

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini Indonesia telah mengalami perkembangan ekonomi dan teknologi yang sangat pesat. Teknologi informasi sudah menjadi kebutuhan yang sangat penting dan bahkan sering digunakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan dengan cepat serta meringankan semua pekerjaan. Penggunaan teknologi informasi akan mampu meningkatkan transformasi bisnis, ketepatan, dan efisiensi pertukaran informasi. Disamping itu juga, teknologi informasi pada saat ini akan memperluas jaringan pemasaran dan memperluas *marketshare* (Nurjannah, dkk. 2021). Selain itu teknologi informasi juga sangat berdampak luar biasa dalam dunia perbankan saat ini. Akhir-akhir ini banyak sekali perubahan pada teknologi informasi, demikian juga dibidang telekomunikasi kebanyakan disebabkan oleh adanya desakan dan dasyatnya kompetensi di dunia perbankan. Perkembangan ini semakin hari semakin pesat, banyaknya pengguna internet di Indonesia tentu tidak dapat dipungkiri juga mendorong dunia bisnis untuk lebih maju dan berkembang. Internet menjadi media dalam melakukan transaksi penjualan dan pembelian. Selain itu, internet juga menjadi media untuk mencari informasi dan bertukar pikiran.

Berdasarkan data dari *Internet World Stats* pengguna internet di Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa pada maret 2021. Dengan jumlah tersebut, Indonesia berada di urutan ketiga dengan pengguna internet

terbanyak di Asia. Teknologi informasi juga mendorong dunia perbankan untuk ikut andil dalam memanfaatkan internet. Ini merupakan kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya yaitu tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tetapi juga kemudahan juga kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara online, kemudahan serta kenyamana ini ditawarkan oleh perbankan melalui layanan mobile banking (Angela, 2014).

Perkembangan bank syariah di Indonesia memiliki peluang besar, karena peluang pasarnya yang luas sejurus dengan mayoritas penduduk yang beragama Islam, dan tumbuhnya pemahaman masyarakat bahwa bunga (*Interest*) dan modal yang hasilnya telah ditentukan di muka merupakan riba yang dilarang dalam syariah islam (Utomo, dkk. 2021).

Perbankan syariah setelah mempunyai dasar hukum yang kuat, mengalami perkembangan yang sangat signifikan dengan keluarnya Undang-undang No 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Undang-undang yang mengatur perbankan syariah adalah UU No. 7 tahun 1992, kemudian diamandemen dengan UU No. 10 tahun 1998, kemudian diperkuat dengan UU khusus tentang Perbankan Syariah yaitu UU No 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah (Kalsum, 2018).

Pada tahun 2008, Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dengan dukungan pemerintah, mengesahkan UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. UU ini terdiri dari 70 pasal dan dibagi menjadi 13

bab. Industri perbankan syariah berkembang lebih cepat setelah keluarnya UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah jelas merupakan jaminan bagi kepastian usaha dan jaminan perlindungan hukum yang sangat diperlukan, sebab UU ini menjadi payung hukum bagi semua kalangan yang berhubungan dengan bank syariah. Penjelasan atas UU No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah jelas merupakan jaminan bagi kepastian usaha dan jaminan perlindungan hukum yang sangat diperlukan, sebab UU ini menjadi payung hukum bagi semua kalangan yang berhubungan dengan bank syariah.

Saat ini pelaku ekonomi khususnya perbankan berupaya untuk meningkatkan layanan yang lebih mudah dan cepat bagi penggunanya. Bank yang ada di Indonesia baik bank pemerintah maupun bank swasta akan memberikan pelayanan kepada nasabah yang berbasis teknologi (*electronic transaction*) dalam bentuk Internet banking, mobile banking yang berbasis *handphone* (*phone banking*), pengguna ATM (*Authomatic Teller Machine*), dan *Credit Card*. Pemanfaatan teknologi di perbankan ini diharapkan memberikan manfaat kepada nasabah dan pihak bank (Hanbali, 2011). Kehadiran sistem *online* yang ditangani oleh sistem komputer dan teknologi komunikasi memungkinkan nasabah mengambil uang dari kantor cabang dari bank yang sama yang berada dimana saja. Selain itu juga, penggunaan *digital banking* dapat meningkatkan kepuasan terhadap layanan perbankan yang diberikan kepada nasabah (Marlina dan Bimo, 2018).

Metode konvensional perbankan yang sudah diterapkan sampai saat ini, yaitu nasabah datang ke bank untuk melakukan transaksi

perbankan dirasa kurang efisien karena waktu yang tersita cukup banyak, antara lain untuk mengisi formulir, mengantri, kemudian pada saat di teller membutuhkan waktu untuk memastikan nomor rekening benar atau tidak. Hal ini dilakukan pihak perbankan salah satunya dengan cara meningkatkan pelayanan secara *online* (Laporan BRI, 2010).

Layanan online ditawarkan kepada nasabah karena informasi ini menjadi sangat penting bagi nasabah dan juga bank itu sendiri sehingga teknologi informasi yang digunakan perbankan bertujuan untuk mempermudah baik nasabah, ataupun pihak bank dalam melakukan pekerjaannya (Sulistiyarini, 2012). Layanan perbankan yang dikenal dengan istilah *e-banking* memungkinkan nasabah untuk mendapatkan informasi dan menyelesaikan berbagai urusan perbankan secara cepat, mudah, dan tanpa batas tempat dan waktu.

Mobile banking adalah salah satu bagian dari *e-banking* yang merupakan layanan informasi perbankan *via wireless* paling baru yang ditawarkan pihak bank dengan menggunakan teknologi handphone untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Dengan mobile banking, nasabah tidak perlu lagi ke ATM ataupun ke bank untuk melakukan transaksi perbankan seperti mentransfer uang, cek saldo, ataupun pembayaran tagihan-tagihan (kecuali penarikan uang tunai).

Digitalisasi perbankan di Indonesia didorong oleh peningkatan terhadap penggunaan internet pada kalangan masyarakat. Tercatat Indonesia termasuk salah satu dari sejumlah negara di dunia yang

memiliki angka penggunaan internet tertinggi dimana penggunaan terbanyak dikuasai oleh kalangan milenial (Haryanto, 2019). Dengan meningkatnya penetrasi internet dan jumlah penggunaan aktif *Smartphone*, maka hal ini dapat pula meningkatkan jumlah pengguna *digital banking*. Dimana, pengguna *digital banking* paling banyak ditemukan pada generasi milenial (Thusi dan Meduku, 2020). Hal ini disebabkan karena generasi milenial memiliki ketergantungan yang sangat tinggi terhadap teknologi.

William dan Page, mengatakan bahwa setiap kelompok generasi memiliki ekspektasi, pengalaman, gaya hidup yang berbeda sehingga mempengaruhi perilaku konsumsi. Agar sebuah perusahaan harus menerapkan strategi yang tepat. Sebelum melakukan strategi pemasaran harus pula diketahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat menggunakan teknologi baru (William dan Page, 2011). Hal ini sejalan bila dibandingkan dengan kriteria yang diterapkan oleh nasabah milenial dalam menggunakan layanan perbankan berupa sms banking, mobile banking, dan internet banking yang mampu mengefisiensikan dan memudahkan transaksi.

Penting bagi nasabah untuk mendapatkan kemudahan-kemudahan dalam memperoleh informasi keuangan dan melakukan transaksi secara online terlebih bagi mereka yang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi. Selain itu, keunggulan dari mobile banking adalah keamanan *user-id* yang tidak setiap orang bisa mengetahuinya kecuali pemiliknya. Berdasarkan keunggulan yang dimiliki oleh mobile banking tersebut,

pihak perbankan yakin dapat menarik minat nasabah dengan memberi layanan yang sejenis.

Meskipun semua manfaat yang tersedia sudah banyak namun belum banyak nasabah yang menggunakan mobile banking. Di Indonesia memiliki fenomena yang menarik mengenai mobile banking ini. Fenomena ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya karena nasabah sudah merasakan kenyamanan dengan layanan yang ada. Jogyanto (2007) mengemukakan bahwa meskipun kualitas teknis sistem teknologi informasi sudah meningkat, masih saja banyak yang mengalami kegagalan dalam penerapannya. Pertanyaan berikut ini menjadi menarik, yaitu “Mengapa sistem teknologi yang ada masih banyak yang gagal walaupun kualitas teknisnya sudah baik?” Penelitian-penelitian menunjukkan bahwa penyebab kegagalan sekarang adalah lebih pada aspek keperilakuannya (*behavioral*) atau yang dikenal dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB).

Keperilakuan merupakan tanggapan atau reaksi individu yang dapat bersifat mendukung atau menentang (Asmarani, 2012). Individu yang bertindak sebagai konsumen memiliki hak untuk menerima ataupun menolak suatu produk. Suatu penolakan atau penerimaan terhadap suatu produk merupakan salah satu wujud dari perilaku konsumen. *Theory of Planned Behavior* (TPB) proses dari tindakan konsumen yang dipengaruhi oleh suatu hal untuk menghasilkan beberapa *output*.

Howard dan Shet menjelaskan bahwa teori perilaku konsumen dapat dilihat dari proses, yaitu input yang berupa rangsangan

pemasaran dan lingkungannya yang akan menghasilkan *output* berupa *attitudes toward behavior* (sikap), *purchase intention* (minat), dan *purchase behavior* (perilaku pembelian) (Arthana dan Rukhviyanti, 2015). Dasar ini digunakan Davis dalam mengembangkan model minat adopsi teknologi, yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) dipengaruhi oleh dua indikator, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang dapat memengaruhi sikap dalam menggunakan teknologi informasi (Sanayei dan Bahmani, 2012). Sikap tersebut akan mempengaruhi minat, dan selanjutnya minat akan berpengaruh pada penggunaan teknologi informasi tersebut.

Selain kedua indikator dalam TAM tersebut, beberapa variabel dalam model *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang digunakan oleh Ajzen, yaitu sikap (*attitudes towards behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) juga memengaruhi minat pengguna (Rukhviyanti, 2015).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Suci Sulistiyarini tahun 2012 dengan menggunakan integrasi TAM dan TPB, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan dengan persepsi kegunaan pada sikap individu dalam menggunakan mobile banking. Penelitian ini tidak berhasil membuktikan bahwa minat individu dalam menggunakan mobile banking ditentukan oleh kontrol perilaku persepsian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rizka Ayu Permatasari tahun 2019 di

IAIN metro dengan metode penelitian kualitatif menunjukkan hasil bahwa minat mahasiswa menggunakan internet banking terbagi menjadi dua, yaitu minat personal dan situasional yang dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu sosial, pribadi, dan psikologi. Dan penelitian yang dilakukan oleh Yanuardina tahun 2014 dengan menggunakan integrasi TAM dan teknik analisis statistik faktor dan regresi linear berganda menunjukkan hasil bahwa konstruk persepsi kemudahan, penggunaan, resiko, dan kesesuaian berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan layanan mobile banking. Sebaliknya, konstruk norma sosial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking.

Berdasarkan uraian latar belakang dan penelitian terdahulu yang telah tertera di atas maka dari itu peneliti mencoba melakukan penelitian yang menyangkut minat mahasiswa/i dikampus IAIN Kendari dalam menggunakan mobile banking syariah dan dengan judul **”Pengaruh *Technology Acceptance Model (TAM)* Dan *Theory Of Planned Behavior (TPB)* Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Syariah”**

## **1.2. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini agar pembahasan sesuai dengan sasaran yang diinginkan, maka peneliti memberi batasan masalah. Agar pembahasan penelitian ini lebih fokus dan penyampaiannya tidak meluas maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti mengenai minat penggunaan *mobile banking syariah* pada mahasiswa di kampus



IAIN Kendari dengan menggunakan pendekatan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB).

### 1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah indikator persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan mobile banking syariah ?
2. Apakah indikator persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan mobile banking syariah ?
3. Apakah indikator sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan mobile banking syariah ?
4. Apakah indikator norma subjektif berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan mobile banking syariah ?
5. Apakah indikator kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan mobile banking syariah ?

### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah indikator persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan mobile banking syariah.

2. Untuk mengetahui apakah indikator persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan mobile banking syariah.
3. Untuk mengetahui apakah indikator sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan mobile banking syariah.
4. Untuk mengetahui apakah indikator norma subjektif berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan mobile banking syariah.
5. Untuk mengetahui apakah indikator kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan mobile banking syariah.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perbankan Syariah

Dapat dijadikan bahan strategi pemasaran untuk meningkatkan penggunaan mobile banking terutamanya pada generasi millenials.

2. Bagi Akademisi

Dapat menambah literatur terkait penelitian minat generasi millenials dalam menggunakan mobile banking dan bahan referensi untuk penelitian berikutnya.

### 3. Bagi Pembaca

Dapat menambah wawasan dan pemahaman mengenai apa saja yang mempengaruhi generasi millenials dalam menggunakan mobile banking syariah.

## 1.6. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman pembaca dalam memahami istilah-istilah yang digunakan pada judul penelitian ini maka penulis akan menjelaskan istilah-istilah yang digunakan pada judul penelitian ini, yaitu :

### 1. Model *Technology Acceptance Model* (TAM)

*Technology Acceptance Model* (TAM) adalah model yang mengadopsi *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). TAM merupakan model yang mengaitkan antara keyakinan kognitif dengan sikap dan perilaku individual terhadap penerimaan teknologi. TAM kemudian digunakan untuk menerangkan perilaku penerima individu terhadap teknologi informasi dengan menyimpulkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan adalah penentu utama penggunaan teknologi. TAM telah diakui sebagai model yang kuat untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan individu terhadap teknologi.

### 2. Model *Theory of Planned Behavior* (TPB)

TPB adalah niat individu untuk melakukan perilaku tertentu. Pada TPB, sikap dan norma subjektif terhadap perilaku dinyatakan

memengaruhi minat, dan memasukkan unsur pengendalian persepsi perilaku sebagai faktor tambahan yang memengaruhi perilaku sebagai faktor yang memengaruhi minat konsumen. Menurut TPB, tindakan individu pada perilaku tertentu ditentukan oleh minat individu tersebut untuk melakukan perilaku (Asmarani, 2012). Untuk melaksanakan suatu perilaku tersebut yang dimana niat merupakan indikasi seberapa kuat individu untuk mencoba dan berusaha untuk melakukan perilaku tersebut. Sehingga untuk model TPB dalam penelitian ini terdiri dari sikap penggunaan, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan.

### 3. Minat

Slameto (2010) mengatakan minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa adanya yang menyuruh. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa minat adalah dorongan yang terjadi pada seseorang tanpa ada sebuah paksaan atau dorongan dari orang lain, hanya semata-mata keinginannya sendiri.

### 4. Mobile Banking

Menurut Turban, mobile banking merupakan suatu aplikasi penerapan *mobile commerce* yang berfokus terhadap masalah finansial perbankan, sehingga memungkinkan dilakukannya kegiatan-kegiatan seperti kegiatan yang dapat dilakukan melalui ATM (*Automated Teller Machine*) dengan memanfaatkan perangkat mobile.

Mobile banking memberi kemudahan bagi nasabah untuk melakukan pengecekan saldo tabungan, membayar tagihan maupun melakukan transfer dana ke rekening yang lain. Nasabah tidak perlu lagi datang dan antre ke kantor cabang perbankan atau mesin ATM, untuk melakukan berbagai transaksi itu. Dengan mobile banking segalanya bisa dilakukan dan dengan sangat mudah.

### **1.7. Sistematika Pembahasan**

Pada bab satu pendahuluan berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan. Sehingga para pembaca dapat memahami gambaran atas apa yang akan diteliti oleh peneliti.

Bab dua kajian pustaka memuat tentang penelitian terdahulu yang relevan, landasan teori yang digunakan sebagai dasar analisis penelitian, kerangka pikir, dan hipotesis. Agar para pembaca dapat memahami penjelasan materi dari variabel-variabel yang akan diteliti oleh peneliti.

Bab tiga metodologi penelitian memuat jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, obyek dan subyek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, variabel dan indikator penelitian, desain penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data penelitian. Sehingga pembaca dapat memahami metode penelitian yang akan peneliti gunakan untuk meneliti.

Bab empat hasil penelitian dan pembahasan berisikan gambaran umum objek penelitian, pembahasan hasil, dan implikasi penelitian. Pada bab ini pembaca dapat melihat atas hasil penelitian yang telah diteliti oleh peneliti.

Bab lima penutup berisikan kesimpulan, keterbatasan peneliti, dan saran. Diharapkan pembaca dapat memahami hasil penelitian dari kesimpulan yang telah dibuat dan juga keterbatasan peneliti dalam penelitian ini.

