

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Peranan lembaga keuangan dalam perekonomian dewasa ini sangat penting dan merupakan jantung bisnis, dimana eksistensi lembaga keuangan sangat dibutuhkan dalam menopang pertumbuhan perekonomian Indonesia. Semakin maju lembaga keuangan, semakin cepat perekonomian untuk tumbuh dan berkembang. Dalam era globalisasi, dunia perbankan dituntut untuk menunjukkan kinerja dan pelayanan yang semakin baik. Perkembangan perbankan di Indonesia sejak dilaksanakan deregulasi menjadikan persaingan semakin kompetitif. Hal ini sudah tentu menuntut proses pendewasaan dari perbankan Indonesia kearah profesionalisme, karena dilaksanakan melalui penciptaan iklim bersaing yang wajar antara bank bank di Indonesia baik bank pemerintah, swasta nasional maupun bank asing.

Perkembangan teknologi di era globalisasi mengalami peningkatan yang cukup signifikan hingga mendominasi sebagian besar aktivitas manusia. Manusia dan teknologi hidup berdampingan dan saling melengkapi kebutuhan satu dengan lainnya. Teknologi membuat segala sesuatu menjadi lebih praktis dan mudah untuk dilakukan, sehingga pekerjaan manusia yang sebelumnya sulit untuk dikerjakan, bisa terealisasi dengan mudah, cepat, dan efisien. Salah satu contoh teknologi yang sering digunakan adalah internet. Kehadiran teknologi internet memberikan manfaat komunikasi tanpa batas dan waktu. Penggunaan internet tidak hanya untuk mencari informasi saja, tetapi juga untuk transaksi ekonomi yang disebut dengan *e-commerce*.

Transaksi *e-commerce* di Indonesia sendiri semakin berkembang pesat, ditandai dengan banyaknya kemunculan *e-commerce* baru. Posisi pertama *e-commerce* di Indonesia sendiri bisa berubah setiap kuartalnya. Potensi besar di Indonesia bagi pelaku usaha yang ingin mengembangkan

usahanya dibidang *online shop*, terbukti banyaknya *e-commerce* yang tersedia saat ini dengan berbagai kelebihan dan kemudahan yang membuat banyak pengguna kalap untuk berbelanja di *online shop*.

**Gambar 1.1**  
**Website e-commerce terbaik di Indonesia**

Filter berdasarkan Model Bisnis Store Type Asal Toko Pilih Data per Kuartal Q4 2020

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1  Shopee	129,320,800	#1	#1	541,700	7,100,000	19,908,390	9,066
2  Tokopedia	114,655,600	#2	#4	710,400	2,400,000	6,372,160	4,521
3  Bukalapak	38,583,100	#7	#7	199,600	1,363,070	2,514,260	2,446
4  Lazada	36,260,600	#3	#3	411,400	2,600,000	30,461,740	4,500
5  Bilibli	22,413,100	#6	#5	514,800	1,389,780	8,539,020	2,106
6  Orami	6,186,200	#27	#22	5,360	530	352,140	205
7  Bhinneka	4,442,600	#20	#20	68,900	41,910	1,048,380	603
8  Rafali	4,331,400	#26	#18	2,940	412,000	91,950	179
9  JD ID	4,163,100	#8	#6	34,800	521,000	800,270	1,207
10  Sociolla	3,086,500	#5	#2	4,010	925,000	12,430	485

Sumber : <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>

Berdasarkan gambar 1 riset yang dilakukan oleh iPrice tentang Peta *E-Commerce* Indonesia, Shopee berada di peringkat satu dari 10 *e-commerce* terbaik di Indonesia dengan total 129,3 juta pengunjung setiap bulan disusul dengan Tokopedia dan yang lainnya. Dapat diketahui dari data diatas banyaknya pengguna internet di Indonesia yang sering menggunakan *e-commerce*.

Pengguna internet kini semakin populer di kacamata generasi muda tak terkecuali mahasiswa. Mahasiswa adalah bagian masyarakat yang sangat dekat dengan persoalan akses informasi dan dunia internet, bukan hanya karena tuntutan keilmuan yang mengharuskan mahasiswa untuk selalu mencari informasi terbaru, tetapi juga persoalan tentang berbagai kebutuhan mendasar sebagai manusia di era teknologi. Beragam fasilitas yang disajikan oleh internet memberikan warna baru dalam segi belanja.

Menurut riset platform manajemen media sosial *HootSuite* dan agensi marketing sosial *We Are Social* dari total keseluruhan masyarakat Indonesia sebanyak 274,9 juta orang, persentase pengguna internet

Indonesia jangkau 73,7 persen. Sementara untuk jumlah pengguna internet dari perangkat *smartphone* di Indonesia, riset mencatat ada 345,3 juta orang yang menggunakan perangkat tersebut. Angka ini mencakup persentase hingga 125,6 persen dari total keseluruhan populasi. Angka ini juga tumbuh 4 juta atau 1,2 persen dari riset yang dilakukan pada Januari 2020 lalu.

Pandemi Covid-19 membuat pola perubahan dalam industri finansial. Saat ini industri ini terus bergeser ke arah digital. Salah satunya terlihat dari pengguna *internet banking*, *mobile banking*, dan *e-money* yang meningkat. Nasabah saat ini memilih memanfaatkan digital dalam bertransaksi. ada 290 juta *e-money* beredar dan 500 *reader* tersedia. Bahkan kini terdapat 41 penyelenggara *e-money* berlisensi. Pertumbuhan nilai transaksi meningkat sangat pesat dengan prediksi pada tahun ini akan meningkat dibanding tahun lalu. dari catatan pengguna *internet banking* juga meningkat, yakni terdapat 36 juta pengguna dan 62 juta pengguna *mobile banking*. Transaksi *e-money* makin *booming* bahkan naik hingga lebih dari 100 persen.

Di masa pandemi ini transaksi digital channel bank juga meningkat pesat. saat pandemi Covid-19 ini perbankan harus terus berinovasi dengan digitalisasi perbankan. Salah satunya transaksi keuangan dengan menggunakan *internet banking* dan *mobile banking* ([https://jabar.tribunnews.com/2020/06/24/transaksi-keuangan-mobile banking](https://jabar.tribunnews.com/2020/06/24/transaksi-keuangan-mobile-banking). Penulis: Siti Fatimah).

Mahasiswa pada saat ini banyak melakukan kegiatan online, karena rata-rata mahasiswa memiliki *smartphone* yang dapat mengakses internet sehingga dapat melakukan kegiatan online. Dari data mahasiswa Perbankan Syariah sendiri pada website Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon yaitu total kurang lebih 606 mahasiswa, yang mungkin 97% mahasiswanya mempunyai *smartphone* untuk mempermudah segala kegiatan perkuliahan, di samping mereka mempunyai *smartphone* untuk pembelajaran, juga menurut beberapa survei tugas harian yang pernah saya

lakukan dan teman saya lakukan rata-rata mereka mempunyai mobile banking karena ada salah satu mata kuliah yang dosennya mengharuskan mahasiswanya untuk mempunyai bank syariah dan menginstall mobile banking untuk pembelajaran mata kuliah perbankan syariah, dan juga didukung oleh data dari setiap seminar yang saya ikuti karena sering ada pembukaan rekening diakhir seminar, sedangkan untuk data mahasiswa yang menggunakan *ecommerce* peneliti disini menggunakan data dari mata kuliah kewirausahaan, mata kuliah ini juga mengharuskan mahasiswanya untuk berwirausaha, 70% mereka menggunakan *ecommerce* untuk marketing dari usahanya mempromosikan lewat online seperti shopee, tokopedia dll. Beberapa diantaranya sudah menggunakan sistem pembayaran online dengan menggunakan bank atau mobile banking dan juga *ewallet*, sebagian lagi masih ada yang melakukan sistem *cod (cast on delivery)*.

Mahasiswa yang rata-rata berumur 18-24 tahun memiliki potensi besar untuk melakukan kegiatan dengan *smartphone* salah satunya yaitu berbelanja *online* di *e-commerce*, begitu juga dengan mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon, dengan dasar ilmu pengetahuan perbankan tentunya akan dapat memahami tentang *mobile banking*, ditambah dengan kondisi pandemi yang mengharuskan untuk setiap orang menerapkan protokol kesehatan, sehingga besar potensi untuk mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon berbelanja *online* di *e-commerce*, dengan kelebihan fitur pembayaran menggunakan *mobile banking*.

Biasanya orang melakukan transfer harus datang ke bank atau melalui ATM (*Automatic Teller Mecine*). Namun seiring kebutuhan mobilitas yang tinggi, kini masyarakat membutuhkan layanan yang lebih praktis ketimbang harus pergi ke bank/ATM, karena akan memerlukan waktu lebih lama jika harus mendatangi bank dulu ketika akan melakukan transfer. Solusi lebih mudahnya adalah menggunakan fitur *mobile banking* yang telah disediakan oleh bank.

*Mobile Banking* atau biasa disebut dengan *M-banking* adalah transaksi keuangan yang dilakukan menggunakan perangkat *mobile* dimana pada umumnya berupa ponsel atau *smartphone* yang sumber dananya berasal dari tabungan para nasabah di bank. Layanan *mobile banking* kini menjadi tren yang sangat terkenal karena memberikan kemudahan bagi para nasabah bank. Banyak masyarakat Indonesia yang sudah menggunakan *mobile banking* sebagai penunjang kemudahan bertransaksi. Pertumbuhan pengguna *smartphone* terus meningkat dalam 5 tahun terakhir, yakni dari 19 persen pada 2014 menjadi 56 persen pada 2018. Pesatnya pertumbuhan tersebut juga berdampak positif terhadap nasabah bank dan juga pengguna internet dan *mobile banking*.

Walaupun penggunaan ini berada di urutan keenam hingga kedelapan setelah penggunaan *smartphone* untuk kegiatan lain seperti *music*, *games* ataupun *shopping*. Data ini juga sekaligus menunjukkan, semakin muda tingkat generasi seseorang maka semakin banyak kegiatan yang dia bisa lakukan dengan *smartphone*. Hal ini seiring dengan keterlibatannya yang tinggi terhadap *smartphone* (<https://m.bareksa.com/id>)

Berdasarkan hasil kajian *Jenius Financial Study: Indonesia Digital Savvy Behaviour* yang bekerjasama dengan Nielsen, jumlah nasabah penabung bertumbuh dari 23 persen pada 2014 menjadi 36 persen pada 2018. Kajian tersebut menunjukkan adanya digitalisasi berdampak pada semua sektor, termasuk sektor keuangan. Kendati, dilihat dari golongan generasi, yakni mulai dari generasi *baby boomers* sampai generasi X masih banyak menggunakan *smartphone* mereka untuk *chatting*, *social media*, *online transportation*, *video streaming* dan *shopping*.

**Gambar 1.2**  
**Penetrasi Penggunaan Smartphone**



Dari hasil kajian tersebut, baik generasi *baby boomers* atau responden yang berusia 54-68 tahun, generasi X (39-53 tahun), generasi Y (25-38 tahun) dan generasi Z (17-24 tahun) paling banyak menggunakan *smartphone* untuk *chatting* atau 94 persen. Sedangkan untuk *social media*, jumlah penggunaannya bervariasi, yakni 60 persen hingga 94 persen tergantung dari tingkat generasi. Generasi *baby boomers* dalam hal ini lebih banyak menggunakan *smartphone*-nya untuk *online transportation* daripada untuk *social media*.

Aplikasi keuangan menempati posisi keenam hingga kedelapan dilihat dari jumlah penggunaannya di dalam golongan tersebut. Generasi *baby boomers* bahkan menempatkannya di posisi kelima dengan jumlah penggunaannya sebanyak 23 persen. Kendati demikian, jumlah penggunaan aplikasi keuangan di generasi *baby boomers* ini tidak sebanyak generasi X yang 42 persen, generasi Y yang 49 persen dan generasi Z yang 49 persen.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut di atas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan mobile banking terhadap minat

bertransaksi *e-commerce* (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syari'ah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)''.

## **B. Rumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Pandemi Covid-19 membuat pola perubahan dalam industri finansial. Saat ini industri ini terus bergeser ke arah digital. Salah satunya terlihat dari pengguna *internet banking*, *mobile banking*, dan *e-money* yang meningkat
- b. Mahasiswa sekarang ini banyak melakukan belanja *online*, karena rata-rata mahasiswa memiliki *smartphone* yang dapat mengakses internet sehingga dapat melakukan perbelanjaan *online*
- c. Dalam melakukan pembayaran belanja *online* melalui bank akan membutuhkan waktu lebih lama karena harus datang ke bank terlebih dahulu.
- d. Pertumbuhan pengguna *smartphone* terus meningkat dalam 5 tahun terakhir, yakni dari 19 persen pada 2014 menjadi 56 persen pada 2018. Pesatnya pertumbuhan tersebut juga berdampak positif terhadap nasabah bank dan juga pengguna internet dan *mobile banking*

### **2. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi permasalahan yaitu mengenai pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Kemudahan menggunakan *mobile banking*.

Namun supaya lebih fokus lagi penulis membatasi kaitannya mengenai perilaku mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon dalam kemudahan transaksi menggunakan *mobile banking*.

### **3. Pertanyaan**

- a. Bagaimana pengaruh pengetahuan penggunaan *mobile banking* terhadap minat mahasiswa bertransaksi *e-commerce*?

- b. Bagaimana pengaruh kepercayaan penggunaan *mobile banking* terhadap minat mahasiswa bertransaksi *e-commerce*?
- c. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan *mobile banking* terhadap minat mahasiswa bertransaksi *e-commerce*?
- d. Bagaimana pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan *mobile banking* secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa bertransaksi *e-commerce*?

### C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan penggunaan *mobile banking* terhadap minat mahasiswa bertransaksi *e-commerce*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan penggunaan *mobile banking* terhadap minat mahasiswa bertransaksi *e-commerce*.
3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan *mobile banking* terhadap minat mahasiswa bertransaksi *e-commerce*.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan *mobile banking* terhadap minat mahasiswa bertransaksi *e-commerce*.

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Dapat memperluas dan memperdalam pengetahuan penulis mengenai Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan menggunakan *mobile banking* di IAIN Syekh Nurjati Cirebon
  - b. Memberikan informasi tentang perilaku mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking* di IAIN Syekh Nurjati Cirebon sehingga penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian sejenis.
  - c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan bagi pembaca terkait *mobile banking*

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk menambah ilmu pengetahuan dan menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya sebagai bahan perbandingan untuk kasus-kasus yang serupa.

### b. Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam mengetahui pengaruh *mobile banking* yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam bertransaksi *e-commerce*.

## D. Sistematika Penelitian

Dalam penelitian ini terdiri dari lima bab yang masing-masing bab dibagi menjadi beberapa sub bab, agar pembahasan dalam penelitian ini tidak keluar dari pokok pikiran dan sistematis dalam pembahasan, maka penulis menggunakan sistematika penelitian sebagai berikut :

### BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah, fokus kajian, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

### BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan membahas mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas mengenai metode penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis data.

### BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas mengenai hasil yang diperoleh dari lapangan melalui metodologi akan

dideskripsikan dan dianalisis yang menguraikan deskripsi objek penelitian, hasil penelitian, dan analisis data.

#### BAB V: PENUTUP

Pada bab ini akan membahas mengenai kesimpulan, dan saran bagi peneliti mendatang.

