

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi mengalami peningkatan yang begitu pesat, dengan berkembangnya teknologi di masa digitalisasi dapat merubah banyak bidang termasuk dalam layanan keuangan yang menggunakan basis digital. Berkembangnya teknologi dan layanan keuangan secara bersamaan mampu menciptakan sebuah teknologi yang dikenal sebagai *financial technology*. Dengan berkembangnya teknologi akan memberikan manfaat dan kemudahan bagi publik melalui pelaksanaan aktivitas usaha ataupun aktivitas transaksi. Banyaknya transaksi keuangan membuat masyarakat akan memilih alat bayar yang terjaga, efisien, serta cepat. Perubahan transaksi ekonomi yang terus berubah seiring dengan berkembangnya teknologi, gaya hidup masyarakat dan *system* pembayaran. Saat ini banyak aktivitas masyarakat yang melakukan transaksi menggunakan layanan digital perbankan.

BSI telah meluncurkan Mobile banking BSI yang dikenal sebagai BSI Mobile yang dirancang untuk memfasilitasi dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Hadirnya mobile banking berdampak positif bagi kemudahan dan kepuasan nasabah bank BSI. pengguna. Transaksi perbankan seperti transfer, pembayaran dan pembelian, cek saldo, dan perubahan dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Bebas bertransaksi dengan aplikasi mobile BSI karena keamanan pengguna terjamin. Bank Syariah Indonesia (BSI) memberikan jaminan bahwa BSI Mobile menjadi aplikasi yang dapat memudahkan penggunaannya dalam melakukan transaksi dan akan terus berinovasi (Bsimobile.co.id, 2021) Akan tetapi pada tanggal 8 mei 2023 nasabah bank BSI mengalami kecewa karena tidak bias mengakses aplikasi BSI mobile. Meskipun bank secara resmi telah

menyampaikan bahwa sedang ada maintenance pada aplikasi BSI Mobile namun tidak sedikit masyarakat yang mengeluh akan kondisi tersebut. Tidak terkecuali di Aceh, berdasarkan laman resmi pemerintah Aceh, pengguna BSI mencapai 542.161 pengguna tidak bisa melakukan transaksi. Namun di satu sisi peringkat Bank BSI justru mengalami penurunan.

Tabel 1.1
Komparasi Brand pengguna Layanan Perbankan

Nama bank	2020	2021	2022	2023
Bank Syariah Indonesia	0	0	61.50	60.10
BCAsyariah	11.20	12.60	16.30	20.80
Bank Muamalat	3.30	4.20	9.70	4.10

Sumber : Topbrand Award, (2023)

Dari tabel di atas juga menunjukkan bahwa komparasi *brand indeks* pada kategori lembaga keuangan menunjukkan bahwa terjadinya penurunan dari pada lembaga keuangan BSI syariah dari 61.50 menjadi 60.10. *Behavioural intention* adalah suatu kondisi dimana konsumen memiliki intensi atau sikap loyal pada suatu barang atau jasa, dan dengan sukarela menceritakan keunggulan produk atau jasa tersebut kepada orang atau pihak lain. *Behavioural intention* secara luas memiliki peran yang kuat dalam membentuk penggunaan aktual dan adopsi sistem baru

Behavioral intention atau niat perilaku merujuk pada kecenderungan atau kesediaan subjektif seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Dalam perbankan, khususnya dengan Bank BSI dan nasabahnya, niat perilaku akan mencakup kecenderungan atau kesiapan nasabah untuk terlibat dalam aktivitas atau perilaku tertentu yang terkait dengan interaksi perbankan mereka dengan Bank BSI. Niat perilaku ini dapat mencakup membuka rekening baru, melakukan deposito, mengajukan pinjaman, menggunakan layanan perbankan digital, merekomendasikan Bank BSI kepada orang lain, dan melanjutkan

hubungan perbankan mereka dengan Bank BSI. Memahami niat perilaku nasabah Bank BSI sangat penting untuk perencanaan strategis bank, upaya pemasaran, dan peningkatan layanan.

Behavioural intention menunjukkan tindakan dalam memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dengan pengenalan maupun penyelesaian masalah yang dikumpulkan oleh seorang konsumen dan mewujudkannya dengan tindakan yang nyata. Setelah proses tersebut, barulah konsumen dapat mengevaluasi pilihannya, dan menentukan akan sikap yang diambil selanjutnya untuk menggunakan produk atau jasa tersebut, (Asman & Apriliani, 2020). Secara sederhana konsumen akan mencari informasi tentang produk yang dibutuhkan, kemudian mereka akan mengevaluasi produk yang dirasakan paling cocok dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Langkah selanjutnya konsumen akan memutuskan untuk membeli atau tidak (Kotler & Keller, 2019).

Terkait dengan BSI Mobile, Nasabah yang memiliki niat perilaku yang tinggi cenderung untuk menggunakan aplikasi mobile banking BSI secara aktif. Misalnya, nasabah yang memiliki niat perilaku tinggi akan cenderung melakukan aktivitas seperti melakukan transfer antar rekening, pembayaran tagihan, atau bahkan berinvestasi melalui aplikasi tersebut. *Behavioural intention* di pengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya *performance expentancy*, *effort expentancy*, *social influence*, *facilitating condition* dan *motivasi hedonis* (Alalwan et al., 2017; Saroh, 2023).

Faktor pertama dalam penelitian ini yang diduga *behavioural intention* yaitu ekspektasi kinerja (*performance expentancy*). *Performance Expectancy* atau ekspektasi kinerja diinterpretasikan sebagai besarnya ekspektasi pengguna terhadap kinerja sistem yang digunakan sehingga pengguna dapat merasakan manfaat untuk menggunakan sistem tersebut dan dapat memberikan pengaruh positif terhadap penggunaan *system* (Arbaningrum & Bisma, 2023). Kinerja yang diharapkan berdasarkan pada sejauh mana konsumen percaya

bahwa menggunakan BSI Mobile dapat memberikan keuntungan seperti kecepatan transaksi, keamanan, dan kenyamanan saat melakukan transaksi online. Hasil penelitian (Alalwan et al., 2017) menyimpulkan bahwa ekspektasi kinerja sebagai faktor signifikan yang mempengaruhi niat berperilaku. Demikian juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rachmawati et al., 2020; Zaenudin & Tricahyono, 2023) menemukan bahwa *performance expectancy* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna aplikasi mobile banking. Sementara hasil penelitian lainnya menyatakan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* (Wibowo et al., 2019).

Sejauh ini perkembangan nasabah Bank BSI di Kota Lhokseumawe semakin meningkat dan hampir setiap nasabah bank BSI memanfaatkan mobile banking. Perkembangan yang meningkat dari nasabah Bank BSI di Kota Lhokseumawe, yang hampir seluruhnya memanfaatkan layanan mobile banking, menunjukkan tren positif dalam adopsi teknologi perbankan digital di wilayah tersebut. Dalam menggunakan produk layanan BSI, nasabah dapat dengan mudah mengakses rekening mereka, melakukan berbagai transaksi, seperti transfer dana dan pembayaran tagihan, tanpa harus mengunjungi kantor cabang fisik. Hal ini memberikan kemudahan yang signifikan bagi nasabah, terutama dalam situasi di mana mobilitas terbatas atau dalam kondisi pandemi seperti saat ini di mana layanan perbankan jarak jauh menjadi lebih diutamakan. Selain itu, peningkatan nasabah Bank BSI di Kota Lhokseumawe juga mencerminkan upaya Bank BSI dalam memperkuat infrastruktur teknologi dan mengembangkan fitur-fitur yang menarik bagi pengguna. Bank BSI telah melakukan investasi dalam pengembangan aplikasi mobile banking yang intuitif, aman, dan memiliki beragam fitur yang memenuhi kebutuhan nasabah.

Selanjutnya faktor kedua yang diduga mempengaruhi harapan kinerja yaitu Ekspektasi kinerja (*effort expectancy*). Menurut (Suwandi & Azis, 2018) *effort expectancy* didefinisikan

sebagai tingkat persepsi kemudahan konsumen ketika menggunakan sistem pembayaran elektronik dalam transaksi online. *Effort Expectancy* menunjukkan tingkat harapan pengguna terkait kemudahan dalam penggunaan sistem. Jika pengguna merasa bahwa sistem mudah digunakan, maka akan timbul kenyamanan dalam menggunakannya sehingga ekspektasi usaha dapat memberikan pengaruh positif terhadap penggunaan *system* (Arbaningrum & Bisma, 2023).

Hasil observasi yang menunjukkan adanya peningkatan keluhan dari nasabah terkait penggunaan mobile banking menyoroti adanya potensi masalah dalam pengalaman pengguna yang perlu segera ditangani oleh Bank BSI. Salah satu penyebab utama keluhan ini mungkin terletak pada rendahnya ekspektasi tentang upaya yang diperlukan (*effort expectancy*) dalam menggunakan aplikasi tersebut. Ini dapat mengindikasikan bahwa Bank BSI tidaklah cukup intuitif atau mudah digunakan bagi sebagian nasabah. sehingga nasabah menghadapi kesulitan dalam menavigasi antarmuka aplikasi, melakukan transaksi tertentu, atau memahami fitur-fitur yang tersedia. Rendahnya *effort expectancy* ini kemudian dapat menjadi hambatan bagi perubahan perilaku nasabah dalam mengadopsi aplikasi mobile banking secara aktif. Hasil penelitian (Suwandi & Azis, 2018) menyimpulkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Hasil penelitian (Rachmawati et al., 2020) juga menyimpulkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

Selain *Performance expectancy* dan *effort expectancy*, faktor yang diduga mempengaruhi *behavioral intention* dalam penelitian ini yaitu *social influence*. *Social Influence* adalah faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan sebuah sistem dengan pengaruh dari lingkungan sosial sekitar mereka dan juga dapat membuat individu mempertimbangkan apakah ia harus menggunakan sistem atau tidak (Arbaningrum & Bisma, 2023). Kegiatan berupa sosialisasi, seminar maupun kerjasama pihak lembaga keuangan

dengan suatu organisasi, kelompok, atau lembaga lain yang dilakukan secara konsisten untuk membuat nasabah menggunakan suatu produk layanan merupakan salah satu wujud pengaruh sosial. Social influence atau pengaruh sosial yaitu suatu upaya yang dilakukan oleh seorang atau lebih yang dapat mengubah keyakinan (belief), persepsi, tingkah laku, dan sikap orang lain. Social influence terjadi saat satu orang sebagai sumber terlibat berbagai perilaku yang menyebabkan orang lain dapat berperilaku sebagaimana seharusnya melakukan Tindakan.

Berdasarkan observasi menunjukkan bahwa rendahnya sosialisasi yang diberikan pihak BSI dalam rangka memperkenalkan produk BSI mobile kepada nasabah hal ini menunjukkan BSI perlu meningkatkan sosialisasi dan ajakan secara langsung dengan intensitas event yang diselenggarakan setiap bulan. Hasil penelitian (Mufingatun & Prijanto, 2020; Rachmawati et al., 2020; Wibowo et al., 2019; Zaenudin & Tricahyono, 2023) membuktikan bahwa pengaruh sosial berpengaruh terhadap *behavioral intention* penggunaan mobile banking.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* yaitu kondisi fasilitas. *Facilitating Conditions* didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa ketersediaan fasilitas di sekitarnya maupun secara teknis dapat mendukung penggunaan *system* (Arbaningrum & Bisma, 2023). Tingkat kepercayaan yang dimaksud adalah kepercayaan terhadap fasilitas yang mendukung keinginan individu untuk menggunakan suatu teknologi. Dalam hal ini, semakin baik kondisi pemfasilitas yang tersedia maka semakin besar pula kesediaan seseorang untuk menggunakan teknologi baru tersebut (Premi & Widyaningrum, 2022). BSI sejauh ini sudah mengupayakan fasilitas yang sangat bermanfaat bagi konsumen dalam menggunakan aplikasi BSI mobile.

Berdasarkan Pengamatan menunjukkan bahwa BSI telah menyediakan berbagai fasilitas di aplikasi BSI mobile yang memberikan banyak kemudahan pada konsumen dalam menggunakan aplikasi tersebut. Hasil penelitian (Mufingatun & Prijanto, 2020; Rachmawati

et al., 2020; Zaenudin & Tricahyono, 2023) membuktikan bahwa kondisi pemfasilitasi berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

Kemudian *Hedonic Motivation* juga diduga mempengaruhi *behavioral intention*. *Hedonic Motivation* merupakan perasaan senang yang diperoleh dari penggunaan suatu sistem dan telah terbukti memainkan peran penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan *system* (Arbaningrum & Bisma, 2023). Hasil penelitian (Alalwan et al., 2017) menyimpulkan bahwa *Hedonic Motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merasa sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **Pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social influence*, *Facilitating Conditions*, dan *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention* Pada Nasabah Bank BSI di Kota Lhokseumawe”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Performance Expectancy* berpengaruh *behavioral intention* Pada Nasabah Bank BSI di Kota Lhokseumawe?
2. Apakah *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention* Pada Nasabah Bank BSI di Kota Lhokseumawe?
3. Apakah *Social influence* berpengaruh terhadap *behavioral intention* Pada Nasabah Bank BSI di Kota Lhokseumawe?
4. Apakah *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap *behavioral intention* Pada Nasabah Bank BSI di Kota Lhokseumawe?

5. Apakah *Hedonic Motivation* berpengaruh terhadap *behavioral intention* Pada Nasabah Bank BSI di Kota Lhokseumawe?
6. Apakah *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social influence*, *Facilitating Conditions*, dan *Hedonic Motivation* berpengaruh terhadap *behavioral intention* Pada Nasabah Bank BSI di Kota Lhokseumawe?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dikemukakan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* Pada Nasabah Bank BSI di Kota Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* Pada Nasabah Bank BSI di Kota Lhokseumawe.
3. Untuk mengetahui pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* Pada Nasabah Bank BSI di Kota Lhokseumawe.
4. Untuk mengetahui pengaruh *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* Pada Nasabah Bank BSI di Kota Lhokseumawe.
5. Untuk mengetahui pengaruh *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* Pada Nasabah Bank BSI di Kota Lhokseumawe.
6. Untuk mengetahui pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, dan *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* Pada Nasabah Bank BSI di Kota Lhokseumawe

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas maka penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang dunia kerja dalam serta melatih keterampilan teknis penulis dalam menganalisa suatu masalah.

2. Manfaat bagi akademis

Sebagai sajian ilmiah yang dapat digunakan sebagai kajian bagi para akademisi tentang kegiatan pemasaran, faktor-faktor pengaruhnya dan berbagai macam keterkaitannya dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *behavioral intention*

3. Manfaat bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan, baik berupa masukan ataupun pertimbangan terkait dengan *behavioral intention*.