

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya era digital yang sudah membawakan pengaruh cukup besar terhadap macam jenis, dimuali dari dunia perbankan. Yang cukup menarik perhatian yaitu menginovasi berbagai macam fitur dalam *Mobile Banking*, sehingga memicu nasabah untuk bisa menggunakan layanan *Fintech* dengan lebih mudah dan cepat melalui perangkat mobile. Keberadaan teknologi yg sangat modern dapat memicu kinerja pelayanan yang sangat berkualitas dimana dengan hal ini dapat menarik banyak perhatian sehingga minat nasabah menggunakan layanan online. Bahkan bukan hanya itu nasabah akan lebih mudah untuk mendapatkan wawasan yang bisa dijadikan sebagai pedoman untuk mengikuti perkembangan yang sudah maju yaitu teknologi digital sehingga dapat menjadikan kualitas yg baik untuk bisa bersaing dengan dunia perbankan.

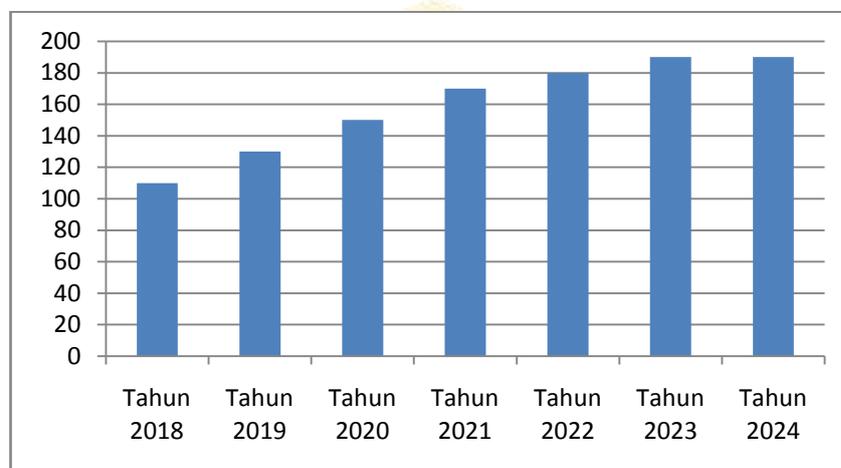
Melindungi privasi dan juga keamanan data nasabah untuk terhindar dari resiko operasional sistem termasuk membatasi atau membatasi akses ke sistem komputer bank dan memastikan tingkat keamanan yang sesuai. Portal juga dapat di setting dari perusahaan masing-masing sebagaimana yang sudah tertera dalam prosedur perusahaan. Dan perlu untuk dipahami dalam Islam pun tidak pernah menolak konsep inovasi, melainkan mendukung kemajuan teknologi (Arfina, 2018). Allah SWT berfirman dalam Q.S Al- Baqarah ayat 31, berbunyi :

وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ

Artinya:“Dia mengajarkan kepada Adam nama-nama (benda) seluruhnya”

Hal ini menandakan bahwa adanya berkembang nya era digital memberikan informasi di berbagai macam, termasuk sektor korporasi

yaitu perbankan. Tugas dalam teknologi informasi di perbankan itu tidak bisa dipisahkab, sebab secara keseluruhan teknik beserta implementasi, dan juga pengolahan data itu cuman dapat di selesaikan oleh teknologi informasi. *Mobile Banking* merupakan bentuk pelayanan perbankan yang bisa di manfaatkan kelebihanannya dengan teknologi informasi. *Mobile Banking* juga layanan yang terdapat dalam bentuk aplikasi sehingga dapat meminimalisir kerepotan nasabah yang harus datang ke bank setiap melakukan transaksi.



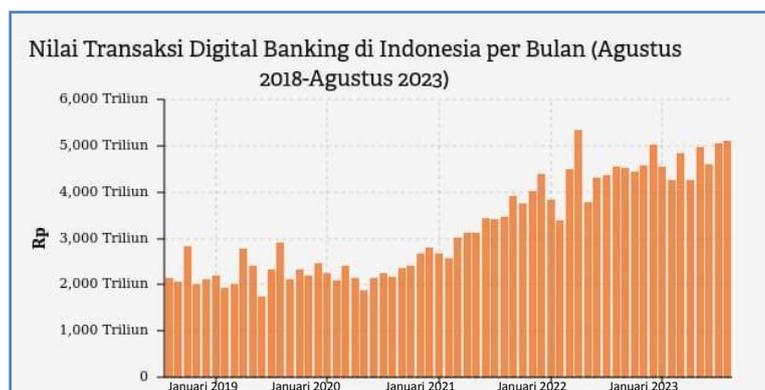
Sumber : Goodstats

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia 2024

Berdasarkan Gambar 1.1 bahwa tahun 2024, total pemakaian layanan internet di Indonesia diperkirakan mencapai 185,3 juta. Angka ini meningkat 0,8% dibandingkan tahun sebelumnya. Fenomena pertumbuhan ini juga terjadi sebelum tahun 2024. Lalu pada 2018, jumlah pemakaian internet di Indonesia meningkat sebesar 24,6%. Tahun ini, Total pemakaian internet di Indonesia 106 juta. Peningkatan juga terjadi pada tahun 2019. Tahun ini, 128 juta pengguna internet terdaftar di Indonesia. Jumlah ini meningkat sebesar 20,7% dibandingkan tahun sebelumnya. Per Januari 2020, terdapat 146 juta pengguna internet di Indonesia. Tentu saja terjadi peningkatan juga pada tahun ini, dengan total peningkatan sebesar 13,7%. Pada tahun 2021, total pengguna internet

Indonesia tercatat sebanyak 169 juta orang. Jumlah ini meningkat 16,5% dibandingkan tahun sebelumnya.

Kenaikan tersebut kemudian dijadwalkan terjadi antara tahun 2021 hingga 2022. Berdasarkan data, umlah pemakaian internet di Indonesia pada tahun 2022 sebanyak 183 juta orang, meningkat 7,7% dibandingkan tahun 2021. Meskipun dianggap rendah, jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat, dengan pertumbuhan sebesar 0,6% dari 2022 hingga 2023 diperkirakan akan mencapai 184 juta pada tahun 2023. Pada 2018, 24,6% pengguna internet di Indonesia, 20,7% pada 2019, 13,7% pada 2020, 16,5% pada 2021, 7,7% pada 2022, 0,6% pada 2023, dan 0,8% pada 2023.



Sumber : Katadata.co.id

Gambar 1. 2 Nilai Transaksi Digital Banking di Indonesia per Bulan

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), jumlah transaksi perbankan digital nasional mencapai Rp5.098,6 triliun pada Agustus 2023 atau sekitar Rp5,1 triliun. Nilai tersebut meningkat sebesar 1,3% dibandingkan Juli 2023 (dibandingkan bulan sebelumnya) dan sebesar 11,9% dibandingkan tahun sebelumnya (dibandingkan bulan yang sama tahun lalu). Transaksi perbankan digital atau jumlah perbankan digital di atas merupakan kombinasi dari transaksi internet banking, SMS/*Mobile Backing*, dan phone banking (Hasanah, n.d.).

Perbedaan keduanya tidak hanya terletak pada penggunaan terminologi, tetapi juga pada cara penanganannya untuk memberikan rasa

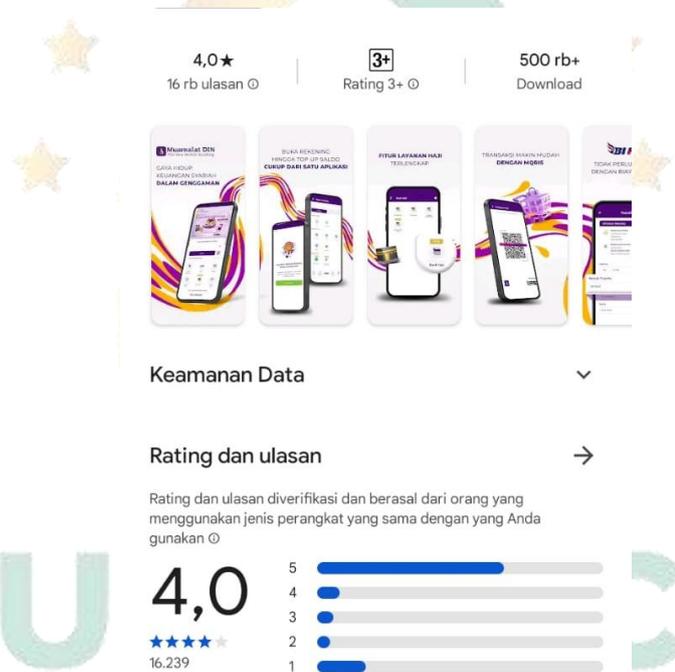
aman kepada pelanggan. Oleh karena itu, mekanisme pengawasan perlu diperkuat untuk menjaga kepercayaan pelanggan karena pencantuman label syariah mempunyai konsekuensi yang sangat serius (Mubarak, 2022).

Bank Muamalat disebut sebagai perusahaan gabungan, BMI memiliki saham tetapi tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Direksi Bank Indonesia memutuskan untuk melegalkan BMI. Pada tanggal 27 Oktober 1994, PT Bank Muamalat Indonesia ditunjuk sebagai bank devisa sesuai dengan Surat Perintah Menteri Keuangan Nomor 2. Berdasarkan S-79/MK.03/1995, yang dikeluarkan pada tanggal 6 Februari 1995, Perbendaharaan Negara secara resmi mengakui usahanya sebagai bank devisa.

Seperti yang sudah kita ketahui mengenai banyaknya persaingan kualitas mobile banking dari beberapa bank syariah, BMI juga mengeluarkan layanan *Fintech* berupa *Mobile Banking* yang sudah memiliki beberapa fitur terbarunya, yang dimana layanan tersebut di launchingkan di bulan November tanggal 14 tahun 2019. Layanan BMI ini bisa digunakan oleh anggota Nasabah ataupun non nasabah, karena kemajuan yang sudah modern maka BMI memunculkan beberapa fitur seperti layanan yang dapat memudahkan dalam melakukan transaksi supaya tidak perlu datang langsung ke ATM maupun bank serta layanan tersebut dapat memberikan berbagai macam keterangan dan juga pengetahuan mengenai macam-macam fitur yang ada di aplikasi tersebut dan lain sebagainya (Hania, 2022).

Serta layanan lainya yang ada di aplikasi tersebut adalah memunculkan manifestasi yang indah sehingga dapat menarik nasabah, kemudian adanya penguat sandi dengan cara sidik jari yang dapat memberikan keamanan dalam akun nasabah, dan penyimpanan pada rekening yang dapat dijadikan sebagai favorit sehingga ketika akan melakukan transaksi tidak perlu mencari lagi. Namun dari observasi

dengan nasabah yang tidak mempunyai mobile banking yang peneliti hasilkan bahwa beberapa sebagian dari nasabah BMI ketika menjadi anggota baru dan ditawarkan menggunakan mobile banking itu enggan, alasan yang mereka berikan ketika menolak menggunakan mobile banking yaitu karena kurangnya pengetahuan yang mereka dapatkan dari pelayanan BMI dan juga promosi yang kurang menarik sehingga mereka tidak menggunakan *Mobile Banking*. Namun peneliti juga menemukan sebagian orang justru lebih suka menggunakan *Mobile Banking* dikarenakan layanan yang memudahkan mereka dan tidak perlu datang ke bank langsung.



Sumber : play store 2024

Gambar 1. 3 jumlah penggunaan Muamalat DIN 2024

Berdasarkan gambar 1.3 bahwa jumlah penggunaan Muamalat DIN berjumlah lebih dari 5000 pengguna dengan jumlah rating 4,0. Namun demikian dari beberapa ulasan yang ada di *Play Store* menunjukkan bahwa terdapat kendala dalam penggunaan Aplikasi Muamalat DIN yang dimana bisa mempengaruhi kualitas Banking Tersebut, beberapa ulasan yang ada

di *play Store* tersebut yaitu terjadinya kendala saat *log in*, kesulitan untuk melakukan transaksi, dan juga kurangnya *innovation produk* dalam *Mobile Banking*.

Serta menurut nasabah yang menggunakan mobile banking menyatakan bahwa Ketika ingin menggunakan layanan mobile banking dari BMI seperti transaksi mereka mengalami kendala pada input kode yang akan digunakan dalam transaksi, kode tersebut akan diberikan dengan rampang sehingga beberapa nasabah Mengalami kesalahan ataupun kelupaan, sehingga hal ini mengharuskan nasabah untuk datang ke bank.

Berharap nasabah semakin puas dengan berbagai produk dan layanan bank kami melalui layanan *Mobile Banking* BMI yang sangat nyaman.. Namun hal ini untuk menarik nasabah menggunakan aplikasi *Mobile Banking*, perusahaan perlu menerapkan komunikasi antara perusahaan dan juga konsumen tersebut, Dalam komunikasi dua arah, digital marketing memiliki indikasi masalah konsumen dapat merasa tidak nyaman dengan informasi yang diterima melalui digital marketing, yang mungkin menyebabkan mereka tidak menginginkan informasi digital marketing. Selain itu, tidak meratanya internet di berbagai daerah menyulitkan memperkenalkan layanan *Mobile baking*. Hal ini dapat menyebabkan masyarakat kurang mendapatkan informasi secara menyeluruh juga dapat memberikan komentar dan kritik yang dapat membuat kredibilitas perusahaan turun. Dan *Fintech* perbankan syariah Indonesia masih belum sempurna atau masih mempunyai kekurangan. Seperti sering terjadinya Eror ketika ingin melakukan transaksi, dan *innovation Product* yang terlalu banyak sehingga membuat nasabah merasakan kebingungan untuk menggunakan fitur layanan tersebut (Siregar et al., 2023).

Keputusan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* dapat dipengaruhi oleh informasi dasar mengenai BMI. Untuk mengatasi

masalah ini, BMI juga harus melakukan restrukturisasi atau membuat rencana untuk menggunakan *Digital Marketing* berkualitas tinggi agar dapat menawarkan layanan ini kepada klien dan mencapai tingkat kepuasan klien yang setinggi-tingginya. Maka dengan ini akan mudah mendapatkan nasabah yang minat untuk menggunakan produk-produk layanan dari BMI. BMI juga dapat menaklukkan *Service Quality* yang baik supaya dapat bersaing didunia perbankan syariah, maka dari sini nasabah akan mendapatkan penawaran produk yang sesuai dengan kebutuhannya.

Faktor-faktor tersebut dapat mencakup kemudahan akses, keamanan transaksi, serta pemahaman nasabah terhadap produk dan layanan yang ditawarkan. Di KCP Sumber, Bank Muamalat, pemahaman mengenai faktor-faktor ini menjadi sangat penting, mengingat pergeseran preferensi nasabah yang semakin mengarah pada penggunaan teknologi dalam bertransaksi (Purwati, 2018).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal yang dapat memengaruhi pilihan nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking* pada Bank Muamalat KCP Sumber. Peneliti mengharapkan dengan adanya ini bisa memberikan wawasan yang berguna bagi bank dalam mengembangkan layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan nasabah, serta menumbuhkan penerimaan masyarakat terhadap mobile banking.

Maka akan hal ini, penting untuk Bank Muamalat KCP Sumber dalam memahami minat nasabahnya dalam menggunakan *Mobile Banking*. Dalam hal ini, bank perlu menyusun strategi pemasaran yang efektif agar layanan ini dapat diakses oleh masyarakat. Lebih lanjut, bank harus berupaya untuk memanfaatkan layanan tersebut secara maksimal, memfasilitasi aksesnya dan merangsang minat nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

Seiring berjalannya waktu dan perubahan masyarakat, Bank Muamalat harus mampu menunjukkan dan meningkatkan kinerjanya agar mampu bersaing dengan bank lain. Bank Muamalat Dengan lebih memahami kebutuhan dan situasi aktual nasabah sebelum menawarkan produk, maka perlu dilakukan peningkatan *Service Quality* kualitas layanan, *Inovation Product* dan *Digital Marekting* untuk menarik sempurna nasabah memakai layanan digital (Gita, 2023).

Maka kondisi inilah penulis sangat tertarik dalam melakukan penelitian yang berjudul **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Pada Nasabah Bank Muamalat Kcp Sumber**

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, akan menjadi mungkin untuk mengidentifikasi dan mendefinisikan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Subjek penelitian memerlukan penyelidikan yang lebih mendalam dan menyeluruh. Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Profesionalitas
- b. Kualitas layanan
- c. Pemasaran produk
- d. Keamanan
- e. Kualitas produk

C. Batasan masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas, maka perlu dilakukan penyempitan permasalahan agar tidak memperluas permasalahan yang dibahas dan untuk mempermudah proses penelitian. Penelitian ini difokuskan pada adanya *Digital Marketing*, *Service Quality*, dan

Innovation yang mana bisa berpengaruh dalam pilihan nasabah untuk memakai *Mobile Banking*. Peneliti untuk penelitian ini membatasi sampel hanya untuk Nasabah BMI yang mempunyai *Mobile Banking* dan sekitarnya.

D. Rumusan masalah

Permasalahan penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, identifikasi masalah, dan batasan masalah yaitu sebagai berikut:

- a. Bagaimana *Digital Marketing* yang dilakukan oleh Bank Muamalat mempengaruhi keputusan Nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking*?
- b. Bagaimana *service quality* yang diberikan oleh Bank Muamalat mempengaruhi keputusan Nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking*?
- c. Apakah *Innovation Product* yang diberikan oleh Bank Muamalat dapat mempengaruhi keputusan Nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking*?
- d. Bagaimana *Digital Marketing*, *Service Quality*, dan *Innovation Product* bersama-sama mempengaruhi keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*?

E. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh *Digital Marketing* yang dilakukan oleh Bank Muamalat dalam keputusan Nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

- b. Untuk menganalisis pengaruh *service quality* yang diberikan oleh Bank Muamalat dalam keputusan Nasabah menggunakan *Mobile Banking*.
 - c. Untuk menganalisis pengaruh *Innovation Product* yang diberikan oleh Bank Muamalat dalam keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*
 - d. Untuk menganalisis *Digital Marketing*, *Service Quality*, dan *Innovation Product* dalam mempengaruhi keputusan Nasabah menggunakan *Mobile Banking*.
2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat bagi penulis, akademisi, praktisi dan kepada pihak-pihak yang membutuhkan.

a. Adapun Bagi penulis

Pada penelitian ini, peneliti sangat mengharapkan agar kedepannya dapat dijadikan referensi dan juga wawasan untuk penelitian selanjutnya khususnya mengenai Pengaruh *Digital Marketing*, *Service Quality*, dan *Innovation Product* Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*.

b. Bagi akademisi

Penelitian ini dimaksudkan untuk digunakan sebagai referensi bagi penelitian serupa dan untuk tujuan perbandingan. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide dan pemikiran baru mengenai dampak *Digital Marketing*, *Service Quality*, dan *Innovation Product* terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Penelitian ini juga merupakan wujud pengamalan Tridharma Perguruan Tinggi, yaitu wujud kontribusi ideologi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan.

c. Bagi praktisi

Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk membantu praktisi mengkaji bagaimana *Digital Marketing*, *Service Quality*, dan *Innovation*

Product mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking*. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi yang berguna untuk operasional bisnis di masa depan.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penyusunan proposal skripsi ini terdiri dari 5 bab yaitu :

BAB I PENDAHULUAN Bab ini membahas mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA Bab ini menjelaskan teori-teori yang mendasari penelitian, penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian, kerangka pemikiran atau model konsep, dan model hipotesis. **BAB**

III METODE PENELITIAN Bab ini membahas dan menjelaskan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel dan pengukuran, populasi dan sampel, pengumpulan data, teknik analisis data, dan uji hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN Bab ini membahas tentang hasil penelitian dan pembahasan yang berisi gambaran umum objek penelitian hingga hasil penelitian mengenai Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah KCP Sumber..

BAB V PENUTUP Bab ini membahas tentang kesimpulan dan kontribusi penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti.