

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Kemajuan pelayanan perbankan sekarang bukan hanya mengedepankan keamanan dan dapat dipercaya saja, melainkan pula bagaimana bank tersebut mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya seiring dengan kemajuan teknologi dan *life style* sekarang (Tirtana & Sari, 2014: 671). Pesatnya pertumbuhan industri perbankan syariah membuat perusahaan harus mampu menciptakan keunggulan kompetitif dalam meningkatkan pangsa pasar, salah satu terobosannya adalah menggunakan digitalisasi teknologi. Sensitivitas pelanggan terhadap lembaga keuangan telah meningkat secara dramatis untuk masalah yang berkaitan dengan biaya, waktu dan kenyamanan, di mana sektor perbankan sudah mulai menggunakan teknologi (Johar & Suhartanto, 2019:1).

Bukan hanya teknologi, *islamic banking* di Indonesia pun ikut mengalami kemajuan yang signifikan. Hal itu dikarenakan Indonesia merupakan salah satu negara yang penduduk beragama Islamnya terbanyak di dunia. Zaman sekarang masyarakat pun perlahan memahami tentang keharaman bunga yang ada di perbankan konvensional dan memilih beralih ke perbankan syariah yang mengedepankan akad bagi hasil beserta prinsip syariahnya (Ramadhan & Herianingrum, 2017: 478).

Oleh sebab itu dalam menjalankan produk serta pelayanannya, perbankan juga perlu memahami akan mana yang dilarang dan mana yang diperbolehkan. Jangan sampai produk yang dikeluarkan dari bank tidak selaras dengan hukum Islam misalnya saja berkenaan dengan unsur riba (Maharani & Hidayat, 2020: 50).

Bunga uang atau yang biasa disebut *interest*, adalah unsur utama yang diharamkan dalam Islam ialah bunga atau riba. Dalam Islam, riba dianggap sebagai salah satu unsur buruk yang dapat merusak masyarakat secara ekonomi, sosial, maupun moral. Maka dari itu, Al-Quran melarang umat Islam untuk memberi atau memakan riba (Muhamad, 2018: 33-34). Pelarangan mengenai riba ini tercantum dalam firman Allah Q.S An Nisa Ayat 161 sebagai berikut:

وَأَخَذَهُمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

Artinya:

“...dan karena mereka menjalankan riba, padahal sungguh mereka telah dilarang darinya, dan karena mereka memakan harta orang dengan cara tidak sah (batil). Dan Kami sediakan untuk orang-orang kafir di antara mereka azab yang pedih.”

Produk-produk yang ada di bank syariah dikategorikan berdasarkan empat macam kategori perjanjian yang dikenal dalam Islam. Dalam perbankan syariah, setiap produk yang dikeluarkan harus didasarkan pada prinsip titipan, jual beli, sewa-menyewa, bagi hasil, dan akad yang sifatnya sosial (*tabarru*) (Umam, 2016: 60). Dengan adanya label syariah, maka muncul pemahaman

bahwa produk perbankan tersebut sudah selaras dan menerapkan ajaran-ajaran Islam (Mansur, 2018: 65). Sekarang ini perbankan yang berlabelkan syariah pun sudah banyak bermunculan. Terlebih lagi masyarakat Indonesia memang mayoritas beragama Islam, maka dari itu perbankan berlabel syariah cukup diminati di Indonesia.

Alasan lain bank syariah cukup diminati adalah karena dianggap lebih manusiawi dan dapat dijadikan solusi dari masalah sistem perbankan konvensional. Contohnya saja saat nasabah sedang mengalami kerugian usaha, pihak bank konvensional tak jarang akan menyita barang jaminannya seperti tanah maupun tempat tinggal. Berbeda dengan bank syariah yang mengedepankan bagi hasil, jika nasabah rugi maka bank syariah juga akan mengalami kerugian begitu pula sebaliknya. Maka dari itu untung maupun rugi dapat ditanggung bersama. Dari sana bisa terlihat perbedaan yang cukup mencolok dari kedua bank tersebut. Jika bank konvensional berorientasi pada dunia, berbeda dengan bank syariah yang orientasinya pada dunia maupun akhirat (Mansur, 2018: 62).

Meskipun begitu, tidak semua masyarakat mau menjadi nasabah di bank syariah. Hal itulah yang kemudian menjadi tantangan tersendiri bagi pihak bank syariah. Mempertimbangkan sebuah *brand company* (label) dan meningkatkan mutu pelayanan bisa menjadi cara perbankan syariah untuk menarik minat nasabah. Dengan pelayanan yang baik akan menimbulkan citra positif terhadap perbankan syariah di mata masyarakat, selain itu sebuah label juga dapat menjadi faktor keberhasilan suatu perusahaan. Karena brand atau

label yang terkenal pasti mutunya terjamin pula, maka dari itu penting untuk bank syariah mempopulerkan *brand* mereka agar nantinya bisa bersaing dengan bank konvensional (Sukhmono, 2011: 3).

Perubahan gaya hidup nasabah perbankan yang lebih modern menjadi salah satu faktor penyebab meningkatnya perkembangan digital banking di Indonesia (Rahmawati & Fianto, 2020: 1118). Maka dari itu untuk memenuhi perkembangan teknologi yang semakin pesat, kebanyakan industri perbankan sekarang sudah menyediakan layanan berbasis teknologi berbentuk *electronic banking* untuk nasabahnya seperti *automated teller machine* (ATM), *phone banking*, *internet banking*, *SMS banking*, dan *mobile banking*. Salah satu produk bank elektronik adalah mobile banking, yaitu sebuah aplikasi yang bisa di-*install* pada smartphone nasabah dengan Google play store ataupun App store (Kristianti & Pambudi, 2017: 51).

Menurut pendapat Hutabarat (2010), mobile banking merupakan sebuah fasilitas yang diberikan perbankan yang dapat diakses melalui *handphone* dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang tunai (Tirtana & Sari, 2014: 674). Meskipun begitu sebenarnya *mobile banking* ini bukan merupakan produk baru yang dimiliki bank. Dengan adanya layanan *mobile banking*, bank dapat menggabungkan secara bersamaan aplikasi bisnis dengan teknologi informasi (Tirtana & Sari, 2014: 672).

Layanan mobile banking merupakan produk layanan yang bisa mempermudah juga mempercepat pelanggan dalam melakukan transaksi, serta dapat dilakukan secara elektronik dan tidak perlu datang langsung ke kantor bank untuk melakukan transaksi (Marliyah dkk., 2021: 2718). Mobile banking merupakan salah satu layanan yang diberikan oleh bank yang dapat diakses melalui ponsel pintar disertai banyaknya fitur yang telah disajikan untuk memudahkan nasabah melakukan berbagai transaksi perbankan. Sebenarnya mobile banking ini sekilas mirip dengan SMS *banking*, hanya saja mobile banking fiturnya lebih lengkap daripada SMS banking (Safitri & Anggraini, 2021: 12).

Adanya mobile banking membuat nasabah dapat dengan mudah mengakses rekening, melakukan berbagai transaksi, ataupun untuk memperoleh informasi mengenai produk dan jasa bank tanpa harus mengunjungi kantor bank. Hal ini jelas lebih efektif dan efisien karena bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja selama memiliki *smartphone*, bahkan jika hanya di rumah saja pengguna sudah dapat melakukan berbagai transaksi yang diinginkan (Safitri & Anggraini, 2021: 12).

Pihak Otoritas Jasa Keuangan mengungkapkan bahwa pengguna *mobile* dan *internet banking* terjadi peningkatan yang luar biasa, hal tersebut seiring dengan program transformasi digital yang semakin massif di industri perbankan juga karena adanya efek pandemi covid-19. Dari 2016 hingga Agustus 2021, diketahui bahwa transaksi *mobile* dan *internet banking* meningkat sebanyak lebih dari 300%.

Salah satu pengguna *mobile banking* saat ini adalah mahasiswa S1 UIN Antasari Banjarmasin yang biasanya menggunakan aplikasi *mobile banking* syariah untuk membayar Uang Kuliah Tunggal (UKT). Cara ini dirasa lebih cepat dan mudah daripada harus datang langsung bahkan mengantri di kantor cabang bank. Karena *mobile banking* sendiri sudah menyediakan fitur pembayaran akademik/institusi yang bisa digunakan untuk mahasiswa membayar UKT. Tidak hanya untuk membayar biaya pendidikan seperti UKT, *mobile banking* syariah juga memiliki sejumlah fitur yang lengkap untuk membantu kemudahan bertransaksi. Seperti, mengecek info rekening, melakukan transfer dana, melakukan pembayaran maupun pembelian, melakukan donasi online atau berzakat, adanya fitur E-Mas dan gadai emas, serta masih banyak lagi.

Oleh sebab itu penulis melakukan penelitian dalam bentuk karya ilmiah yaitu skripsi dengan judul “Pengaruh Label Syariah, Kemudahan dan Kelengkapan Fitur Terhadap Keputusan Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin Menggunakan Mobile Banking Syariah”.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel label syariah, kemudahan, dan kelengkapan fitur berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan *mobile banking* syariah?

2. Apakah variabel label syariah, kemudahan, dan kelengkapan fitur berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan mobile banking syariah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah variabel label syariah, kemudahan, dan kelengkapan fitur berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan mobile banking syariah
2. Untuk mengetahui apakah variabel label syariah, kemudahan, dan kelengkapan fitur berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan mobile banking syariah

### **D. Kegunaan Penelitian**

#### **a. Bagi Akademisi**

- 1) Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan serta pemahaman mengenai pengaruh label syariah, kemudahan, dan kelengkapan fitur terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan *mobile banking* syariah.

2) Dengan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai syarat agar mendapat *title* S-1 di Jurusan Perbankan Syariah pada Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

b. Bagi Praktisi

1) Dengan adanya penelitian ini, diharapkan bisa memberikan manfaat untuk perbankan syariah dan pihak terkait dalam pengambilan kebijakan atau keputusan yang nantinya bisa meningkatkan kualitas produk perbankan syariah.

2) Penelitian ini juga diharapkan dapat membuat pihak perbankan syariah mempertahankan berbagai keunggulan yang dimiliki, juga menciptakan berbagai inovasi produk terbaru agar dapat bersaing dengan bank-bank konvensional dan menarik minat nasabah lebih banyak lagi.

c. Bagi Masyarakat

1) Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat dijadikan topik pertimbangan bagi calon pengguna agar mulai menggunakan *mobile banking* di perbankan syariah.

2) Selain itu diharapkan juga bisa menarik minat masyarakat untuk mulai menjadi nasabah di bank syariah.

## **E. Definisi Operasional**

Berdasarkan pendapat Kotler dan Keller (2009), definisi label merupakan sebuah tampilan sederhana berupa nama maupun desain yang dirancang khusus yang tujuannya untuk membedakan atau mencirikan



suatu barang dan jasa agar tampak berbeda dengan produk pesaing yang sejenis (RISKAWATI, 2019: 32). Label yang dimaksud dalam penelitian ini adalah label syariah pada bank yang memiliki produk layanan berupa mobile banking. Dengan indikator label adalah dapat diingat, berarti/ mempunyai arti, dan dapat disukai.

Berdasarkan pendapat Davis (1989), kemudahan didefinisikan sebagai suatu tingkatan di mana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan sistem informasi tidak perlu menggunakan tenaga yang berlebihan atau tidak perlu usaha yang besar pada saat digunakan (Hapsara, 2015: 6). Jadi, kemudahan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kemudahan dalam menggunakan, mempelajari, dan memahami tentang mobile banking syariah. Dengan indikator kemudahan adalah mudah untuk digunakan, jelas dan mudah dimengerti, dan mudah untuk dipelajari.

Menurut Schmitt (2010) Fitur yaitu suatu karakteristik yang memberi tambahan fungsi pada suatu produk. Fitur juga berfungsi sebagai pembeda dari satu produk atau jasa dengan produk atau jasa sejenis milik pesaing, lalu nantinya akan menjadi alasan konsumen untuk memilih (Priyadi & Gunawan, 2020: 66). Jadi, fitur yang dimaksud dalam penelitian ini adalah fitur-fitur yang tersedia di dalam layanan mobile banking syariah. Dengan indikator fitur adalah keragaman fitur, fitur sesuai dengan harapan, dan fitur memiliki keunggulan.

Keputusan merupakan suatu proses penelusuran masalah oleh individu yang diawali dari mengenali latar belakang masalahnya, mencari informasi atau mengidentifikasi masalah, hingga berakhir dengan terbentuknya kesimpulan atau keputusan untuk memilih pilihan yang dianggap tepat (Solehah, 2019: 34). Jadi, keputusan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berkaitan dengan keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan mobile banking syariah. Dengan indikator keputusan adalah memperhatikan aspek halal dan haram, menghindari unsur riba, dan sesuai kebutuhan/ tidak berlebihan.

#### **F. Penelitian Terdahulu**

Menurut penulis, penelitian terdahulu yang dianggap selaras dengan penelitian ini yaitu:

1. Maria Loki Kristianti & Rilo Pambudi (2017). Judul: Analisis Pengaruh Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa di DKI Jakarta. Sementara itu metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti tersebut yaitu menggunakan metode angket atau kuisioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, dan Fitur Layanan berpengaruh terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Di DKI Jakarta.
2. Pribadi, A., & Gunawan, R (2020). Judul: Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah

Pengguna *Internet Banking* (Studi Kasus BRI Syariah Pusat). Sedangkan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti tersebut yaitu menggunakan metode angket atau kuisisioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah pengguna *internet banking*.

3. Radityo Febri Hapsara (2015). Judul: Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi pada Nasabah Bank BRI Kantor Cabang Solo Kartasura). Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan pengujian hipotesis. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu adanya pengaruh secara simultan dari kegunaan, kemudahan, resiko, dan kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking. Dan secara parsial kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.
4. Reza Ramadhan dan Sri Herianingrum (2017). Judul: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Surabaya). Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan pengujian hipotesis. Hasil penelitian yang diperoleh adalah adanya pengaruh secara simultan dari persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kredibilitas, dan persepsi harga terhadap niat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Dan secara signifikan

kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

5. Rudi Agusman (2018). Judul: Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Sunggal. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian yang diperoleh adalah adanya pengaruh secara parsial dan simultan dari label syariah terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah mandiri cabang Medan Sunggal.

Ada beberapa perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian milik penulis, yaitu sebagai berikut:

Maria Loki Kristianti & Rilo Pambudi (2017), perbedaannya terletak pada variabel dan subjek penelitiannya. Variabel yang digunakan mencakup kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi tingkat keamanan, dan fitur layanan. Subjek penelitiannya adalah mahasiswa di DKI Jakarta yang menggunakan *mobile banking*. Sementara penelitian milik penulis berfokus pada variabel label syariah, kemudahan dan kelengkapan fitur dengan subjek penelitiannya adalah mahasiswa S1 UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan *mobile banking syariah*.

Pribadi, A., & Gunawan, R (2020), perbedaannya terletak pada variabel dan subjek penelitiannya. Variabel yang digunakan mencakup persepsi Kemudahan, Risiko, dan Fitur Layanan. Subjek penelitiannya adalah nasabah Bank BRI Syariah Pusat. Sementara penelitian milik

penulis berfokus pada variabel label syariah, kemudahan dan kelengkapan fitur dengan subjek penelitiannya adalah mahasiswa S1 UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan mobile banking syariah.

Radityo Febri Hapsara (2015), perbedaannya dapat dilihat pada variabel dan subjek penelitiannya. Variabel yang dipakai yaitu kegunaan, kemudahan, resiko, dan kepercayaan. Sedangkan subjek penelitiannya adalah nasabah bank BRI Kantor Cabang Solo Kartasura. Sementara penelitian milik penulis ini berfokus pada variabel label syariah, kemudahan dan kelengkapan fitur dengan subjek penelitiannya adalah mahasiswa S1 UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan mobile banking syariah.

Reza Ramadhan dan Sri Herianingrum (2017), perbedaannya terletak pada variabel dan subjek penelitiannya. Variabel yang digunakan yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kredibilitas, dan persepsi harga. Sedangkan subjek penelitiannya yaitu nasabah Bank Syariah Mandiri Surabaya. Sementara penelitian milik penulis ini berfokus pada variabel label syariah, kemudahan dan kelengkapan fitur dengan subjek penelitiannya adalah mahasiswa S1 UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan mobile banking syariah.

Rudi Agusman (2018), perbedaannya terletak pada variabel dan subjek penelitiannya. Variabel yang digunakan yaitu hanya label syariah saja. Sedangkan subjek penelitiannya yaitu masyarakat Medan Sunggal.

Sementara penelitian milik penulis ini berfokus pada variabel label syariah, kemudahan dan kelengkapan fitur dengan subjek penelitiannya adalah mahasiswa S1 UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan mobile banking syariah.

### **G. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis yang diduga dalam penelitian ini adalah:

1. H0: Label syariah tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan *mobile banking* syariah.  
H1: Label syariah berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan *mobile banking* syariah.
2. H0: Kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan *mobile banking* syariah.  
H2: Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan *mobile banking* syariah.
3. H0: Kelengkapan fitur tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan *mobile banking* syariah.  
H3: Kelengkapan fitur berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan *mobile banking* syariah.

### **H. Sistematika Pembahasan**

Dalam sistematika pembahasan ini akan berisi uraian singkat mengenai isi bab yang akan ditulis dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan. Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, hipotesis penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan landasan teori. Pada bab ini disajikan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian, yaitu teori tentang label syariah, kemudahan, fitur, dan keputusan penggunaan.

Bab III merupakan metode penelitian. Pada bab ini disajikan informasi secara deskriptif mengenai bagaimana penelitian akan dilaksanakan, variabel penelitian beserta metode analisis.

Bab IV merupakan penyajian data dan analisis. Pada bab ini disajikan hasil penelitian yang telah dilakukan berupa analisis pengaruh label syariah, kemudahan dan kelengkapan fitur terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan *mobile banking* syariah.

Bab V adalah penutup. Dalam bab ini memberikan kesimpulan serta saran yang berkaitan dengan penelitian.