

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan perbankan saat ini semakin berkembang, terbukti dengan banyaknya jumlah dan jenis usaha perbankan lainnya yang beroperasi hampir di setiap daerah yang semakin hari semakin menarik minat nasabah. Salah satu dari berbagai jenis perbankan adalah perbankan dengan prinsip syariah. Perbankan syariah dalam pandangan masyarakat, terutama bagi yang muslim sehingga secara tidak langsung menciptakan segmen pasar tersendiri. Perbankan syariah telah membuktikan eksistensinya dan banyak mengalami kemajuan setelah Indonesia krisis moneter yang cukup mengkhawatirkan pada tahun 1997 yang berakibat sangat signifikan atas terpuruknya pertumbuhan ekonomi Indonesia (Nurdin dkk, 2022).

Dalam hal ini salah satu upaya yang dimiliki untuk menarik nasabah yaitu melalui teknologi. Penggunaan teknologi bukan lagi menjadi suatu hal yang khusus dikalangan masyarakat, mau atau tidak masyarakat akan selalu mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih ini menyebabkan banyak hal untuk lebih memudahkan dalam bertransaksi menggunakan produk-produk bank syariah (Nusran, 2022).

Bank Aceh Syariah sendiri merupakan salah satu bank milik daerah provinsi Aceh yang sudah semakin berkembang di wilayah provinsi Aceh. Yang awal berdirinya pada 19 Oktober 2004 dengan nama awal BPD Aceh Syariah, setelah

musibah gempa dan gelombang tsunami 26 Desember 2004 melakukan pelayanan optimal terhadap nasabah. Karena kondisi tersebut menyebabkan ekspansi pembiayaan yang sudah dibina, baik dengan intansi-intansi pemerintah dan swasta terhenti total. Dengan kebersamaan dan komitmen yang tinggi serta bantuan semua pihak dan sumber daya insaninya, penghimpun dana masyarakat dan pemasaran pembiayaan terus dipacu, sehingga sampai saat ini telah menjadikan Bank Aceh Syariah sebagai salah satu bank syariah terbaik (Bank Aceh Syariah, 2024).

Berdasarkan hasil kejadian dalam penggunaan *mobile banking*, terdapat beberapa kasus penipuan seperti masuknya *link* atau file PDF yang dapat mengambil semua data terdaftar di akun-akun terutama akun *mobile banking*. Dan juga terdapat nasabah yang kurang pengetahuan tentang teknologi, sehingga hanya membuat buku tabungan saja tanpa menggunakan *mobile banking*. Dari penjelasan tersebut terdapat sebanyak 219.829 nasabah yang menggunakan Bank Aceh Syariah dan 17.538 nasabah yang hanya menggunakan *Action Mobile Banking*.

Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan *Action Mobile Banking* diantaranya pengetahuan dan persepsi. Faktor yang pertama adalah pengetahuan yang merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (Notoatmodjo, 2018). Karena itu, dari pengalaman dan penelitian ternyata perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan lebih langgeng dari pada perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Dilla, 2023) secara parsial pengetahuan

berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi melalui *Mobile Banking*. Hal ini disebabkan apabila nasabah mengetahui mekanisme serta fungsi dalam menggunakan uang elektronik, sehingga masyarakat tidak mengalami kesulitan dalam pengoperasian untuk bertransaksi. Maka pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat tentang penggunaan *mobile banking* mampu meningkatkan minat masyarakat dalam melakukan transaksi. Dan dalam penelitian (Indriani, 2022 dan Aisyha, 2023) menyebutkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Sedangkan menurut penelitian (Anis, 2019) menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat.

Adanya strategi pemasaran menjadi langkah untuk menawarkan produk perbankan kepada nasabah, kemudian penentuan harga yang ditawarkan kepada nasabah berupa biaya administrasi bulanan, tabungan, bagi hasil dari tabungan maupun deposito, kemudian tempat atau lokasi berkaitan dengan kemudahan lokasi yang dapat dijangkau oleh masyarakat serta promosi yang baik melalui brosur maupun *billboard* dan spanduk. Strategi pemasaran tersebut akan menimbulkan persepsi, apakah strategi tersebut dapat memberikan dampak pada keinginan masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan pada PT. Bank Aceh Syariah Bireuen atau tidak (Fitriyani dkk, 2023). Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Rahmawaty, 2014) menyebutkan bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk Bank Syariah. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Pupitasari, 2021) bahwa tidak terdapat

pengaruh signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*.

Teknologi yang digunakan semakin canggih dengan berbagai fitur-fiturnya yang ditawarkan oleh para pembuat media komunikasi tersebut. Pemanfaatan dari teknologi ini menjadi salah satu kebutuhan untuk mendukung perkembangan bisnis di sektor perbankan. Pada perkembangan selanjutnya, teknologi seperti ini juga dilengkapi dengan mesin-mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri atau *Automatic Teller Machine*), yang memungkinkan nasabah mengambil uang tanpa tergantung jam kerja Bank. Ekspansi ATM juga dilakukan dengan membuat ATM bersama yang memungkinkan nasabah sebuah bank bisa mengambil uang di ATM bank lain (Riza, 2022).

Salah satu pengembangan teknologi *mobile* yang digunakan dalam domain komersial yaitu *Action Mobile*. *Action Mobile* ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Dengan adanya *Action Mobile* nasabah dapat menggunakan layanan perbankan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang maupun ke ATM untuk transaksi personal. *Mobile Banking* tidak akan berjalan jika tidak didukung oleh suatu alat sebagai media dalam penggunaannya. Media komunikasi yang digunakan adalah ponsel atau telepon seluler (Amalia, dkk, 2023).

Dengan adanya fasilitas layanan melalui *Action Mobile Banking* ini jika ingin melakukan transaksi non tunai berupa transfer, jadi selalu ataupun pembayaran dapat melakukan transaksi melalui internet bisa menggunakan HP. Dengan adanya alternatif untuk memberikan kemudahan bagi nya sama yang ditawarkan

oleh fasilitas *Action mobile banking* dapat menjadi salah satu penyebab berminatya nasabah khususnya mahasiswa untuk menggunakan layanan *Action Mobile Banking* (Cahyani dkk, 2023).

Berdasarkan informasi tersebut terlihat bahwa masyarakat Indonesia sebagian besar telah menggunakan internet dan selalu meningkat jumlah penggunaannya dari tahun ke tahun. Dengan demikian, perbankan harus dapat meningkatkan kualitas layanannya terhadap teknologi internet. Mengingat perkembangan akan pemakai internet dan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah mengalami peningkatan (Damanik dkk, 2023).

Minat adalah keinginan atau kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang. Secara garis besar faktor yang mempengaruhi timbulnya minat dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (perbedaan individu) dan yang berasal dari luar (faktor lingkungan). Menurut (Ujang) faktor yang bersumber dari perbedaan individu diantaranya adalah pengetahuan dan sikap kepercayaan, sedangkan faktor dari lingkungan salah satunya adalah teknologi.

Dalam rangka mendukung Qanun Aceh Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dan sebagai upaya mendukung program nasional gerakan transaksi non tunai yang digagas oleh pemerintah, maka Bank Aceh Syariah terus berupaya melakukan inovasi dan diversifikasi produk jasa serta layanan bank untuk mengakomodir kebutuhan layanan dengan memudahkan layanan berbasis teknologi digital kepada seluruh para nasabahnya. Bank Aceh Syariah sudah meluncurkan layanan digital banking yaitu *Action Mobile Banking* (milik Bank Aceh) yang telah

tersedia dalam *platform Android* maupun IOS dan kartu debit yang sudah dapat digunakan memudahkan masyarakat untuk bertransaksi kapan saja dan dimana saja. *Action Mobile Banking* diluncurkan pada 10 Oktober 2020 (Ismail dkk, 2023).

Saat ini Bank Aceh Syariah sudah mengaplikasikan layanan *Action Mobile*, perkembangan ini lantaran kehadirannya mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang sangat mengedepankan mobilitas. (Andika Febrianta dan Indrawati, 2016) dari hasil penelitiannya juga membuktikan bahwa penggunaan elektronik banking khususnya *Mobile Banking* telah mempengaruhi perkembangan yang lebih efisien dan memenuhi kepuasan nasabah. Masyarakat yang menggunakan layanan *Action Mobile* lebih sedikit daripada yang tidak menggunakan *Action Mobile*. Dari kejadian tersebut yang ditakutkan akan terjadi dikalangan-kalangan perbankan syariah yang lain dan dapat menimbulkan anggapan bahwa menggunakan layanan *Mobile Banking* itu tidaklah penting (Febrianta dkk, 2016).

Maka dari itu berdasarkan uraian dari latar belakang diatas peneliti ingin meneliti apakah pengetahuan dan persepsi memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *Action Mobile Banking*. Untuk itu pada penelitian ini peneliti mengambil judul **“Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Action Mobile Banking* Pada PT Bank Aceh Syariah Di Bireuen”**.

## 1.2 Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan *Action Mobile Banking* di Bireuen?
2. Apakah persepsi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan *Action Mobile Banking* di Bireuen?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara pengetahuan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *Action Mobile Banking*.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan *Action Mobile Banking*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, hasil yang akan dicapai diharapkan akan membawa manfaat banyak, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menjadi alat untuk mengembangkan ilmu ekonomi yang berkaitan dengan faktor-

faktor yang mempengaruhi minat dalam penggunaan *Mobile Banking* yang meliputi faktor pengetahuan dan persepsi.

## 2. Kegunaan Secara Praktis

### a. Manfaat bagi peneliti

Sebagai sarana dalam menuangkan pemikiran kedalam bentuk tulisan dan mengasah kemampuan peneliti dalam menjawab permasalahan nyata dalam kehidupan sehari-hari, terutama yang terkait dengan pengetahuan dan persepsi terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

### b. Manfaat bagi nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang mendalam kepada nasabah tentang *Mobile Banking* sehingga dapat menimbulkan minat untuk menggunakan layanan *Mobile Banking*.

### c. Manfaat bagi pihak akademik

Penelitian ini diharapkan akan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dibidang ekonomi khususnya untuk nasabah agar dapat lebih mendalami teori yang diperoleh selama menempuh perkuliahan dan teori praktek dilapangan.

### d. Manfaat bagi penelitian lanjutan

Semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dalam rangka pemenuhan informasi dan referensi atau sebagai bahan masukan yang dapat dipergunakan oleh pihak-pihak yang terkait dalam bidang perbankan khususnya perbankan syariah.