

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan kemajuan teknologi menjadi salah satu obyek penunjang yang dapat berpengaruh dalam kebutuhan manusia. Akses internet yang mudah menjadi pilihan untuk seseorang yang memiliki kebutuhan seperti halnya dalam mencari berbagai informasi, ataupun sebagai alat komunikasi, bahkan transaksi keuangan dapat dilakukan dengan mudah melalui koneksi internet (Khoiriyah & Putra, 2022).

Negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, tentu memiliki daya tarik tersendiri bagi para peneliti (Rizvi et al., 2020). Hingga tahun 2021, publikasi ilmiah terkait perbankan syariah di Indonesia telah mencapai 500 paper (Marlina et al., 2021). Hal tersebut tidak terlepas dari kondisi Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, yang tentunya sangat potensial bagi perbankan syariah. Selain itu, perbankan syariah di Indonesia memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan negara lain, yakni terletak pada bentuk kelembagaannya (Yusuf et al., 2023).

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank di Indonesia yang berbasis di bidang perbankan syariah yang juga menyediakan layanan *Mobile banking*. Bank BSI memahami bahwa layanan yang diberikan kepada pengguna harus menyesuaikan dengan perkembangan teknologi, artinya menghadapi dunia teknologi yang sudah maju pesat harus juga dimanfaatkan sebaik baiknya

terutama dalam hal memaksimalkan menggunakan internet maka Bank BSI akan tetap dapat bersaing. Di bagian ini, perbankan harus bekerja lebih keras untuk memasarkan produk untuk menarik minat nasabah menggunakan produk *Mobile banking*.

Lahirnya peraturan perundang-undangan dan peraturan-peraturan lainnya tentang perbankan syari'ah merupakan sebuah momentum pengembangan perbankan syari'ah di Indonesia. Undang-undang ini menjadi batu pijakan berdirinya sistem ekonomi syari'ah di Indonesia dalam menjawab tantangan krisis yang ada. Lahirnya sejumlah peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perbankan syari'ah menunjukkan pemberlakuan hukum Islam dalam konteks kenegaraan tidak sebatas pada hal-hal yang bersentuhan dengan bidang ibadah tetapi juga menyentuh bidang muamalah, khususnya dalam bidang ekonomi (Syaugi, 1970).

Bank Syariah Indonesia (BSI) menyediakan layanan *Mobile banking* kepada para nasabah yang bernama *BSI Mobile*. *BSI Mobile* merupakan aplikasi yang berfungsi untuk memberikan kemudahan bertransaksi, beribadah dan berbagi melalui beragam fitur dalam satu aplikasi dengan cara yang aman, cepat dan mudah dilakukan kapan saja dan dimana saja (BSI, 2021).

Salah satu ukuran keberhasilan suatu bank dan menjalankan usahanya secara profesional adalah dari kepuasan nasabah-nasabahnya atas penggunaan layanan bank tersebut. Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang berkualitas tinggi akan memperkuat citra perusahaan, mempertahankan

nasabah untuk terus menggunakan layanan perusahaan tersebut, serta mampu menarik calon nasabah baru (Rahim, Fatira & Karina, 2022).

Dalam Islam, pelayanan harus didasarkan pada etika dan ditujukan kepada ibadah untuk mendapatkan keridhaan Allah SWT. Pilar sikap melayani adalah berbuat ihsan kepada orang lain. Al-Qur'an menyuruh manusia untuk berbuat ihsan kepada orang lain sebagaimana Allah telah berbuat baik kepada manusia. Dalam Q.S Al-Qashash/28: 77.

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ
وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Terjemah Kemenag 2019

Artinya: “Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”

Mobile banking merupakan fasilitas yang memanfaatkan aplikasi *smartphone* sebagai alat transaksi perbankan yang memberikan kemudahan dan kegunaan yang hampir sama dengan ATM (Nurastuti, 2011). Pernyataan ini didukung bahwa aktivitas transaksi yang terdapat di ATM bisa dilakukan dengan *Mobile device smartphone* karena cara kerjanya sama dengan *internet banking* yaitu kemudahan dalam melakukan transaksi seperti pembayaran, *transfer*, pengecekan mutasi rekening dan lain-lain (Prawiramulia & Telkom, 2014).

Terjadi peningkatan jumlah nasabah BSI *Mobile Banking* dari Juni 2019 sampai Juni 2020 sebesar 45% yoy. Jumlah transaksi per bulan dari Juni 2019 sampai Juni 2020 juga mengalami peningkatan sebesar 113 % yoy (*year on year*). Dampak positif terhadap perkembangan transaksi digital. Hal ini dapat terlihat dari peningkatan jumlah *User BSI Mobile* yang mengalami peningkatan hingga 45% dari 860.000 nasabah pada juni 2019 menjadi 1,25 juta nasabah pada juni 2020. Jumlah transaksi digital per bulan mengalami peningkatan 113,4% dari 1,7 juta transaksi pada juni 2019 menjadi 3,6 juta transaksi pada juni 2020 (Bank Syariah Indonesia, 2021) (Muzdalifah & Mahmudi, 2023).

Peningkatan transaksi ini didorong oleh hadirnya kebiasaan baru masyarakat Indonesia dalam berbelanja di *e-commerce*. Dalam menjaga pertumbuhan, Bank Syariah Indonesia akan terus meningkatkan kapabilitas digital. Hal ini didorong oleh jumlah pengguna BSI *Mobile* yang menembus 2,5 juta pengguna BSI pertahun 2021 (Khoiriyah & Putra, 2022).

Selain aktivitas setor tunai, BSI juga melaporkan setoran nasabah institusi dan mitra bayar sampai Rp 33,11 miliar dari 1.494 transaksi. Pencapaian tersebut terus naik secara signifikan dibanding hari sebelumnya yang hanya Rp 18,26 miliar dari 1.307 transaksi. Anton Sukarna selaku Direktur Sales & Distribution BSI menegaskan jika kepercayaan nasabah BSI masih tinggi, walaupun bank sedang dalam gangguan pelayanan pada 8 Mei 2023. Hal itu ditunjukkan melalui kinerja hariannya yang terus mengalami kenaikan (Fazry, 2023).

Kemudahan dalam penggunaan teknologi merupakan faktor yang paling utama bagi konsumen atau nasabah untuk memutuskan menggunakan (Jogiyanto, 2007). Teknologi yang dimaksud adalah *Mobile banking* yang dapat memberikan berbagai kemudahan yang diinginkan oleh nasabah. Oleh sebab itu layanan teknologi dalam *Mobile banking* dapat memberikan kemudahan dapat dikatakan mudah apabila mudah dipelajari, fleksibel, mudah digunakan. Sehingga perlu adanya upaya untuk memberikan kemudahan-kemudahan yang terdapat didalam fitur *Mobile banking*. Jika kemudahan transaksi ini tersedia di fitur *Mobile banking*, maka hal tersebut akan mendorong minat para nasabah melakukan transaksi melalui *Mobile banking* (Antoni, 2022).

Keamanan data nasabah menjadi perhatian utama bank ketika nasabah berinteraksi dengan aktivitas *Mobile banking*. Tujuan utama keamanan adalah untuk merahasiakan data, uang, dan transaksi bank mereka daripada memegang uang tunai yang lebih berisiko dengan demikian, nasabah puas ketika privasi mereka aman. Bank wajib memelihara pertukaran data elektronik, Studi dari Iran menyebutkan bahwa keamanan informasi merupakan bagian penting dari sistem *Mobile banking* bagi nasabah bank (Safarpour, 2016).

Brand Image berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini sesuai dengan pandangan yang menyatakan bahwa *brand image* merupakan hal penting yang mempengaruhi pertimbangan nasabah dalam mempertahankan loyalitasnya terhadap suatu produk (Ramadhani, 2022). *Brand Image* bagi perbankan merupakan salah satu hal penting dalam menentukan strategi

bersaing dengan kompetitor untuk membangun loyalitas dibenak nasabah. Pengaruh *brand image* yang baik dapat membangun kepercayaan dan persepsi positif terhadap produk dan jasa yang digunakan. Memenangkan hati nasabah dapat dilihat dari seberapa puas nasabah dengan keunggulan produk serta pelayanan yang diberikan. Terciptanya kepuasan nasabah merupakan salah satu keberhasilan perbankan dalam memikat hati nasabah untuk mendapatkan nasabah yang loyal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang loyal sudah pasti mendapat kepuasan atas apa diharapkan dengan apa yang dirasakan (Makom, 2023).

Dibalik pesatnya peningkatan pengguna *BSI Mobile* terdapat sisi lain yakni masih adanya nasabah yang tidak berminat mengaktifkan *BSI Mobile*. Alasan nasabah tidak berminat mengaktifkan *Mobile banking* karena mereka lebih memilih transaksi melalui ATM atau langsung datang ke teller sebab mereka takut akan risiko pada saat melakukan transaksi melalui *Mobile banking*. Banyak dari mereka yang belum percaya akan sistem keamanan dari *Mobile banking*. Sebanyak 32% pengguna *Mobile banking* di Indonesia menyebutkan bahwa kepercayaan merupakan masalah yang membuat mereka khawatir melakukan transaksi *Online* (Jayantari & Seminari, 2018). Selain itu, alasan lain nasabah tidak berminat mengaktifkan *Mobile banking* disebabkan karena kurangnya pengetahuan akan kemudahan dan manfaat dari layanan *Mobile banking* (Kurniawati et al., 2017).

Pada salah satu penelitian yang dilakukan di Desa Sungai Tereng merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Nipah Panjang,

Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Mayoritas penduduknya bersuku Bugis. berdasarkan hasil sensus penduduk 2021 Penduduk Desa Sungai Tering berjumlah sekitar 2039 Penduduknya dengan jumlah KK 752 memiliki luas wilayah 17,87 km. hasil data yang didapatkan oleh penulis di lapangan bahwasanya, di desa sungai tering terdapat ada 52 masyarakat yang telah menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Namun dari 52 orang tersebut hanya ada 16 orang yang telah memiliki BSI *Mobile* dan 5 orang yang selalu rutin menggunakan. Akan tetapi, nyatanya masyarakat yang tidak menggunakan BSI *Mobile* itu jumlahnya lebih banyak, untuk masyarakat yang tidak menggunakan karena tidak berminat sebanyak 36 orang dan yang menggunakan BSI *Mobile* sebanyak 11 orang.

Berdasarkan latar belakang di atas, ketika terjadi perubahan teknologi, dalam hal ini perubahan aplikasi, akan selalu muncul dua pernyataan, yaitu apakah aplikasi tersebut lebih baik atau lebih buruk atau lebih diinginkan atau tidak diinginkan. Untuk menyampaikan minat tersebut, teori model penerimaan yang dikembangkan oleh Davis (1989), menyatakan bahwa penggunaan suatu sistem aplikasi dimotivasi oleh tujuan perilaku, di mana nilai dipengaruhi oleh interpretasi konsumen (keyakinan) dalam bentuk persepsi (Muzdalipah & Mahmudi, 2023).

Maka dari itu, penulis merasa perlu mempertimbangkan meneliti variabel kemudahan, keamanan, dan *brand image* agar dapat membantu untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam

menggunakan layanan keuangan digital (*BSI Mobile*), sehingga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi layanan yang diberikan.

Berdasarkan teori yang dikemukakan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang disajikan sebuah penelitian berjudul **“Pengaruh Kemudahan, Keamanan dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembukaan Rekening Melalui *BSI Mobile* di Bank Syariah Indonesia Kota Banjarmasin.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah peneliti uraikan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kemudahan secara parsial terhadap keputusan pembukaan rekening melalui *BSI Mobile* di Bank Syariah Indonesia Kota Banjarmasin?
2. Bagaimana pengaruh keamanan secara parsial terhadap keputusan pembukaan rekening melalui *BSI Mobile* di Bank Syariah Indonesia Kota Banjarmasin?
3. Bagaimana pengaruh *brand image* secara parsial terhadap keputusan pembukaan rekening melalui *BSI Mobile* di Bank Syariah Indonesia Kota Banjarmasin?
4. Bagaimana pengaruh kemudahan, keamanan dan *brand image* secara simultan terhadap keputusan pembukaan rekening melalui *BSI Mobile* di Bank Syariah Indonesia Kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan secara parsial terhadap keputusan pembukaan rekening melalui BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia Kota Banjarmasin?
2. Untuk mengetahui pengaruh keamanan secara parsial terhadap keputusan pembukaan rekening melalui BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia Kota Banjarmasin?
3. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* secara parsial terhadap keputusan pembukaan rekening melalui BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia Kota Banjarmasin?
4. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan, keamanan dan *brand image* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembukaan rekening melalui BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia Kota Banjarmasin ?

D. Signifikansi Penelitian

Peneliti berharap dapat memberi informasi secara jelas mengenai kemudahan, keamanan dan *brand image* Bank Syariah Indonesia untuk pembukaan rekening sehingga dapat memberikan manfaat, sebagai berikut:

1. Secara teoritis
 - a. Melalui penelitian ini peneliti berharap dapat menambah pengetahuan dan ilmu tentang bagaimana faktor-faktor ini saling berinteraksi dan

mempengaruhi preferensi nasabah dalam konteks Bank Syariah Indonesia.

- b. Memberikan sumbangan ilmiah bagi akademis sehingga dapat digunakan sebagai landasan maupun acuan bagi penelitian-penelitian berikutnya.

2. Secara Praktis

- a. Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat membantu perbankan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dalam pembukaan rekening melalui *BSI Mobile* dengan meningkatkan aspek-aspek yang relevan seperti kemudahan proses, keamanan transaksi dan *brand image*.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan atau referensi bagi penelitian yang akan dilakukan atau akan datang, kemudian penelitian ini dapat menambah wawasan atau pengetahuan baru.