

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi di Indonesia dalam beberapa tahun ini menunjukkan perkembangan yang signifikan termasuk juga dalam ekonomi syariah. Bukti konkret dari kemajuan ekonomi syariah ialah berkembangnya perbankan yang berasaskan syariah (Nurahmadi Haris 2017, hlm. 1). Industri perbankan di Indonesia juga ikut mengadopsi kemajuan teknologi internet yang dimanfaatkan untuk meningkatkan pelayanan. Peluang ini dicoba oleh lembaga keuangan perbankan, baik itu bank yang berada dibawah pengawasan pemerintah maupun bank swasta. Ini disebabkan oleh fakta bahwa internet adalah sebuah inovasi yang memberikan kesempatan dan tantangan yang besar dalam setiap tahap pengembangannya (Usman 2021, hlm. 54).

Semakin berkembangnya zaman semakin maju juga tingkat perkembangan teknologi. Dalam kehidupan sehari-hari dengan adanya teknologi juga memberikan pengaruh yang baik dalam kegiatan ekonomi dan sosial masyarakat, termasuk kegiatan transaksi keuangan secara langsung atau tidak langsung. Perkembangan industri ini tidak lepas dari kemajuan teknologi informasi yang mengubah strategi bisnis dalam dunia usaha, termasuk di dalam perbankan syariah yang juga menempatkan teknologi informasi sebagai fokus utama dalam memberikan layanan. Di Indonesia terdapat banyak bank syariah, salah satunya adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Bank Syariah Indonesia (BSI) ialah Lembaga Keuangan

Syariah yang menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam, yang berfokus pada peningkatan kualitas ekonomi dengan mengembangkan kemandirian melalui perhimpunan seperti penyaluran dana. Untuk mendorong kemajuan Bank Syariah Indonesia (BSI), perlu diperhatikan bahwa mayoritas masyarakat muslim Indonesia kini sangat mengharapkan sistem Perbankan Syariah yang dapat dipercaya untuk memenuhi kebutuhan mereka terhadap layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah. Terlebih lagi, dengan berlakunya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Saat ini banyak bank memberikan layanan untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi, segala macam transaksi dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi elektronik tanpa harus bertemu secara langsung.

Bank Syariah Indonesia (BSI) juga memberikan layanan *mobile banking* untuk mempermudah nasabah bertransaksi dengan dibantu kecanggihan teknologi dan informasi (Nurdin, 2016, hlm. 10). Secara umum, *mobile banking* adalah sarana distribusi yang digunakan oleh bank untuk memungkinkan nasabah mengakses rekening mereka melalui teknologi penyampaian data melalui ponsel atau *General Package Radio Service* (GPRS) menggunakan perangkat seluler (ponsel). Dengan adanya layanan *mobile banking*, nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja tanpa perlu mengunjungi bank tersebut secara langsung. Maka layanan *mobile banking* dapat dipakai untuk transaksi – transaksi seperti pemindahan dana antar bank, pemeriksaan saldo, serta dapat juga digunakan untuk melakukan pembelian atau pembayaran. Penggunaan *mobile banking* dianggap menguntungkan bagi pihak bank dan nasabah karena semua transaksi

menjadi lebih mudah, efektif, dan efisien. Di era seperti ini seseorang perlu mengambil keputusan untuk mengikuti tren teknologi seperti penggunaan layanan *mobile banking* agar memudahkan mereka dalam bertransaksi. Nasabah berinteraksi melalui teknologi, layanan *mobile banking* yang disediakan bank memiliki peran penting dalam mengurangi biaya operasional dan membantu bank membangun hubungan yang lebih baik dengan nasabah (Anjar Gumelar dkk. 2020, hlm. 1). Tidak bisa kita pungkiri bahwa mahasiswa adalah salah satu kelompok nasabah yang sering menggunakan layanan perbankan. Saat ini banyak perguruan tinggi yang bekerja sama dengan institusi perbankan dalam mengelola transaksi keuangan, termasuk di antaranya UIN Antasari Banjarmasin yang bekerja sama dengan Bank Syariah Indonesia untuk pembayaran uang kuliah tunggal (UKT). Dengan tersedianya layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia mahasiswa dapat dengan mudah melakukan berbagai jenis transaksi perbankan. Mahasiswa tidak perlu mengunjungi bank yang bersangkutan secara langsung, menunggu dalam antrian dan membuang banyak waktu di bank. Hanya melalui layanan *mobile banking*, mahasiswa bisa dengan mudah melakukan transaksi tersebut. Oleh karena itu, mahasiswa generasi millennial yang kini telah menyadari teknologi dan menjadikannya sebagai gaya konsumsi, termasuk dalam memanfaatkan layanan perbankan. Maka dari itu, saat ini layanan perbankan bersaing untuk melakukan transformasi dengan memanfaatkan teknologi dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Tak terkecuali Bank Syariah Indonesia yang memberikan pelayanan berbasis syariah pendongkrak perekonomian umat Islam di Indonesia.

Tingginya penggunaan *mobile banking* oleh nasabah di Kota Banjarmasin terkhususnya bagi mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menarik untuk dilakukan suatu penelitian untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap keputusan penggunaan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Persepsi kepercayaan dalam memutuskan penggunaan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia bertujuan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman, aman dan mempercayai bank tersebut karena mudah mendapatkan informasi yang diinginkan dari bank tersebut (Sudirman 2021, hlm. 5). Sebuah sistem online dapat meningkatkan komunikasi, seperti transparansi, responsifitas yang cepat, dan kualitas informasi yang akan memengaruhi kemampuan teknologi sistem online yang dapat diakses melalui perangkat seluler (ponsel) saja untuk memenuhi kebutuhan penggunaan *mobile banking*. Pengendalian perilaku terhadap keputusan penggunaan layanan *mobile banking* ini dapat terjadi ketika pihak bank mengirimkan informasi ke *server* kemudian dihubungkan ke nasabah. Dalam situasi ini, *server* dapat memberikan informasi yang lengkap kepada nasabah dengan mudah. Nasabah yang tidak mendapatkan informasi yang lengkap mengenai mutu suatu produk, sering kali kehilangan kepercayaan untuk melakukan transaksi menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengawasan terhadap layanan *mobile banking* ini. Situasi ini mendorong bank untuk meningkatkan loyalitas nasabahnya, dan salah satu caranya adalah memperkuat kepercayaan nasabah terhadap keputusan penggunaan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Jika kepercayaan nasabah terbangun, hal ini akan memberikan keuntungan, seperti memberikan

kesan positif serta membangun ajakan dari satu nasabah ke nasabah yang lainnya sehingga terjadi keputusan untuk menggunakan layanan yang disediakan oleh Bank Syariah tersebut. Kepercayaan adalah keyakinan (*confidence*) seseorang terhadap sesuatu. Dengan adanya kepercayaan nasabah didalam dunia perbankan merupakan faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan seseorang apakah nantinya akan menggunakan layanan yang telah disediakan oleh Bank tersebut atau tidak. Dalam melakukan tugasnya bank harus amanah, jujur dan yang terpenting adalah menjaga kepercayaan dari nasabah yang telah diberikan kepadanya sesuai ayat Q.S Al-Anfal/08:27

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَخَوْنُوا أَمَانَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, Janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”. (Q.S. Al-Anfal: 27).

Selain kepercayaan, kepuasan juga menjadi faktor keputusan seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Penggunaan layanan *mobile banking* dapat dilihat juga dari tingkat keamanannya karena sistem online ini kurang aman dari yang diharapkan. Penggunaan *mobile banking* juga memiliki keterbatasan, seperti kemungkinan terjadinya gangguan jaringan yang dapat menghambat akses melalui layanan tersebut. Selain itu, tingkat keamanannya juga belum terjamin sepenuhnya, sehingga sering terjadi kasus pembobolan tabungan nasabah melalui mesin ATM oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab dan merugikan nasabah. Tentu hal ini akan memengaruhi tingkat kepuasan seseorang dalam keputusan penggunaan layanan *mobile banking*.

Berdasarkan uraian di atas, maka dalam penelitian ini penulis tertarik mengambil judul “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin)?
2. Apakah Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil rumusan masalah di atas, maka didapatkan tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin).
2. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Mobile*

Banking Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin).

D. Signifikansi Penelitian

Secara ringkas dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat berguna sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin).
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tambahan bagi pembaca dan menjadi acuan untuk penelitian yang akan datang.
3. Kontribusi pengetahuan dan kepustakaan UIN Antasari Banjarmasin secara umum dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam secara khusus.

E. Definisi Operasional/Batasan Istilah

Definisi operasional adalah suatu karakteristik, aspek, atau nilai dari suatu objek atau aktivitas yang memiliki variasi yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono 2015, hlm. 38). Agar lebih mudah dipahami dan menghindari kesalahan dalam memahami judul dan masalah penelitian yang akan dilakukan, sesuai dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin)”,

diperlukan definisi operasional untuk memberikan batasan istilah dan menegaskan judul penelitian.

1. Kepercayaan (X1)

Menurut Lewicky dan Wiethoff, kepercayaan merupakan keyakinan individu dan kemauan untuk bertindak atas dasar kata-kata tindakan dan keputusan orang lain (Ismawati 2002, hlm. 5-6). Kepercayaan nasabah adalah salah satu faktor yang amat penting karena apabila kepercayaan tersebut terjaga dengan baik, nasabah akan merasa senang dan antusias dalam menggunakan layanan yang telah tersedia.

2. Kepuasan Nasabah (X2)

Kepuasan nasabah adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil akhir dari perbandingan antara penilaian kinerja produk dalam hubungannya dengan harapan nasabah (Kotler 1997, hlm. 56). Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi penyelenggaraan jasa, sebab nasabah akan menyebarluaskan rasa puasannya kepada calon nasabah, sehingga akan meningkatkan reputasi penyedia layanan.

3. Keputusan Penggunaan (Y)

Keputusan adalah pemilihan di antara alternatif-alternatif (James A.F. Stoner 1999, hlm. 263-274). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian penggunaan ialah memiliki arti proses, teknik melakukan pemakaian suatu benda atau pengaplikasian. (Depdiknas RI 2002). Penggunaan adalah kegiatan dalam memakai atau menggunakan suatu benda atau alat.

F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelusuran penulis ada beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian penulis diantaranya sebagai berikut :

1. Ahmad Hisyam, 2022 Judul: "*Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT. Bank Panin Dubai Syariah Tbk)*". Berdasarkan dari hasil penelitian ini, diketahui kepercayaan nasabah memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah. Hal ini menjelaskan bahwa jika Bank menjaga tingkat kepercayaan nasabah maka semakin tinggi keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank Panin Dubai Syariah. Maka dari itu tingkat kepercayaan nasabah memiliki peran yang sangat penting, sehingga Bank Panin Dubai Syariah harus menekankan tingkat kepercayaan nasabah yang lebih baik guna meningkatkan tingkat keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.
2. Syamsul Rizal dan Munawir, 2018 Judul: "*Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan Mobile Banking (M-Banking) Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh*". Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti mempunyai kesimpulan bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap penggunaan *M-Banking* pada Bank BCA Cabang Banda Aceh baik dilihat dari variabel keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati dan berwujud adalah memuaskan hal ini dapat dilihat dari memperoleh nilai rata – rata dari tanggapan responden untuk semua variabel adalah diatas 3,500. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 96%

menggambarkan bahwa variabel keandalan, keersponsifan, keyakinan, empati dan variabel berwujud sangat erat hubungannya dengan tingkat kepuasan nasabah yang menggunakan *M-Banking* pada Bank BCA Cabang Banda Aceh yaitu sebesar 96%. Sedangkan Koefisien determinan (R^2) bernilai 92,2% menunjukkan bahwa variabel keandalan, keersponsifan, keyakinan, empati dan variabel berwujud berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah yang menggunakan *M-Banking* pada Bank BCA Cabang Banda Aceh sebesar 92,2% dan 7,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar model penelitian ini. Pengujian yang dilakukan baik dengan menggunakan uji F-hitung maupun dengan menggunakan uji t-hitung maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan *M-Banking* pada Bank BCA Cabang Banda Aceh, dengan kata lain hipotesis dalam penelitian ini diterima. Perbedaan penelitian yang penulis lakukan adalah dari variabel dependen. Sedangkan persamaannya terdapat pada variabel independen yaitu variabel kepuasan nasabah.

3. Jennifer Adji dan Hatane Samuel, 2014 Judul: "*Pengaruh Satisfaction dan Trust terhadap minat beli di Starbucks The Square Surabaya*". Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti mempunyai kesimpulan bahwa variabel *satisfaction* berpengaruh signifikan *trust* di Starbucks. Variabel *trust* berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen di Starbucks The Square Surabaya. Variabel

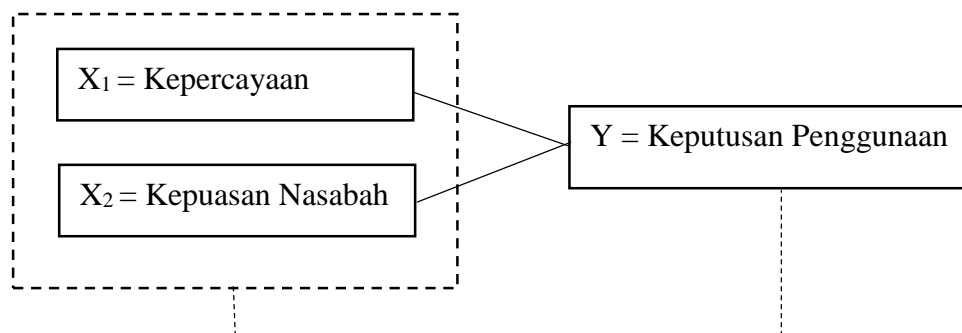
satisfaction berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen di Starbucks The Square Surabaya. Variabel *satisfaction* berpengaruh secara langsung terhadap *purchase intention* dengan *trust* sebagai variabel *intervening*. Perbedaan penelitian yang penulis lakukan adalah dari variabel *dependen*. Persamaannya adalah sama – sama menggunakan variabel *kepuasan (satisfaction)* dan variabel *kepercayaan (trust)*.

4. Ahmad Rizal, 2021 Judul: “Analisis Pengaruh *E-Service Quality*, *E-Satisfactions* dan *E-Trust* terhadap *E-Customer Loyalty* pada Pengguna *Mobile Banking BRImo*”. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis Pengaruh *E-Service Quality*, *E-Satisfactions* dan *E-Trust* terhadap *E-Customer Loyalty* pada pengguna *mobile banking BRImo* di Jabodetabek dengan menggunakan model regresi linear berganda, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut : 1. *E-Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *E-Customer Loyalty* pada pengguna *mobile banking BRImo* 2. *E-Satisfactions* berpengaruh positif signifikan terhadap *E-Customer Loyalty* pada pengguna *mobile banking BRImo* 3. *E-Trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *E-Customer Loyalty* pada pengguna *mobile banking BRImo* 4. *E-Service Quality*, *E-Satisfactions* dan *E-Trust* berpengaruh secara simultan terhadap *E-Customer Loyalty* pada pengguna *mobile banking BRImo*.

G. Kerangka Teori

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel terikat (*dependent variabel*) dan variabel bebas (*independent variabel*). Keputusan Penggunaan Layanan *Mobile Banking* sebagai variabel terikat (*dependent variabel*) yang dilambangkan dengan huruf (Y), sedangkan yang menjadi variabel bebas (*independent variabel*) dilambangkan dengan huruf (X) yaitu Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah.

Adapun kerangka pemikiran penelitian dalam judul “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin)”, sebagai berikut:



Keterangan:

————— = Garis yang berpengaruh secara parsial (uji t)

----- = Garis yang berpengaruh secara simultan (uji f)

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Secara Parsial

a. Kepercayaan

1) H_0 = Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin).

2) H_a = Terdapat pengaruh secara parsial antara Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin).

b. Kepuasan Nasabah

1) H_0 = Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Kepuasan Nasabah terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin).

2) H_a = Terdapat pengaruh secara parsial antara Kepuasan Nasabah terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin).

2. Secara Simultan

a. H_0 = Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin).

- b. H_a = Terdapat pengaruh secara simultan antara Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin).

I. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran dari penelitian ini maka penulis menguraikan sistematika pembahasan dalam lima bab. Masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab didalamnya yang saling berkaitan satu sama lain yaitu sebagai berikut:

Bab I adalah berupa pendahuluan yang di dalamnya berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam penelitian yang dilakukan, kerangka teori, hipotesis penelitian dan sistematika penelitian yaitu bagian yang menjelaskan penelitian yang akan dituangkan ke dalam penelitian agar sistematis.

Bab II adalah landasan teori, pada bab ini akan dijabarkan masalah-masalah yang akan berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber dari penelitian sebelumnya.

Bab III adalah metode penelitian yang terdiri atas jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran dan instrumen penelitian, variabel penelitian, teknik pengolahan dan analisis data.

Bab IV adalah penyajian data dan analisis data, pada bab ini akan disajikan hasil penelitian yang telah dilakukan dan menjelaskan jawaban dari rumusan masalah.

Bab V adalah penutup, dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran.