

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir, *financial teknologi (fintech)* di Indonesia telah mengalami perkembangan dikarenakan tuntutan hidup di era modern yang sekarang sudah serba cepat dan praktis, *Fintech* muncul pada tahun 2016 dan terus berkembang sampai pada saat ini seiring dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang didominasi oleh penggunaan teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya perkembangan *fintech*, perubahan sistem keuangan menjadi lebih mudah dan cepat mulai dari proses transaksi yang tidak lagi menggunakan uang secara fisik (uang kartal), giro (uang giral) maupun rekening, namun sudah mulai menggunakan sejumlah dana yang ditransfer dan dianggap sebagai saldo pada aplikasi tertentu dalam telepon seluler.² Transaksi keuangan saat ini dapat dilakukan hanya dengan menggunakan telepon seluler yang sudah dilengkapi dengan aplikasi *digital payment*. *Digital payment* merupakan sistem pembayaran yang dilakukan secara elektronik tanpa perlu menggunakan uang tunai dan tanpa mengharuskan kita untuk datang ke loket bank. Kegiatan transaksi ini dapat memudahkan urusan dalam kehidupan sehari-hari karena prosesnya yang mudah dan tidak

² Baginda Parsaulian, "Regulasi Teknologi Finansial (Fintech) Di Indonesia," *Fundamental: Jurnal Ilmiah Hukum* 10, no. 2 (2021): 167–78.

memakan banyak waktu. Beberapa jenis dari *digital payment* di antaranya yaitu *E-money*, *E-wallet*, *mobile banking*, dsb. Namun saat ini yang paling banyak digunakan yaitu aplikasi *mobile banking*.

Sebelum adanya *mobile banking*, proses transaksi dalam perbankan masih dilakukan secara manual yaitu dengan cara datang ke loket bank. Pada tahun 1987 mesin ATM pertama kali hadir di Indonesia dan diperkenalkan pertama kali oleh Bank Niaga. Butuh waktu yang lama bagi para nasabah untuk terbiasa menggunakan mesin ATM tersebut. Perkembangan *fintech* pun masih terus berlanjut pada layanan *e-banking*. Di tahun 1988, Bank Internasional Indonesia merupakan bank yang pertama kali menggunakan layanan *e-banking*. Namun dalam perkembangannya, pada tahun 2001 ternyata Bank BCA lah yang berani mengoperasikan layanan *e-banking* secara luas di Indonesia yang dikenal dengan nama layanan Klik BCA. Kemudian setelah itu muncullah *mobile banking* yang merupakan salah satu layanan dari perbankan yang dapat diakses melalui aplikasi khusus dan dapat di unduh melalui perangkat seluler.³ Teknologi tersebut memberikan kenyamanan bagi para nasabah untuk melakukan transaksi karena mereka tidak perlu lagi datang ke bank atau mesin ATM. Layanan yang ditawarkan mulai dari transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, pembelian pulsa handphone dan listrik, *virtual account*, pembayaran melalui *QRIS* (Quick Response Code Indonesian Standart), dll.

³ Askur Hamid Nst et al., "Persepsi Nasabah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Terhadap Layanan Fitur Mobile Banking Bsi," *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi* 1, no. 1 (2022): 114–22

Mobile banking menawarkan *QRIS* sebagai salah satu keunggulannya. *QRIS* (Quick Response Code Indonesian Standard) merupakan standard nasional kode QR yang dibuat oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk digunakan dalam sistem pembayaran di Indonesia.⁴ *QRIS* dapat memfasilitasi transaksi pembayaran yang cepat dan efisien hanya dengan menggunakan kode QR yang dapat dipindai oleh aplikasi dompet digital maupun aplikasi perbankan. Dengan adanya *QRIS*, nasabah dapat melakukan pembayaran di berbagai merchant tanpa perlu khawatir tentang kesalahan yang terjadi antara aplikasi yang berbeda, karena *QRIS* disediakan untuk semua jenis transaksi pada pembayaran digital. Keunggulan dan kemudahan *QRIS* lainnya yaitu transaksi non tunai menjadi lebih cepat dan efisien, memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada masyarakat dalam melakukan transaksi menggunakan uang digital, penggunaan *QRIS* dapat diakses oleh berbagai kalangan baik yang muda maupun yang lebih tua. Selain keunggulan dan kemudahan, adapun kekhawatiran dari konsumen saat menggunakan *QRIS* yaitu seperti tantangan pada jaringan internet, penyebaran informasi *QRIS* yang masih belum rata di kalangan masyarakat menjadikan kurangnya pemahaman tentang kemajuan teknologi, dan transaksi tunai masih dianggap sebagai transaksi yang mudah digunakan terutama di mata masyarakat pedesaan.

⁴ Nabila Nur Annisa et al., "Implementasi QRIS Metode Pembayaran Digital Pada Kualitas Peningkatan UMKM Di Masyarakat Desa Rancabungur," *PRAXIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2024): 97–104,.

Tabel 1.1
Jumlah Pengguna *QRIS* di Indonesia Tahun 2021-2024



Sumber : aspi.id, diakses 2025

Berdasarkan catatan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), jumlah pengguna *QRIS* di Indonesia mengalami peningkatan mulai dari 29 juta pengguna pada tahun 2022, kemudian 46 juta pengguna pada tahun 2023, dan menjadi 51 juta pengguna pada tahun 2024. Data tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *QRIS* yang semakin meluas dan berkembang terutama di era modern yang saat ini sudah mulai terbiasa melakukan pembayaran melalui transaksi digital. Hal ini berarti apabila jumlah pengguna *QRIS* dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan, maka nominal penggunaannya juga pasti akan meningkat. Berikut ini tabel nominal penggunaan *QRIS* di Indonesia selama tahun 2022-2024:

Tabel 1.2
Jumlah Nominal Pengguna *QRIS* di Indonesia Tahun 2021-2024



Sumber: aspi.id, diakses 2025

Dalam tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa menurut data Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), nominal penggunaan *QRIS* di Indonesia dari tahun 2022 sampai tahun 2024 juga mengalami peningkatan karena banyaknya jumlah pengguna *QRIS* di Indonesia yang mencapai angka 51 juta. Pada tahun 2022 nominal penggunaan *QRIS* di Indonesia sebesar 12 triliun, Kemudian pada tahun 2023 naik lagi menjadi 34 triliun, sampai pada tahun 2024 nominal penggunaan *QRIS* meningkat di angka 52 triliun. Di era perkembangan teknologi yang semakin meningkat ini biasanya yang menjadi faktor naiknya nominal penggunaan *QRIS* di dominasi oleh anak muda yang lebih paham mengenai perkembangan *fintech* yaitu di kalangan mahasiswa terutama pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung atau yang lebih dikenal dengan sebutan UIN SATU Tulungagung merupakan salah satu Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri di bawah naungan Kementerian Agama Republik Indonesia terbesar di Daerah Tulungagung. Kampus ini didirikan pada tahun 1968, dengan total jumlah mahasiswa saat ini sebesar 24.629 mahasiswa dengan menawarkan 34 program studi S1, 12 program studi S2, dan 2 program studi S3. Di dalam S1 terdapat 4 fakultas yang meliputi fakultas ekonomi dan bisnis islam, fakultas tarbiyah dan ilmu keguruan, fakultas ushuluddin adab dan dakwah, dan fakultas syariah dan hukum islam.⁵ Terdapat salah satu program studi yang mempelajari Perbankan Syariah di Fakultas ekonomi dan bisnis islam. Salah satu kurikulum yang membahas mengenai Perbankan Syariah yaitu Sistem Operasional Perbankan. Dalam sistem operasional perbankan diperkenalkan beberapa teknologi perbankan salah satunya mengenai perkembangan teknologi finansial (*fintech*). Pada perkembangan teknologi inilah yang membuat layanan perbankan menjadi lebih mudah dan terjangkau sehingga mendorong munculnya *mobile banking* sebagai salah satu layanan perbankan yang utama pada saat ini.

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung memiliki jumlah mahasiswa Perbankan Syariah dengan total 494 mahasiswa. Mulai dari angkatan tahun 2021 sebanyak 138, angkatan 2022 sebanyak 122, angkatan 2023 sebanyak 120, dan angkatan 2024 sebanyak

⁵ <https://uinsatu.ac.id/> diakses pada tanggal 14 Januari 2025

114 mahasiswa. Berikut ini merupakan tabel data mahasiswa perbankan syariah dari angkatan tahun 2021-2024:

Tabel 1. 3
Data Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali
Rahmatullah Tulungagung Tahun 2021-2024

No.	Angkatan	Jumlah (ratusan)
1	2021	138
2	2022	122
3	2023	120
4	2024	114
Total		494

Sumber: pddikti.com, diakses 2025

Dalam penelitian ini, mahasiswa yang akan dibahas yaitu mulai dari angkatan tahun 2021-2024. Salah satu alasan peneliti memilih objek tersebut adalah berkaitan dengan rentan usia mulai dari usia 20-23 tahun dimana usia tersebut lebih unggul dalam menggunakan suatu teknologi. Pada usia 20 tahun keatas, banyak perempuan cenderung melakukan kegiatan hedonisme. Banyak perempuan yang mulai mengexplore gaya hidupnya untuk bersenang-senang dan mencoba hal baru terutama jika mereka baru mulai memiliki kebebasan sosial.

Hedonisme merupakan perasaan senang yang diperoleh dari penggunaan suatu teknologi.⁶ Pada era yang sekarang, rata-rata *hedonisme* muncul dari kalangan remaja yang berusia 20-25 tahun. Dimana pada usia

⁶ Ana Yuliana et al., "PENGARUH EKSPEKTASI USAHA TERHADAP HEDONIC MOTIVATION, HABIT DAN NIAT PERILAKU PENGGUNAAN APLIKASI TRANSPORTASI ONLINE (Studi Pada Pelanggan Gojek Indonesia Di Kota Malang)," *Profit* 14, no. 2 (2020): 82–91

tersebut individu mulai cenderung mencari kesenangan dan pengalaman baru yang sering terwujud dari perilaku *hedonisme* seperti bergaul dengan teman-teman dan keinginan untuk memiliki barang-barang yang bermerek. Remaja sangat mudah dipengaruhi oleh lingkungan sosial mereka dan berusaha untuk menyesuaikan diri dengan norma dan perilaku di era saat ini. Di dalam konteks penggunaan sebuah teknologi, apabila pengguna semakin merasa senang dalam menggunakan sebuah teknologi maka niat pengguna dalam menggunakan sebuah teknologi tersebut juga akan semakin tinggi. Maka, dari sini *hedonisme* dapat memunculkan faktor kebiasaan yang bisa mempengaruhi penggunaan suatu teknologi.

Kebiasaan merupakan perilaku yang terbentuk dari pengaruh seberapa sering individu dalam menggunakan sebuah teknologi.⁷ Dalam konteks penggunaan teknologi, peran kebiasaan sangatlah penting karena dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih metode pembayaran. Kebiasaan yang sudah terbentuk pada saat menggunakan aplikasi atau metode pembayaran tertentu dapat mempengaruhi adopsi penggunaan teknologi yang baru seperti yang saat ini banyak digunakan yaitu pembayaran melalui *QRIS*. Ketika individu telah terbiasa menggunakan satu metode, mereka mungkin tidak akan gampang untuk beralih ke metode yang lain karena *price value* (nilai harga) yang sudah mereka rasakan.

⁷ *Ibid.*, hal 85

Price value merupakan penilaian individu terhadap manfaat yang diterima dibandingkan biaya yang harus dikeluarkan pada saat menggunakan sebuah teknologi.⁸ Kecenderungan psikologis seseorang akan memunculkan suatu tindakan impulsive yang dapat membuat nilai konsumtif seseorang meningkat karena adanya kemudahan dalam penggunaan teknologi. Kemudahan dalam teknologi dapat meningkatkan sudut pandang konsumen antara harga dan barang yang diinginkan. Apabila harga suatu barang lebih murah, maka konsumen cenderung menganggap *price value* lebih tinggi. Karena dengan harga yang lebih murah mereka dapat merasakan manfaat yang sama. Maka dari itu, niat individu untuk menggunakan sebuah teknologi juga pasti akan meningkat karena manfaat yang dirasakan lebih besar dari pada biaya yang harus dikeluarkan.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reni Dwi Astuti tentang faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan *mobile banking* bank syariah, penelitian tersebut dilakukan pada mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung menjelaskan tentang *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions* mempengaruhi *Behavioral Intention*. Hasil yang ditemukan bahwa keempat variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap Y. Maka dari hal tersebut penulis akan melanjutkan penelitian menggunakan model UTAUT 2 yang menambahkan *Hedonisme, Kebiasaan* dan *Price Value* sebagai variabel X

⁸ Anggi Pratiwi Sitorus, "Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam," *Attanmiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2022): 44–59

yang mempengaruhi penggunaan *QRIS* pada *Mobile Banking* sebagai variabel Y.⁹ Alasan utama peneliti menggunakan UTAUT 2 dikarenakan UTAUT 2 menawarkan kerangka yang lebih komprehensif dalam menjelaskan niat dan perilaku penggunaan teknologi oleh konsumen individu dengan menambahkan tiga variabel baru berupa *hedonisme*, *kebiasaan*, dan *price value*. Penambahan ini meningkatkan daya prediksi model terhadap perilaku penggunaan teknologi dalam konteks konsumen umum yang tidak dicakup secara optimal oleh model UTAUT sebelumnya.

Terkait dengan fenomena perkembangan dalam teknologi dan perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi industri perbankan khususnya dalam konteks layanan keuangan digital yaitu meningkatnya penggunaan *QRIS* pada *mobile banking* di kalangan mahasiswa perbankan syariah, maka peneliti tertarik untuk menulis skripsi yang berjudul **“Pengaruh Faktor *Hedonisme*, *Kebiasaan*, dan *Price Value* Terhadap Penggunaan *QRIS* pada *Mobile Banking* (Studi Kasus pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2021-2024)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

⁹ Reni Dwi Astuti, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung." (Tulungagung: Skripsi tidak diterbitkan, 2021).hal.183

1. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara faktor *Hedonisme*, *Kebiasaan*, dan *Price Value* terhadap penggunaan *QRIS* pada *mobile banking* di kalangan mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021-2024?
2. Apakah terdapat pengaruh antara faktor *Hedonisme* terhadap penggunaan *QRIS* pada *mobile banking* di kalangan mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021-2024?
3. Apakah terdapat pengaruh antara faktor *Kebiasaan* terhadap penggunaan *QRIS* pada *mobile banking* di kalangan mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021-2024?
4. Apakah terdapat pengaruh antara faktor *Price Value* terhadap penggunaan *QRIS* pada *mobile banking* di kalangan mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021-2024?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, peneliti menyusun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara faktor *Hedonisme*, *Kebiasaan*, dan *Price Value* secara simultan terhadap penggunaan *QRIS* pada *mobile banking* di kalangan mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021-2024.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara faktor *Hedonisme* terhadap penggunaan *QRIS* pada *mobile banking* di kalangan mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021-2024.

3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara faktor Kebiasaan terhadap penggunaan *QRIS* pada *mobile banking* di kalangan mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021-2024.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara faktor *Price Value* terhadap penggunaan *QRIS* pada *mobile banking* di kalangan mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021-2024.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini akan dibagi menjadi dua aspek yaitu kegunaan penelitian secara teoritis dan kegunaan penelitian secara praktis.

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat untuk mengembangkan dalam penelitian selanjutnya mengenai variabel yang ada pada model UTAUT 2 antara lain *Hedonisme*, *Kebiasaan*, dan *Price Value* yang diterapkan dalam penggunaan *QRIS* terutama pada *mobile banking*.

2. Secara Praktis

a. Bagi Bank

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam mengembangkan produk layanan berbasis digital dan untuk mengetahui bagaimana tujuan seseorang dalam menggunakan *QRIS* pada *mobile banking*.

b. Bagi Mahasiswa Perbankan Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan serta literatur keilmuan terkait penelitian penggunaan *QRIS* pada *mobile banking* di kalangan mahasiswa perbankan syariah.

c. Bagi UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan tambahan pengetahuan terkait digitalisasi perbankan syariah terutama *mobile banking* bagi mahasiswa, staf dan pengajar akademik.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pengembangan dalam meneliti output nasabah yang menggunakan *QRIS* pada *mobile banking* terutama terkait dengan variabel UTAUT 2 yaitu *Hedonisme*, *Kebiasaan*, dan *Price Value*.

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini membahas pada variabel x dan variabel y, dimana variabel X sebagai variabel independen dari penelitian ini yaitu mengenai tiga instrumen dalam model UTAUT 2 yang mencakup *Hedonisme* (X1), *Kebiasaan* (X2), dan *Price Value* (X3) sedangkan variabel dependen (Y) yaitu penggunaan *QRIS* pada *Mobile Banking*.

Keterbatasan penelitian ini peneliti hanya berfokus pada model teori UTAUT 2 yang terdiri dari 3 variabel yaitu *Hedonisme*, *Kebiasaan*, dan *Price Value*. Lokasi penelitian hanya pada mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2021-2024.

F. Penegasan Istilah

1. Secara Konseptual

a. *Hedonisme*

Hedonisme merupakan perasaan senang yang diperoleh dari penggunaan suatu teknologi.¹⁰

b. Kebiasaan

Kebiasaan merupakan perilaku yang terbentuk dari pengaruh seberapa sering individu dalam menggunakan sebuah teknologi.¹¹

c. *Price Value*

Price value merupakan penilaian individu terhadap manfaat yang diterima dibandingkan biaya yang harus dikeluarkan pada saat menggunakan sebuah teknologi.¹²

d. *Mobile Banking*

Mobile banking merupakan salah satu layanan dari perbankan yang dapat diakses melalui aplikasi khusus dan dapat di unduh melalui perangkat seluler.¹³

¹⁰ Ana Yuliana et al., “PENGARUH EKSPEKTASI USAHA TERHADAP HEDONIC MOTIVATION, HABIT DAN NIAT PERILAKU PENGGUNAAN APLIKASI TRANSPORTASI ONLINE (Studi Pada Pelanggan Gojek Indonesia Di Kota Malang),” *Profit* 14, no. 2 (2020): 82–91

¹¹ *Ibid*, hal 85

¹² Anggi Pratiwi Sitorus, “Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam,” *Attanmiah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2022): 44–59

¹³ Askur Hamid Nst et al., “Persepsi Nasabah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Terhadap Layanan Fitur Mobile Banking Bsi,” *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi* 1, no. 1 (2022): 114–22

2. Secara Operasional

Definisi operasional merupakan definisi terhadap suatu variabel yang memberikan arti atau menyampaikan suatu operasional yang digunakan untuk mengukur suatu variabel. Secara operasional penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *hedonisme*, kebiasaan, dan *price value* terhadap penggunaan *QRIS* pada *mobile banking*.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

- BAB I: Bab ini berisi gambaran latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dalam penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, serta definisi operasional.
- BAB II: Pada bab ini membahas landasan teori yang terdiri atas teori-teori yang berkaitan dengan variabel yang diteliti serta hubungan dengan penelitian – penelitian terdahulu. Serta membahas mengenai unsur – unsur yang terdiri dari kajian teori, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.
- BAB III: Bab ini membahas terkait pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta teknik pengumpulan data.
- BAB IV: Pada bab ini memaparkan pembahasan data penelitian dan teknik analisis data.

BAB V: Bab ini akan membahas terkait simpulan dari peneliti dan saran.