

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Memasuki era Revolusi Industri 4.0 pada 2012, perekonomian dunia kini bertransformasi menjadi ekonomi modern yang berfokus pada kemudahan konsumen. Fenomena ini memicu disrupsi bisnis yang signifikan melalui peningkatan efisiensi, perubahan rantai nilai (value chain), dan meluasnya konsep ekonomi berbagi (sharing economy) (Karman et al., 2022).

Perkembangan teknologi yang berlangsung dengan cepat dan dinamis telah membawa perubahan signifikan terhadap aktivitas masyarakat, mendorong terjadinya transformasi dalam berbagai aspek kehidupan. Untuk meningkatkan efisiensi dan kemudahan dalam aktivitas manusia, teknologi informasi kini diadaptasi secara luas di berbagai bidang. Transformasi digital yang terjadi turut memengaruhi perilaku masyarakat secara signifikan, yang tercermin dari adanya pergeseran metode pembayaran, di mana sistem transaksi tunai mulai digantikan oleh pembayaran digital atau non-tunai (Maghfiro & Budianto, 2024).

Fungsi utama bank mencakup penghimpunan dana publik lewat simpanan dan penyaluran kembali dalam bentuk pinjaman atau instrumen pendanaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Karena orientasi utamanya adalah melayani kebutuhan masyarakat, bank diklasifikasikan sebagai bagian dari sektor industri jasa. (Supriyono, 2011). Saat ini, sektor perbankan mengalami kemajuan yang sangat cepat dan modern, baik dalam variasi produk, mutu layanan, maupun inovasi teknologi yang diterapkan. Perbankan juga memiliki peran krusial sebagai

salah satu elemen yang menggerakkan pertumbuhan ekonomi Indonesia, di mana kegiatan dan eksistensinya berkontribusi pada tingkat perkembangan ekonomi suatu negara.

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah mengatur secara komprehensif mengenai kelembagaan, aktivitas bisnis, serta mekanisme operasional bank syariah maupun unit usaha syariah (Nurdin & Yusuf, 2020). Mengacu pada ketetapan Majelis Ulama Indonesia, prinsip-prinsip perbankan syariah harus mencerminkan nilai keadilan, kesetimbangan, kemanfaatan, serta bersifat universal. Lebih lanjut, seluruh aktivitas perbankan ini ditegaskan harus bersih dari elemen gharar, maysir, riba, ketidakadilan (zalim), serta berbagai objek transaksi yang diharamkan (Musyahidah et al., 2021).

Perbankan syariah hadir sebagai sarana yang berperan dalam meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap pemanfaatan layanan digital banking berbasis syariah. Oleh karena itu, bank syariah perlu menghadirkan layanan yang bersifat praktis, inovatif, dan kreatif agar mampu menarik perhatian serta minat masyarakat. Selain itu, perbankan syariah juga perlu memahami kebutuhan nasabah, khususnya generasi Z, sehingga dapat membangun tingkat keyakinan dan kenyamanan saat memanfaatkan layanan perbankan digital syariah. Ini menjadi krusial karena ketertarikan untuk memakai layanan tersebut menjadi salah satu elemen penting dalam kemajuan sektor perbankan syariah (Ida et al., 2020).

Untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat dalam menabung di bank, ada berbagai pendekatan yang dapat diterapkan, salah satu yang efektif adalah dengan menyediakan layanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan yang baik berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan nasabah, serta mendorong terciptanya hubungan yang kuat antara nasabah dan pihak perbankan (Nurudin & Ulwiya, 2021). Selain kualitas layanan, perbankan perlu memperhatikan aspek lain untuk meningkatkan minat nasabah dalam menyimpan dana, yakni melalui implementasi strategi promosi yang efektif. Melalui kegiatan promosi, bank dapat memperkenalkan produk serta fasilitas yang dimilikinya kepada calon nasabah, sehingga mereka tertarik untuk menggunakan layanan yang ditawarkan. Promosi merupakan elemen krusial bagi setiap bisnis, termasuk sektor perbankan, karena produk yang berkualitas tidak akan dapat bersaing di pasar jika tidak dikenal oleh masyarakat luas.

Peralihan sistem perbankan dari konvensional menuju digital diharapkan mampu memberikan hasil yang melampaui ekspektasi, khususnya dalam menarik minat nasabah baru. Peningkatan transformasi digital di sektor perbankan didorong oleh berkembangnya peluang di dunia digital serta perubahan kebiasaan masyarakat yang semakin terbiasa dengan teknologi. Indonesia sendiri memiliki potensi besar dalam perkembangan ini, terlihat dari pertumbuhan pesat dan fluktuasinya sektor e-commerce. Tingginya aktivitas digital masyarakat menjadi faktor penting yang memengaruhi arah perkembangan industri perbankan. Dengan semakin meningkatnya jumlah penggunaan internet, interaksi antara bank dan nasabah kini bergerak menuju konsep *individualized customer centered banking*,

yakni pelayanan yang berfokus pada kebutuhan individu melalui pemanfaatan teknologi digital (Y, 2022).

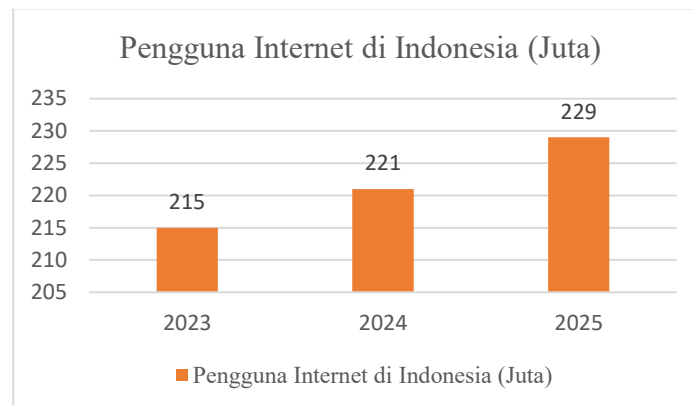
Intensitas kompetisi dalam sektor perbankan kian menguat. Saat ini, bank syariah tidak hanya bersaing antarlembaga sejenis, tetapi juga menghadapi tantangan dari bank konvensional serta kehadiran bank asing yang mulai berekspansi di Indonesia. Dalam konteks tersebut, kemampuan menguasai dan memanfaatkan teknologi menjadi salah satu faktor kunci dalam menentukan keberhasilan sebuah bank (Ginantara, 2020). Keberlanjutan dan pertumbuhan industri perbankan pada masa kini sangat bergantung pada kemampuan bank dalam mengembangkan inovasi produk serta layanan yang ditawarkan. Kemajuan teknologi informasi dan proses globalisasi yang pesat turut mendorong perbankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah (Fatkhuroji et al., 2024).

Implementasi teknologi informasi pada sektor perbankan, baik konvensional maupun syariah, salah satunya diwujudkan melalui layanan mobile banking. *Mobile Banking* merupakan produk inovasi teknologi yang menggabungkan ilmu pengetahuan dan kemajuan digital menjadi layanan transaksi finansial berbasis elektronik. Layanan ini menyediakan berbagai fitur yang memastikan kemudahan, keamanan, dan kepercayaan bagi pengguna dalam melaksanakan kegiatan perbankan. Akses untuk perbankan seluler hanya dapat dilakukan melalui perangkat *mobile* seperti telepon pintar atau tablet yang terhubung ke internet, memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi dengan efisien dan praktis (Mukhtisar et al., 2021).

Mobile Banking bertujuan mengoptimalkan layanan bagi nasabah agar aktivitas transaksi berlangsung lebih mudah dan efisien. Pengguna dapat melakukan berbagai transaksi finansial dan nonfinansial secara langsung tanpa harus datang ke bank atau ATM. Dalam perbankan syariah, pengembangan aplikasi ini tetap berbasis pada prinsip syariah, memastikan seluruh transaksi yang tersedia dijalankan sesuai dengan akad dan ketentuan hukum Islam (Nurdin et al., 2021).

Pemanfaatan teknologi dalam sektor perbankan bertujuan untuk meningkatkan tingkat inklusi keuangan. Inklusi keuangan sendiri merupakan situasi di mana setiap orang mempunyai peluang untuk memperoleh berbagai produk dan layanan keuangan yang dapat memperkuat kesejahteraan komunitas (Rijal & Indriani, 2022). Merujuk pada data APJII, populasi pengguna internet di Indonesia konsisten mengalami peningkatan setiap tahunnya. Fenomena ini mengindikasikan semakin tingginya adopsi masyarakat terhadap teknologi digital dalam beragam aktivitas harian, termasuk untuk keperluan transaksi keuangan daring. Perkembangan jumlah pengguna internet di Indonesia selama tiga tahun terakhir disajikan dalam Gambar 1.1.

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia



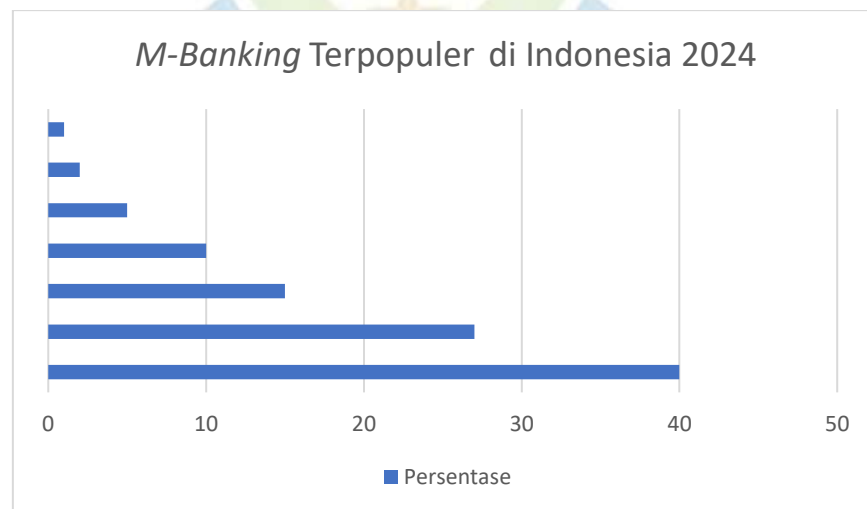
Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2025.

Pengguna internet di Indonesia terus bertambah secara stabil tiap tahunnya. Tercatat sebanyak 215 juta pengguna pada 2023, kemudian naik menjadi 221 juta di 2024, dan menyentuh angka 229,4 juta jiwa pada 2025. Jumlah tersebut mencakup sebagian besar dari total penduduk Indonesia yang mencapai kisaran 284,4 juta jiwa. Peningkatan ini menunjukkan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia semakin meluas dan mengindikasikan tingginya adopsi teknologi digital di kalangan masyarakat.

Pangsa pasar perbankan bagi perbankan syariah di Indonesia memperlihatkan arah perkembangan yang menggalakkan. Menurut informasi dari OJK, hingga Agustus 2025 total aset industri perbankan syariah mencapai Rp 979 triliun, meningkat sebesar 8,15 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Namun, meskipun sebagian besar penduduk Indonesia beragama Islam, Sumbangan perbankan syariah terhadap jumlah total aset perbankan di negara ini masih dianggap minim, yakni sebesar 7,44 persen.

Seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan perkembangan layanan keuangan digital, penggunaan *mobile banking* menjadi salah satu indikator penting dalam melihat tingkat adopsi teknologi perbankan oleh masyarakat. Untuk memetakan iklim kompetisi layanan perbankan digital serta memahami preferensi masyarakat Indonesia, diperlukan data terkait aplikasi *m-banking* yang paling dominan. Tabel berikut menyajikan daftar aplikasi *m-banking* yang paling banyak digunakan sebagai indikator utama adopsi teknologi finansial di Indonesia.

Gambar 1. 2 Mobile Banking Terpopuler di Indonesia



Sumber: Goodstats 2024

Diagram tersebut menunjukkan tingkat popularitas berbagai aplikasi *mobile banking* di Indonesia. Dari data yang ditampilkan, BCA Mobile menempati posisi teratas dengan presentase paling tinggi, mencapai 40%. BCA Mobile menempati posisi teratas sebagai aplikasi *m-banking* yang paling banyak digunakan. Keunggulan ini kemungkinan besar bersumber dari fitur yang

komprehensif, kemudahan navigasi antarmuka, serta citra bank yang tepercaya di mata masyarakat.

Di posisi kedua terdapat Brimo (BRI Mobile) dengan persentase sekitar 27% diikuti oleh Livin'by Mandiri yang mencatatkan angka 15%. Kedua aplikasi ini juga termasuk aplikasi *mobile banking* besar yang memiliki jumlah nasabah luas, sehingga wajar jika tingkat penggunaannya cukup tinggi. Selanjutnya, BNI Mobile Banking berada pada kisaran 10%, menunjukkan tingkat penggunaan yang stabil namun tidak sebesar tiga bank sebelumnya.

Sebaliknya, pangsa BSI Mobile yang berada di kisaran 5% mencerminkan bahwa penetrasi *mobile banking* pada perbankan syariah masih tertinggal dibandingkan bank konvensional. Aplikasi dari bank lain seperti Octo Mobile (CIMB Niaga) dan BTN Mobile berada di posisi terbawah dengan persentase yang sangat kecil, menunjukan bahwa jangkauan atau adopsi digital dari kedua bank tersebut belum sekuat kompetitornya.

Adanya disparitas tingkat adopsi m-banking antara bank konvensional dan syariah memicu urgensi untuk menganalisis determinan minat penggunaan perbankan digital syariah, khususnya di kalangan mahasiswa. Kurangnya studi yang mengombinasikan variabel persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengaruh sosial menciptakan keterbatasan literatur. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengisi kekosongan tersebut guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku nasabah perbankan syariah digital.

Studi oleh Maulani et al. (2022) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan efisiensi waktu secara signifikan memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan m-banking syariah. Sebaliknya, Halim et al. (2022) menemukan bahwa kemudahan tidak berpengaruh, melainkan manfaat dan risiko yang menjadi faktor penentu utama. Di sisi lain, Handinisari et al. (2023) menunjukkan bahwa keamanan, kemudahan, dan kepercayaan secara kolektif berkontribusi terhadap minat nasabah dalam mengakses layanan tersebut.

Fenomena ini juga terjadi di FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Dari 20 mahasiswa yang diamati, hanya 35% (7 orang) yang menggunakan m-banking syariah, sedangkan mayoritas lainnya lebih memilih m-banking konvensional. Fenomena tersebut terjadi meskipun mahasiswa telah memahami bahwa layanan perbankan syariah menawarkan prinsip yang lebih sesuai dengan ajaran Islam dibandingkan layanan konvensional. Namun, kesadaran ini belum sepenuhnya mendorong mereka untuk beralih, termasuk dalam pemanfaatan *mobile banking* syariah.

Melihat adanya kesenjangan antara target dan realisasi inklusi keuangan syariah, serta pangsa pasar perbankan syariah yang masih relatif kecil, ditambah dengan rendahnya tingkat pemanfaatan layanan digital syariah di kalangan mahasiswa, peneliti memandang perlu untuk mengkaji lebih mendalam faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan *mobile banking* syariah. Kondisi tersebut semakin diperkuat oleh temuan penelitian terdahulu yang masih menunjukkan hasil tidak konsisten mengenai pengaruh persepsi kemudahan dan

kepercayaan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan mobile banking syariah.

Kesenjangan tersebut dapat dikaitkan dengan prinsip dasar dalam ajaran Islam yang menegaskan larangan praktik riba, sebagaimana disebutkan dalam Q.S Al-Baqarah ayat 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

”dan Allah telah. membolehkan (menghalalkan) transaksi jual beli dan melarang praktik (mengharamkan) riba.”

Ayat ini menjadi landasan utama lahirnya sistem perbankan syariah, termasuk dalam pengembangan layanan digital seperti *mobile banking* syariah. Namun, meskipun mahasiswa memahami prinsip tersebut, tidak semuanya menunjukkan minat yang tinggi untuk memanfaatkan layanan *m-banking* syariah.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak dari persepsi kemudahan, kepercayaan, serta pengaruh sosial terhadap ketertarikan mahasiswa di Kota Bandung untuk memanfaatkan *mobile banking* syariah. Penelitian ini kemudian dirumuskan dalam sebuah judul **”Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengaruh Sosial terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Syariah pada Mahasiswa Muslim di Kota Bandung”**

B. Identifikasi Masalah

Penelitian ini didasari oleh latar belakang dan fenomena kemajuan layanan perbankan digital syariah di Indonesia, khususnya *mobile banking* syariah, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang relevan, yaitu:

- 1) Rendahnya minat sebagian mahasiswa Muslim dalam memanfaatkan *mobile banking* syariah.
- 2) Dalam diambil dari GoodStats (2024), BSI menjadi nomor satu teratas untuk penggunaan *mobile banking* syariah, tetapi menjadi nomor lima jika dibandingkan dengan *mobile banking* konvensional
- 3) Mengingat belum konsistennya hasil penelitian sebelumnya terkait dampak persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan layanan perbankan digital, diperlukan penelitian empiris lebih lanjut yang difokuskan pada *mobile banking* syariah.
- 4) Belum banyak penelitian yang mengkaji integrasi variabel persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengaruh sosial terhadap minat mahasiswa Muslim di Kota Bandung dalam menggunakan *mobile banking* syariah.

C. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Batasan masalah merupakan pernyataan yang mempertegas fokus penelitian untuk menyederhanakan variabel-variabel yang dikaji, sehingga penelitian terhindar dari perluasan tema yang tidak relevan. Berdasarkan judul penelitian, batasan masalah ini meliputi:

- 1) Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Muslim di Kota Bandung dengan lokus studi pada UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Universitas Muhammadiyah Bandung, dan Universitas Islam Bandung.
- 2) Penelitian ini menguji pengaruh tiga variabel independen yaitu persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengaruh sosial terhadap satu variabel dependen yaitu minat menggunakan *mobile banking* syariah.
- 3) Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode survei dan analisis regresi linier berganda, dengan data primer yang diperoleh langsung dari responden.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pernyataan yang diuraikan dalam latar belakang pada sub bab sebelumnya, dengan demikian dapat dirumuskan bahwa isu yang akan dibahas dalam studi ini adalah:

1. Seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah pada Mahasiswa Muslim di Kota Bandung ?
2. Seberapa besar pengaruh kepercayaan Terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah pada Mahasiswa Muslim di Kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh dari pengaruh sosial terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah pada Mahasiswa Muslim di Kota Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengaruh sosial terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah pada Mahasiswa Muslim di Kota Bandung?

E. Tujuan

1. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah di kalangan Mahasiswa Muslim di Kota Bandung.
2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah di kalangan Mahasiswa Muslim di Kota Bandung.
3. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh sosial terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah di kalangan Mahasiswa Muslim di Kota Bandung.
4. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengaruh sosial terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah di kalangan Mahasiswa Muslim di Kota Bandung.

F. Manfaat Penelitian

- a. Secara Teoritis

Temuan dari studi kali ini diharapkan mampu berkontribusi terhadap pengembangan bidang ekonomi, terutama dalam sektor perbankan syariah, serta memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi ketertarikan mahasiswa dalam memanfaatkan layanan *m-banking* syariah.

b. Secara Praktis

a) Bagi Pemerintah

Studi ini diharapkan dapat turut serta dalam usaha untuk memperluas penggunaan *mobile banking* syariah, yang pada akhirnya mampu mendukung peningkatan akses keuangan syariah di Indonesia. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran kepada lembaga-lembaga terkait dalam merancang kebijakan atau strategi yang berkaitan dengan pengembangan layanan digital dalam perbankan syariah.

b) Bagi Perusahaan/Bank

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi institusi perbankan syariah dalam menyusun strategi promosi dan pemasaran yang lebih efektif. Khususnya, hasil penelitian ini dapat mendukung upaya pengembangan serta peningkatan pemanfaatan layanan *mobile banking* syariah di kalangan masyarakat.

c) Bagi Masyarakat

Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat, terutama di kalangan mahasiswa, mengenai signifikansi penggunaan layanan perbankan syariah, termasuk *mobile banking* syariah, sebagai bagian dari upaya mendukung perkembangan inklusi keuangan syariah di Indonesia.

d) Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para peneliti selanjutnya yang ingin meneliti lebih lanjut tentang ketertarikan dalam

menggunakan *mobile banking* syariah, mengingat bahwa studi ini masih memiliki beberapa keterbatasan.

