

# **BAB I**

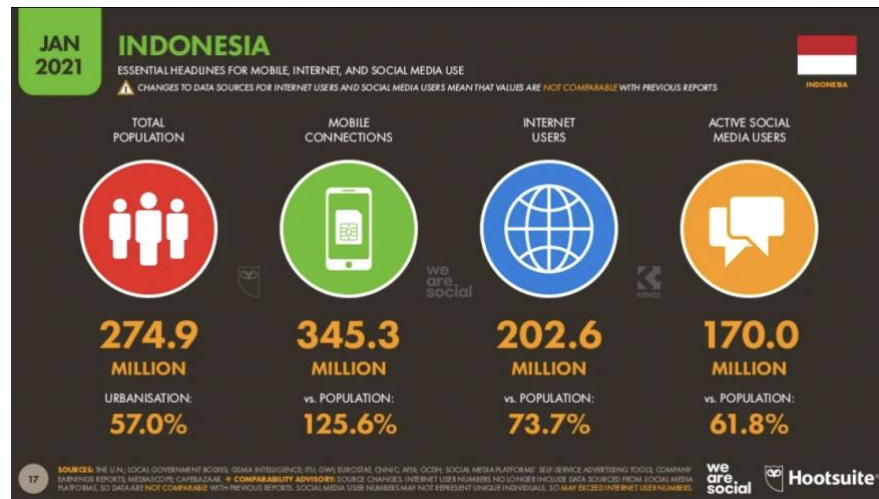
## **PENDAHULUAN**

### **I.1. Latar Belakang**

Perubahan besar kehidupan masyarakat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang berkembang pesat setiap tahunnya. Mengikuti pesatnya perkembangan teknologi, pentingnya penggunaan teknologi mendorong semua pelaku bisnis untuk membuat produk teknologi yang mampu membantu aktivitas manusia (Latif, 2017). Perusahaan di era globalisasi ini dituntut untuk mampu bersaing dan lebih kompetitif.

Perkembangan teknologi yang pesat diharapkan dapat memberikan kemanfaatan dalam memenuhi kebutuhan penggunanya. Keberhasilan sebuah organisasi dalam persaingan bisnis didukung oleh pesatnya perkembangan teknologi setiap tahunnya (Kurniawati et al., 2017). Koneksi internet merupakan salah satu hal yang dibutuhkan guna memanfaatkan teknologi informasi secara optimal. Internet menyediakan sumber informasi dengan memanfaatkan berbagai perangkat komputer yang terhubung dalam sebuah jaringan (Putri, 2020).

Fenomena perkembangan teknologi yang pesat juga meningkatkan kebutuhan masyarakat akan informasi menggunakan jaringan internet (Budiman & Widodo, 2020). Termasuk di Indonesia, pengguna internet terus meningkat dan menunjukkan jumlah besar. Jumlah pengguna internet yang besar dan terus meningkat dibuktikan dengan data laporan tahunan pengguna internet di Indonesia berikut.



Gambar 1 Data Pengguna Internet Di Indonesia

Sumber: *DataReportal, WeAreSocial and Hootsuite 2021*

Data menunjukkan bahwa pada Januari 2021, 73,7% atau 202,6 juta dari total populasi di Indonesia adalah pengguna internet aktif. Data diatas juga menunjukkan bahwa sebanyak 125,6% atau 345,3 juta dari total populasi di Indonesia, diantaranya mengakses internet menggunakan perangkat mobile. Nilai dari data tersebut menunjukkan bahwa lebih dari kebanyakan orang Indonesia aktif sebagai pengguna internet.

Sebagai pelaku bisnis, tingginya akses menggunakan perangkat *mobile* ini mendukung industri perbankan untuk terus mengembangkan pelayanan kepada nasabahnya secara aman, nyaman dan efektif (Budiman & Widodo, 2020). Secara khusus, perluasan penggunaan ponsel pintar telah meningkatkan permintaan untuk layanan berbasis *mobile*. Hal ini juga memberikan peluang kepada industri perbankan untuk meningkatkan layanannya agar nasabah merasakan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi dengan mengembangkan *mobile banking*. Bertransaksi tanpa batasan waktu dan lokasi merupakan kemungkinan nyata dengan ketersediaan *mobile banking* (Latif, 2017).

Pemanfaatan teknologi informasi dilakukan pihak perbankan dengan menyediakan layanan *mobile banking* yang lazimnya disingkat *m-banking*. *Mobile banking* didefinisikan sebagai sistem layanan yang disediakan perbankan berbasis *mobile* untuk memungkinkan nasabahnya bertransaksi tanpa terbatas lokasi maupun waktu (Nurdin et al., 2021). Layanan *m-banking* berbeda dari sistem

tradisional karena perbankan menyediakan layanan *mobile banking* agar memungkinkan nasabahnya mengakses transaksi keuangan dengan memanfaatkan teknologi *portable* (Tam & Oliveira, 2017).

Mengikuti kemajuan teknologi informasi, perbankan syariah di Indonesia terus memanfaatkan teknologi informasi dengan memberikan layanan terbaik (Styarini & Riptiono, 2020). Sebagai Lembaga keuangan yang berperan sangat penting dalam perekonomian, Bank Syariah Indonesia (BSI) yang merupakan bank Syariah hasil *merger* dari bank umum Syariah BUMN di Indonesia yang terus berupaya dalam meningkatkan kualitas pelayanannya seiring dengan perkembangan teknologi. Dalam hal ini, Bank Syariah Indonesia (BSI) telah menyediakan layanan dengan platform digital secara khusus berupa layanan *mobile banking* yaitu *BSI Mobile*.

Tabel 1. Data Pengguna Mobile Banking Di Indonesia

Bank	Jumlah Pengguna	Volume Transaksi
BCA	18,6 juta	Rp. 2.851 T
Mandiri	9,8 juta	Rp. 1.043 T
BTN	1,7 juta	Rp. 16.2 T
BSI	2,7 Juta	Rp. 17,3 T

Sumber: Data diolah

Hingga saat ini layanan *BSI Mobile* terus meningkat penggunaannya seiring dengan meningkatnya nasabah yang memiliki akun rekening BSI. Pengguna aktif *BSI Mobile* mengalami pertumbuhan lebih dari 1,1 juta atau meningkat 92,5% nasabah YoY, hingga 17 Agustus 2021 pengguna *BSI Mobile* >2,7 juta atau terus mengalami peningkatan sebesar 79,4% pengguna sejak awal 2021 YOY (Sidik, 2021). *BSI Mobile* terus mengalami volume transaksi mencapai Rp. 17,3 triliun selama Januari - Maret 2021. Akumulasi tersebut telah tumbuh sebesar 72,35% yoy atau mencapai Rp. 14,65 juta transaksi melalui *BSI Mobile* (Berita Media BSI, 2021).

Ekosistem digital produk dan fitur *BSI Mobile* menyediakan sederet fitur untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi seperti fitur transfer, *top up e-wallet*, pembayaran digital, transaksi Qris, dll. Disamping menyediakan fitur untuk memudahkan nasabahnya dalam bertransaksi, *BSI Mobile* juga menyediakan fasilitas untuk memberikan kemudahan nasabahnya dalam meningkatkan nilai

spiritual dan berbagi kepada sesama melalui pembayaran Infak, Sedekah, Zakat, dan Wakaf. BSI *Mobile* telah berhasil mengumpulkan sekitar Rp. 3,26 miliar dana ZISWAF pada maret 2021. Jumlah sumbangan ini mencapai Rp. 303 ribu total transaksi, jumlah sumbangan pada periode tersebut berasal dari 99 ribu donatur (Berita Media BSI, 2021).

Satu di antara yang ada dalam Al-Quran yang memiliki dampak dalam perekonomian adalah perintah untuk Infak. Allah swt telah berfirman dan menjelaskan tentang berinjak dalam Q.S Al – Baqarah [2]: 267 yang isinya yaitu Allah swt memerintahkan hamba-Nya yang beriman kepada-Nya dan utusan-Nya untuk berinjak. Infak sendiri merupakan perintah untuk mengeluarkan harta yang diperoleh umat muslim secara halal atas usaha dalam memperolehnya.

Meningkatnya pengumpulan dana Infak melalui BSI *Mobile* ini dapat dipicu dalam berbagai faktor. Beberapa penelitian terdahulu melakukan kajian mengenai faktor – faktor yang membawa dampak terhadap intensi nasabah dalam konteks adopsi *m-banking*. Menurut penelitian yang dilakukan Jebarajakirthy & Shankar (2021) mengangkat judul *Impact of online convenience on mobile banking adoption intention: A moderated mediation approach* dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel yang digunakan diantaranya kenyamanan transaksi, manfaat, akses, dan pasca-manfaat memiliki pengaruh penting dalam niat adopsi *mobile banking* (Jebarajakirthy & Shankar, 2021).

Kemudian pada penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi intensi berperilaku nasabah dan pengaruhnya terhadap adopsi *mobile banking* yang dilakukan Budiman & Widodo (2020). Pada hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel yang berpengaruh terhadap *behavior intention* yakni ekspektasi kinerja dan kepercayaan. Dan hasil penelitiannya juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap adopsi *mobile banking* di Indonesia dipengaruhi oleh konsifi fasilitas dan *behavior intention*. Sementara pada variabel pengaruh sosial, motivasi hedonis, dan ekspektasi kinerja dalam penelitiannya tidak menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention* (Budiman & Widodo, 2020).

Dari kesenjangan yang ditemukan serta melakukan perbandingan terhadap penelitian-penelitian yang telah dilakukan terdapat gap yang perlu ditutupi oleh penelitian ini mengenai faktor yang mempengaruhi terhadap intensi dalam

penggunaan layanan infak pada BSI *Mobile*. Dalam kajian terdahulu menunjukkan perbedaan pengaruh variabel atas intensi menggunakan layanan *mobile banking*. Kebaruan dalam penelitian ini tertera pada objeknya yang merupakan pengguna layanan BSI *Mobile*, kajian faktor-faktor yang memberikan pengaruh atas intensi nasabah berinfak dengan mengacu pada layanan BSI *Mobile* masih belum banyak dilakukan. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi determinan yang mempengaruhi intensi nasabah berinfak pada BSI *Mobile* melalui adopsi variabel dari *Theory Acceptance Model* (TAM) dan variabel dari *Religiosity-Behavioural Intention Model*.

Penentuan objek penelitian ini difokuskan pada nasabah pengguna layanan BSI *Mobile* di kawasan Kota Jakarta Selatan. Kawasan tersebut dipilih berdasarkan pengamatan pribadi yang telah dilakukan dimana intensitas aktivitas penggunaan *mobile banking* khususnya BSI *Mobile* cenderung aktif. Diketahui bahwa BSI *Mobile* merupakan layanan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) yang merupakan hasil penyatuan usaha ketiga bank BUMN yang baru diresmikan pada Februari 2021. Dengan melakukan penelitian ini akan diketahui macam faktor yang mempengaruhi intensi nasabah dalam berinfak pada layanan BSI *Mobile*.

## **I.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran dari latar belakang masalah di atas, peneliti ingin memfokuskan penelitian dengan meneliti rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah berpengaruh persepsi manfaat terhadap intensi nasabah berinfak menggunakan layanan BSI *Mobile*?
2. Apakah berpengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap intensi nasabah berinfak menggunakan layanan BSI *Mobile*?
3. Apakah berpengaruh religiusitas terhadap intensi nasabah berinfak menggunakan layanan BSI *Mobile*?

## **I.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan penjabaran dari latar belakang masalah dan pokok permasalahan di atas, tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor persepsi manfaat mempengaruhi intensi nasabah berinfak menggunakan layanan BSI *Mobile*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi intensi nasabah berinfak menggunakan layanan BSI *Mobile*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor religiusitas mempengaruhi intensi nasabah berinfak menggunakan layanan BSI *Mobile*.

#### **I.4. Manfaat Hasil Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh diharapkan dari penelitian ini, antara lain:

##### **a. Aspek Teoritis**

###### **1. Bagi Program Studi Ekonomi Syariah**

Bagi program studi ekonomi syariah dan akademisi dalam bidang keuangan dan perbankan syariah diharapkan penelitian ini dapat memberikan referensi umum bagi pihak yang hendak mencari referensi penelitian tentang macam faktor yang berpengaruh terhadap intensi nasabah berinfak memakai layanan *mobile banking*.

###### **2. Bagi Penulis**

Bagi penulis, manfaat penelitian ini yaitu mengembangkan pengetahuan mengenai model adopsi penerimaan dan penggunaan teknologi yang relevan terhadap perkembangan teknologi informasi pada industri perbankan. Adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi gambaran terkait–variabel manfaat, kemudahan penggunaan, dan religiusitas seberapa berpengaruhnya terhadap intensi nasabah berinfak memakai layanan BSI *Mobile* oleh nasabah bank syariah Indonesia (BSI).

##### **b. Aspek Praktis**

###### **1. Bagi Industri Perbankan Syariah**

Bagi *bankers* Bank Syariah Indonesia (BSI) dan bagi perbankan syariah lainnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi manfaat dalam meningkatkan inovasi layanan teknologi *mobile banking*.

###### **2. Bagi Regulator**

Diharapkan bagi para regulator, baik pemangku kebijakan ataupun pemerintah agar penelitian ini memberikan solusi yang sedang dihadapi perbankan syariah saat ini sehingga dapat menyusun kebijakan-kebijakan lain dalam memajukan digitalisasi keuangan pada industri perbankan syariah di Indonesia.