Rp Miliar)
2019	589.402	301.21
2020	668.181	278.268
2021	955.079	404.168
2022	1.475.742	585.589

Sumber: bi.go.id, (Diakses pada Rabu, 22 September 2022)

³Unggul Basoeky dkk, *Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), hal. 93

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa volume transaksi pembelian melalui *mobile banking* dari tahun 2019 sampai 2022 terus mengalami peningkatan, tentu saja hal ini diikuti dengan peningkatan nilai transaksinya. Data ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan *mobile banking* dengan pembelian. Selain itu peningkatan volume maupun nilai transaksi menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin *modern* dan mengikuti perkembangan teknologi bahkan dari segi pembelian atau konsumsi.

Pemaparan di atas menunjukkan bahwa keunggulan yang diberikan *mobile banking* dapat mempengaruhi sikap penggunanya, salah satunya dalam berbelanja dimana jika terus berlanjut akan berindikasi pada perilaku konsumtif. Sejalan dengan teori George Ritzer yang menggambarkan sebuah konsep restoran cepat saji seperti *McDonald's* yang mendominasi berbagai sektor masyarakat. *McDonaldisasi* mampu mendorong pola pikir manusia menjadi serba ingin cepat. Kemajuan teknologi ini membuat masyarakat terlena dan terjebak dalam sangkar besi yang mengurung rasionalitas masyarakat tersebut. Teori ini memiliki lima dimensi diantaranya efisiensi, kalkulasi, prediktibilitas, kontrol, dan irasionalitas⁴.

Kuek dan Lai⁵ dalam penelitiannya menyatakan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap penggunaan *mobile banking* yaitu tingkat keamanan, kemudahan, privasi pengguna, kehandalan layanan, kredibilitas

⁴ Achmad Fedyani Saifuddin, *Pengantar Teori-teori Perilaku Sosial*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2016), hal. 132

⁵ Dara saputri, *Pengaruh Kemudahan, Daya Guna, Kenyamanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Pengguna Mobile Banking pada PT Bank BRI Syariah Cabang Tanjung Karang*, (Lampung: Skripsi Tidak Diterbitkan), hal. 45

perusahaan jasa layanan perbankan, dan kecepatannya. Tingkat kemanan menjadi faktor utamanya, mengingat layanan tersebut memiliki celah kejahatan oleh penjahat yang ahli dalam penggunaan sistem atau yang sering disebut *cyber crime*. Ketika nasabah menggunakan *mobile banking* berarti dia telah memberi kepercayaan kepada pihak bank untuk mengelola identitas dan data pribadi mereka dengan baik, jika kepercayaan tersebut dipatahkan maka akan berpengaruh terhadap keputusan untuk menggunakan *mobile banking* tersebut.

Davis dengan teorinya yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)* mengungkapkan bahwa persepsi terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan dalam penggunaan Teknologi Informasi (TI) dapat mempengaruhi sikap penggunaannya terhadap teknologi tersebut. Kemudahan dalam berbelanja serta diikuti pembayarannya yang mudah dapat mengubah makna konsumsi suatu barang, yaitu bukan lagi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar manusia melainkan sebagai alat pemuas keinginan. Hal ini menunjukkan adanya indikasi perilaku konsumtif, karena pembelian yang berlebihan hanya untuk memenuhi keinginan semata.

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai perilaku berlebihan dalam membeli suatu barang, dimana terdapat berbagai simbol perihal peningkatan status, kelas, gaya, dan citra yang ingin ditampilkan. Adanya perilaku konsumtif tentunya di sebabkan oleh beberapa faktor-faktor. Fardhani & Izzati mengungkap bahwa perilaku boros atau berlebihan disebabkan oleh beberapa faktor yang terbagi menjadi variabel luar dan variabel dalam. Variabel luar di antaranya adalah budaya, kelas sosial, pertemuan referensi, dan keluarga. Sedangkan variabel dalam yang

mempengaruhi perilaku konsumtif adalah inspirasi, proses pembelajaran, karakter, ide diri, dan gaya hidup.⁶

Gaya hidup praktis dan serba ingin cepat menjadi ciri utama masyarakat era digital, belakangan ini *trend* membeli produk melalui media *online* semakin berkembang. Belanja merupakan hal yang berkaitan dengan perilaku konsumtif. Tidak dapat dipungkiri, belanja merupakan hal yang disukai oleh banyak orang dari berbagai kalangan, salah satunya adalah mahasiswa. Mahasiswa merupakan bagian masyarakat yang dapat dikatakan melek akses informasi dan dunia internet, tidak hanya karena tuntutan akademik yang mengharuskan mahasiswa untuk selalu mencari informasi terkini, tetapi juga perihal pemenuhan kebutuhan mendasar sebagai manusia di era teknologi.

Berdasarkan pengalaman penulis, perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa bukan menjadi hal yang jarang terjadi. Akhir-akhir ini banyak dijumpai mahasiswa dalam bergaul akan menyesuaikan dengan kelompoknya, mengikuti *trend* yang ada seperti dari segi penampilan, bahkan membeli suatu barang hanya karena model yang mengiklankan adalah idolanya. Pembelian seperti ini mengandung indikator-indikator terjadinya perilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Suryo Adi Prakoso⁷, perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa dipengaruhi oleh pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya, dan status ekonomi sosial keluarga.

⁶ Fardhani dan Izzati, "Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja (Studi pada Siswa Kelas XI SMA Trimurti Surabaya)", *Jurnal Penelitian Psikologi*, Vol. 1, No. 2, 2013, hal. 2

⁷ Suryo Adi Prakoso, *Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kelompok Teman Sebaya, dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*, (Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), hal. 65

Berdasarkan pra survei yang dilakukan peneliti pada 20 September 2022 terhadap 10 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung angkatan 2019 yang merupakan pengguna *mobile banking*, menunjukkan bahwa alasan mereka menggunakan *mobile banking* karena lebih efisien, cepat, mudah, tidak perlu datang langsung ke bank atau ATM. Kemudian transaksi yang paling sering dilakukan adalah *top-up* ke *aplikasi e-commerce*, melakukan pembelian di *e-commerce*, dan transfer. Hal ini menunjukkan adanya indikasi perilaku konsumtif akibat penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung angkatan 2019.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung khususnya angkatan 2019 sebagai objek penelitian, telah menerima banyak pengetahuan dan pemahaman terkait teori-teori atau perihal konsumsi dari mata kuliah yang ditempuh seperti mata kuliah Teori Ekonomi Mikro, Ekonomi Islam, Fiqh Muamalah, maupun mata kuliah pendukung lainnya. Dalam hal ini, seharusnya mereka mampu mengimplementasikan apa yang diperoleh selama kuliah dalam kehidupan sehari-hari, sebagai salah satu bentuk persiapan menghadapi tantangan hidup yang nyata pasca lulus kuliah. Salah satunya dalam hal konsumsi, Rasulullah SAW selalu berhati-hati dan membatasi diri supaya apa yang beliau konsumsi sesuai dengan kebutuhan serta tidak berlebihan.

Berdasarkan uraian diatas, maka perlu dicermati lebih lanjut mengenai pengaruh efisiensi, keamanan, dan kemudahan yang diberikan oleh *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan demikian penulis tertarik untuk

melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH EFISIENSI, KEAMANAN, DAN KEMUDAHAN *MOBILE BANKING* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SAYYID ALI RAHAMTULLAH TULUNGAGUNG ANGKATAN 2019.**”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Metode konvensional bank (transfer melalui *teller*) membutuhkan banyak waktu dan tenaga, nasabah menginginkan layanan perbankan yang lebih efisien
2. Keamanan *mobile banking* patut diperhitungkan mengingat masih banyak kejahatan *cyber crime* yang mengintai.
3. Kemudahan gaya hidup digital yang mulai digemari mahasiswa sebagai generasi milenial
4. Terdapat pergeseran makna dalam konsumsi yang bukan lagi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar namun sebagai alat pemuas keinginan.

C Rumusan Masalah:

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas maka permasalahan yang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah efisiensi, keamanan, dan kemudahan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?
2. Apakah efisiensi *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap perilaku

konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?

3. Apakah keamanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?
4. Apakah kemudahan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian:

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat peneliti, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh efisiensi, keamanan, dan kemudahan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh efisiensi *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
3. Untuk menguji keamanan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
4. Untuk menguji pengaruh kemudahan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat atau kegunaan.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis dapat menambah pengetahuan di bidang keilmuan maupun pengembangan ilmiah dari penulis maupun pembaca mengenai pengaruh efisiensi, kemanan, dan kemudahan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih dijadikannya acuan untuk mengembangkan wawasan, ilmu pengetahuan, dan informasi untuk referensi penelitian selanjutnya.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi atau bacaan dalam mengetahui pengaruh *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

c. Bagi Pihak Perbankan

Penelitian ini dapat memberikan informasi terkait faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* sehingga dapat dijadikan sebagai bahan kebijakan dalam upaya meningkatkan kinerja bank, serta sebagai masukan bank dalam menyikapi penggunaa *mobile banking* yang berindikasi menyebabkan perilaku

konsumtif di kalangan mahasiswa, terutama bagi bank syariah sebagai bank berbasis islam.

d. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan penelitian sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini juga sebagai bahan informasi terkait pengaruh efisiensi, keamanan, dan kemudahan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu keterkaitan antara variabel X terhadap Y, dimana terdiri dari tiga variabel bebas (*independent*) yaitu efisiensi, keamanan, dan kemudahan serta variabel terikat (*dependent*) perilaku konsumtif mahasiswa (Y).

2. Keterbatasan Penelitian

Guna memperjelas ruang lingkup permasalahan agar tidak menyimpang dari pokok pembahasan sehingga menghasilkan pembahasan yang terarah, maka dalam penelitian ini diperlukan pembatasan masalah sehingga dapat diketahui hasil yang diteliti. Peneliti hanya memfokuskan penelitiannya pada pengaruh efisiensi, keamanan, dan kemudahan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayid Ali Rahmatullah Tulungagung angkatan 2019 dalam berbelanja.

G. Penegasan Istilah

Penegasan istilah bertujuan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan memberikan kejelasan mengenai judul penelitian agar tidak terjadi perbedaan penafsiran terhadap judul penelitian. Adapun penegasan istilah secara konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

a. Pengaruh

Sesuatu yang dapat membentuk keyakinan atau perbuatan seseorang.⁸

b. Efisiensi

Perbandingan terbaik antara *input* (masukan) dan *output* (hasil keuntungan dari sumber-sumber yang digunakan), atau memperoleh hasil yang optimal dengan sumber daya yang terbatas.⁹

c. Keamanan

Kemampuan bank dalam melindungi informasi pribadi nasabah yang dapat diperoleh melalui transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang.¹⁰

d. Kemudahan

Tingkat dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit dan tidak membutuhkan usaha keras ketika

⁸ Alwi Hasan dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka, 2013), hal. 285

⁹ Vina Pandu Winata dkk, "Analisis Pengaruh Kemudahan Pengguna, Efisiensi, dan Keamanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan BSM Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Payangkumbuh", *Jurnal Ekonomika Syariah*, Vol. 2, No. 2, 2018, hal. 204

¹⁰ Samsul Hadi dan Novi, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking", *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, Vol. 5, No. 1, 2015, hal. 59

menggunakannya.¹¹

e. *Mobile Banking*

Layanan perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi melalui perangkat elektronik berupa ponsel atau *smartphone*.¹²

f. Perilaku Konsumtif

Tindakan membeli suatu barang yang lebih mengedepankan keinginan di luar kebutuhan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata.¹³

2. Definisi Operasional

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh efisiensi (X_1), keamanan (X_2), kemudahan (variabel X_3) *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung angkatan 2019 dalam berbelanja.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Merujuk pada metode penulisan yang digunakan serta membuat acuan yang jelas dalam penulisan skripsi, maka perlu dibentuk sistematika yang jelas terdiri dari enam bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penjelasan latar belakang masalah yang diangkat,

¹¹ Sati dan M. Ramaditya, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)*, (Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2019), hal. 7

¹² Jeffry Z dkk, *Layanan Internet Banking dan Mobile Banking di Bank KB Bukopin*, (Tangerang: Media Sains Indonesia, 2021), hal. 5

¹³ Wardani dan Ritia Anggadita, *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*, (Pekalongan: NEM, 2021), hal. 13

sebagai inti masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, dan sistematika penelitian.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari landasan teori yang menjadi dasar dari penelitian dan terdapat penelitian terdahulu sebagai penguat, terdapat uraian fenomena yang dijadikan dasar dalam perumusan hipotesis, kemudian diuraikan dan digambarkan kerangka pemikiran dari penelitian yang disebut hipotesis yang akan diuji.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, populasi, sampling, sampel penelitian, sumber data dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang deskripsi data yang diteliti dan pengujian hipotesis, hasil pengolahan data berupa angka maupun grafik yang telah dioleh menggunakan aplikasi SPSS maupun yang lainnya.

BAB V: PEMBAHASAN

Bab ini berisi jawaban dari hasil pengujian di bab IV yang dijelaskan secara detail yang mempermudah pembaca untuk memahami.

BAB VI: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan maupun saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan sebagai akhir pembahasan dalam skripsi.