

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi digital dalam industri keuangan, perbankan syariah di Indonesia telah menjadi peserta aktif dalam perubahan ini. Pertumbuhan *m-banking* tidak hanya menciptakan lebih banyak opsi bagi nasabah, tetapi juga membuka pintu bagi inovasi dalam penyediaan layanan perbankan. Di Kantor Cabang Cilegon, fenomena ini menciptakan dinamika baru dalam cara nasabah berinteraksi dengan produk dan layanan perbankan, yang perlu dipahami secara seksama.

Dalam era transformasi digital yang sedang berkembang pesat, sektor perbankan syariah di Indonesia menjadi saksi dari perubahan signifikan dalam cara layanan perbankan disajikan kepada nasabahnya. PT Bank Syariah Indonesia, khususnya di Kantor Cabang (KC) Cilegon, tidak terkecuali dari dinamika ini. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memunculkan tren perbankan digital, salah satunya melalui layanan *m-banking*.

M-banking tidak hanya menjadi pilihan alternatif bagi nasabah untuk mengakses layanan perbankan, tetapi juga mencerminkan transisi menuju cara-cara baru yang lebih efisien dan inovatif dalam menyediakan produk dan layanan keuangan. Dalam konteks ini, aspek keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan nasabah, dan kebermanfaatan layanan *m-banking* muncul sebagai elemen krusial yang dapat memengaruhi minat pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan layanan tersebut.¹ Menurut peraturan otoritas jasa keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 disebutkan bahwa layanan perbankan digital merupakan layanan bagi nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi

¹ Aqila Anataya, dkk (2023). *Digital Banking: Permudah Akses Layanan Perbankan Dimasa Pandemi. Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis dan Ekonomi*. 1(1).25

perbankan melalui media elektronik yang dikembangkan dengan menoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, mudah dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah dengan memperhatikan aspek pengamanan. Hal ini memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah bank melakukan transaksi diantaranya registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan (tarik tunai, transfer dan pembayaran), dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi dan transaksi diluar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan, (*finansial advisory*), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (*e-commery*), dan kebutuhan lainnya dari nasabah bank.

²Susanto, dkk. dalam penelitian Kholid mengemukakan bahwa Bank-bank di negara-negara berkembang sebaiknya mempertimbangkan keamanan dari layanan internet banking dan sekaligus sebagai tantangan untuk meningkatkan kualitas keamnan dari layanan *m-banking* karena layanan ini menggunakan internet sebagai media komunikasi maka keamanan dari *m-banking* pun bergantung pada keamanan dari internet itu sendiri. Hal tersebut didukung oleh penelitian Ahmad dan Pambudi (2014) yang menyatakan bahwa keamanan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *m-banking*. Keamanan merupakan aspek kritis dalam dunia perbankan digital. Ancaman keamanan *cyber*, seperti phishing dan pencurian identitas, menjadi risiko yang perlu ditangani dengan serius. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang bagaimana keamanan *m-banking* dapat dijamin menjadi esensial dalam merancang strategi penerapan teknologi digital di KC Cilegon.

Kepercayaan menurut Kotler dan Keller adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada beberapa faktor antar pribadi dan antar organisasi seperti kompetensi, integritas,

² Fernanda Idham Kholid, dkk. (2018). *Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan M-banking Pada Pt Bank Bni Syariah Kcp Magelang. Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah*. 8(2).50.

kejujuran dan kebaikan hati. Kepercayaan meliputi hubungan yang stabil antara nasabah dengan pihak bank, kemampuan pihak bank untuk membentuk rasa kepercayaan nasabah, dan Jaminan yang diberikan oleh Bank terhadap rasa aman pada simpanan nasabah yang ada di Bank³. Kepercayaan nasabah tidak hanya menjadi fondasi hubungan perbankan, tetapi juga menjadi kunci utama dalam penerimaan *m-banking*. Sebuah sistem *m-banking* yang dapat dipercaya dan memberikan keamanan akan menciptakan rasa percaya yang diperlukan untuk mendorong nasabah menggunakan layanan tersebut secara aktif. Pemahaman mendalam tentang bagaimana kepercayaan ini terbentuk dan berkembang menjadi penting dalam memetakan strategi perbankan digital yang sukses.

Faktor krusial lainnya yang memengaruhi minat pengguna adalah kemudahan penggunaan *m-banking*. Desain antarmuka yang intuitif, proses transaksi yang efisien, dan ketersediaan dukungan pelanggan yang responsif semuanya merupakan elemen-elemen yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan, oleh karena itu, mempercepat adopsi *m-banking* di Kantor Cabang Cilegon.⁴ Kemudahan merupakan salah satu faktor yang penting bagi pengguna untuk bertransaksi menggunakan *m-banking* dengan fleksibilitas waktu dan tempat, karena dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Selain itu *mobile banking* dapat di akses dengan mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam bertransaksi. Dalam *m-banking* bila jasa yang diberikan suatu bank dipersepsikan mudah maka nasabah akan terdorong untuk selalu menggunakan *m-banking*.

Kebermanfaatan layanan *m-banking* juga perlu mendapat perhatian khusus. Pengguna akan lebih condong menggunakan *m-banking* jika mereka dapat melihat manfaat konkret, seperti waktu yang dihemat, kemudahan

³ Kotler, Phillip and Kevin Lance Keller. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.

⁴ Dewi, dkk. (2017). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan M-banking Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*. *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1*. Vol. 7. No.1.

akses ke informasi keuangan, dan keunggulan lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan dan menganalisis sejauh mana nasabah di Kantor Cabang Cilegon menyadari dan mengalami manfaat dari penggunaan *m-banking*.⁵ Davis dkk. mendefinisikan persepsi kebermanfaatan sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja.

Keamanan menjadi prioritas utama, mengingat tingginya risiko kejahatan dunia maya dalam konteks perbankan. Kepercayaan nasabah, sebagai fondasi penting dalam hubungan perbankan, terbentuk melalui pemenuhan janji-janji keamanan dan kenyamanan. Sementara itu, kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan *m-banking* menjadi pendorong utama untuk menarik minat pengguna, terutama di tengah persaingan ketat di industri perbankan.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaruh penggunaan *m-banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Cilegon. Analisis yang holistik terhadap faktor-faktor ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi adopsi *m-banking* di konteks perbankan syariah, khususnya di wilayah Cilegon.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan rekomendasi dan strategi yang relevan untuk meningkatkan penerimaan dan penggunaan *m-banking*, serta memberikan kontribusi positif terhadap kemajuan industri perbankan syariah secara keseluruhan

B. Pembatasan Masalah

Penelitian ini membatasi lingkungannya pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Cilegon. Meskipun bank ini mungkin mencerminkan tren umum dalam industri perbankan syariah, hasil penelitian mungkin tidak dapat langsung

⁵ Davis, Fred D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13, No. 3, pp. 319-340.

diterapkan secara universal pada semua cabang atau lembaga perbankan syariah di Indonesia.

1. **Keterbatasan Waktu:** Waktu yang terbatas menjadi faktor pembatas dalam penelitian ini. Perubahan cepat dalam teknologi dan perilaku konsumen dapat membuat hasil penelitian ini menjadi relevan hanya dalam periode tertentu. Oleh karena itu, hasilnya perlu diinterpretasikan dengan mempertimbangkan konteks waktu pelaksanaannya.
2. **Keterbatasan Responden:** Jumlah responden yang terbatas atau karakteristik khusus nasabah di KCP Cilegon dapat mempengaruhi generalisasi hasil penelitian. Oleh karena itu, perlu diingat bahwa temuan penelitian ini mungkin lebih berlaku untuk kelompok tertentu dari populasi nasabah perbankan syariah.
3. **Keterbatasan Variabel:** Meskipun penelitian ini mencakup variabel-variabel kunci seperti keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan nasabah, dan kebermanfaatan, masih ada variabel lain yang tidak diikutsertakan. Oleh karena itu, penelitian ini mungkin tidak menggambarkan gambaran keseluruhan dari semua faktor yang dapat memengaruhi minat pengguna terhadap *m-banking*.
4. **Tingkat Literasi Digital:** Tingkat literasi digital nasabah dapat mempengaruhi pemahaman dan penerimaan terhadap layanan *m-banking*. Keterbatasan literasi digital dapat memunculkan perbedaan dalam persepsi dan pengalaman nasabah terhadap layanan *m-banking* di KCP Cilegon.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana variabel keamanan, kemudahan, kepercayaan nasabah dan kebermanfaatan penggunaan *m-banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Cilegon?

2. Bagaimana pengaruh dari keamanan, kemudahan, kepercayaan nasabah dan kebermanfaatan penggunaan *m-banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Cilegon?

D. Tujuan Penelitian

Penulisan tesis ini bertujuan untuk mencapai beberapa tujuan khusus, yaitu untuk:

1. Mengetahui bagaimana variabel keamanan, kemudahan, kepercayaan nasabah dan kebermanfaatan penggunaan *m-banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Cilegon
2. Mengetahui bagaimana pengaruh dari keamanan, kemudahan, kepercayaan nasabah dan kebermanfaatan penggunaan *m-banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Cilegon

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan dengan memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis:

- 1) Menambahkan pemahaman baru pada literatur tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *m-banking* di konteks perbankan syariah.
- 2) Menyediakan basis pengetahuan yang lebih kaya dan mendalam untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang *m-banking* dan perilaku nasabah.

2. Manfaat Praktis bagi Industri Perbankan Syariah:

- 1) Memberikan wawasan kepada PT Bank Syariah Indonesia, khususnya di kantor cabang Cilegon, untuk merancang kebijakan dan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan penerimaan layanan *m-banking*.
- 2) Menyajikan rekomendasi praktis bagi lembaga perbankan syariah dalam mengoptimalkan faktor-faktor seperti keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan nasabah, dan kebermanfaatan dalam meningkatkan layanan *m-banking*.

3. Manfaat Peningkatan Layanan kepada Nasabah:

- 1) Mendorong peningkatan kualitas layanan *m-banking* yang lebih sesuai dengan preferensi dan kebutuhan nasabah.
- 2) Memberikan landasan bagi perbaikan atau pengembangan fitur layanan *m-banking* yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

4. Manfaat Pengembangan Literasi Digital:

- 1) Meningkatkan literasi digital nasabah dengan meningkatkan pemahaman mereka tentang keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan nasabah, dan kebermanfaatannya layanan *m-banking*.
- 2) Menyumbangkan informasi yang dapat digunakan untuk program-program literasi digital di masyarakat.

5. Manfaat Kemajuan Industri FinTech dan Perbankan Digital:

- 1) Menyajikan pandangan yang dapat digunakan oleh industri finansial, khususnya *FinTech*, untuk memahami faktor-faktor yang penting dalam mempercepat adopsi layanan digital di sektor keuangan

F. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dalam tesis ini akan disusun di dalam lima (5) bab secara terstruktur untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang variabel-variabel yang diteliti. Sistematika pembahasannya sebagai berikut:

Bab I PENDAHULUAN

Memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian, permasalahan yang diteliti, tujuan penelitian, rumusan masalah, dan manfaat penelitian merupakan langkah krusial dalam menyusun proposal tesis. Penelitian ini didorong oleh kebutuhan untuk memahami dampak teknologi terhadap perilaku konsumen di era digital. Latar belakangnya terletak pada pergeseran signifikan dalam perilaku belanja, di mana konsumen semakin cenderung mengadopsi platform *e-commerce* dan mengandalkan layanan perbankan daring. Permasalahan utama yang diteliti melibatkan tantangan keamanan dan kepercayaan nasabah terhadap transaksi *online*. Dalam konteks

ini, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh faktor keamanan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan nasabah terhadap minat menggunakan layanan perbankan *online*. Rumusan masalah mencakup pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi adopsi *m-banking*, sementara manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan kepada penyedia layanan finansial untuk meningkatkan keamanan dan kepercayaan nasabah dalam ekosistem perbankan digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi akademis terhadap pemahaman perilaku konsumen di era digital, tetapi juga memberikan manfaat praktis bagi industri perbankan dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif dan aman di dunia digital.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Dalam merinci konsep-konsep utama yang mendasari penelitian ini, yaitu keamanan *m-banking*, kemudahan penggunaan, kepercayaan nasabah, dan kebermanfaatan layanan *m-banking*, serta penyajian hipotesis-hipotesis yang akan diuji, kita dapat membahas sebagai berikut:

Penelitian ini dilandaskan pada konsep-konsep kunci yang memainkan peran sentral dalam adopsi layanan *m-banking*. Pertama, keamanan *m-banking* menjadi prioritas utama, dengan pemahaman bahwa tingkat keamanan yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan nasabah dan minat mereka untuk menggunakan layanan perbankan online. Kedua, kemudahan penggunaan menjadi faktor penentu signifikan karena pengguna yang mengalami kenyamanan dalam berinteraksi dengan *platform m-banking* lebih cenderung untuk mengadopsi layanan tersebut. Ketiga, kepercayaan nasabah terhadap sistem perbankan *online* akan mempengaruhi minat mereka untuk terlibat dalam transaksi daring. Terakhir, kebermanfaatan layanan *m-banking* menjadi faktor penentu yang mencakup sejauh mana nasabah merasakan nilai tambah dari penggunaan layanan tersebut.

Berdasarkan konsep-konsep ini, hipotesis-hipotesis penelitian diajukan. Pertama, diasumsikan bahwa peningkatan keamanan *m-banking*

akan berkontribusi positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan tersebut. Hipotesis kedua mengusulkan bahwa semakin mudah penggunaan layanan *m-banking*, semakin besar minat nasabah. Hipotesis ketiga menduga bahwa tingkat kepercayaan nasabah terhadap sistem *m-banking* secara positif mempengaruhi minat mereka. Terakhir, hipotesis keempat menyatakan bahwa semakin nasabah merasakan kebermanfaatan dari layanan *m-banking*, semakin besar pula minat mereka. Hipotesis-hipotesis ini akan diuji untuk menggali hubungan empiris antara variabel-variabel tersebut dan minat nasabah menggunakan *m-banking*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan desain penelitian yang diterapkan, target populasi dan metode sampel, teknik pengumpulan data, serta instrumen analisis data yang digunakan merupakan aspek penting dalam penyusunan proposal penelitian ini. Rinciannya termasuk definisi dan operasionalisasi variabel-variabel utama seperti keamanan *m-banking*, kemudahan penggunaan, kepercayaan nasabah, kebermanfaatan, dan minat nasabah menggunakan *m-banking*.

Dalam mengenalkan desain penelitian, metode survei kuantitatif dipilih untuk mengumpulkan data dari nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Cilegon yang telah menggunakan layanan *m-banking*. Populasi penelitian melibatkan seluruh nasabah yang memenuhi kriteria tersebut, dan sampel penelitian akan dipilih secara acak untuk memastikan representativitas hasil.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden yang terpilih. Kuesioner ini akan mencakup pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk mengukur persepsi nasabah terhadap keamanan *m-banking*, tingkat kemudahan penggunaan layanan, kepercayaan terhadap sistem, kebermanfaatan layanan, dan minat mereka untuk terus menggunakan *m-banking*.

Alat analisis data yang akan digunakan adalah IBM SPSS Statistics 26, yang akan memberikan kemampuan untuk melakukan analisis statistik

deskriptif, uji regresi linear berganda, dan uji signifikansi untuk menguji hipotesis penelitian. Dengan mengartikulasikan definisi dan operasionalisasi variabel-variabel, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki secara mendalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *m-banking* di konteks Bank Syariah Indonesia KCP Cilegon.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menyajikan hasil analisis data menggunakan metode yang sesuai, dengan merinci temuan-temuan yang mendukung atau menolak hipotesis-hipotesis yang diajukan. Membahas hasil penelitian dengan merinci implikasi teoritis dan praktis dari temuan-temuan tersebut. Menyandingkan hasil penelitian dengan temuan-temuan penelitian sebelumnya dan merinci kontribusi penelitian ini terhadap literatur yang sudah ada.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Merangkum temuan utama, menegaskan kembali jawaban terhadap rumusan masalah, dan menyajikan implikasi kesimpulan tersebut. Memberikan saran dan rekomendasi berdasarkan hasil penelitian untuk pihak-pihak terkait, seperti perbankan syariah, industri finansial, dan peneliti masa depan.