

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin menuntut kemudahan melakukan berbagai kegiatan, memunculkan berbagai teknologi baru. Kemajuan teknologi yang sudah menjadi konsumsi umum masyarakat ialah internet. Berdasarkan survei *Internet World Stat* pada Juni 2012, Indonesia masuk menjadi lima besar terbanyak pada proporsi negara pengguna internet di Asia, dimana penggunaan internet pada saat ini juga terjadi pada sektor perbankan (Aninisyia dan Hasituti, 2012). Pada era persaingan dalam sektor perbankan yang begitu kuat seperti yang terjadi pada saat ini, menuntut semua perusahaan dalam sektor perbankan untuk lebih inovatif dan kompetitif dalam mengembangkan teknologi informasi sehingga bisa menjadi lebih unggul dari para pesaing. Perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan tren persaingan bisnis menjadi faktor pendorong bagi bank untuk terus berinovasi, terutama bank syariah yang memiliki dua aturan dalam menjalankan usahanya (hukum islam dan peraturan pemerintah) (Riza, 2019).

Dalam dunia perbankan sendiri, pada umumnya memanfaatkan teknologi untuk mengakomodir kebutuhan berinteraksi antara perusahaan dengan nasabah (Amanullah, 2014). Menurut OJK (2018) layanan perbankan digital yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara

lebih efisien, mudah, serta sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), dan dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah, dengan lebih memperhatikan dari aspek keamanan. Selain itu karena adanya kasus COVID-19 di Indonesia yang mengakibatkan banyak kalangan masyarakat mulai beralih melakukan transaksi melalui layanan perbankan digital mendorong perbankan untuk mengurangi interaksi antara bank dengan nasabah secara langsung (Arfah et al., 2020).

Begitupula yang harus dilakukan oleh perbankan syariah, dimana pada era pandemi COVID-19 saat ini menuntut perbankan syariah untuk mengembangkan layanan digitalnya untuk mempermudah nasabah dalam melakukan kegiatan perbankannya. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjelaskan bahwa layanan perbankan digital merupakan layanan atau kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik Bank melalui media digital baik milik nasabah atau calon nasabah Bank yang dilakukan secara mandiri. Penerapan perbankan digital syariah ini dapat menjadi alternatif bagi bank syariah untuk mengembangkan kinerja keuangan bank syariah sehingga dapat meningkatkan potensi nasabah dalam membentuk keputusan menggunakan bank digital syariah (Vebiana, 2018).

Keputusan menggunakan merupakan sikap seseorang untuk menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya (Aldi, 2012). Namun bagi seseorang dalam menentukan suatu keputusan tidaklah mudah, terdapat beberapa hal yang harus dipertimbangkan dari berbagai kemungkinan yang akan datang atau

dampak yang akan ditimbulkan dari hasil keputusan tersebut, sehingga terdapat beberapa faktor atau hal yang membentuk perilaku seorang dalam mengambil suatu keputusan (Rahmawati, Afriansyah dan Rusdinal, 2019). Maka dari itu, dalam melakukan proses pengambilan keputusan akan selalu berhubungan dengan perilaku konsumen dalam melakukan proses pengambilan keputusan menggunakan bank digital syariah.

Dalam menentukan keputusan, perilaku konsumen sering dikaitkan dengan perilaku dalam membeli suatu produk (Harlyaini, 2013). Perilaku konsumen yang berhubungan dengan keputusan nasabah ialah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Hasil penelitian dari Wigati (2011) menunjukkan bahwa perilaku konsumen sangat erat kaitannya dengan masalah keputusan yang diambil seseorang dalam persaingan dan penentuan untuk mendapatkan dan mempergunakan suatu barang dan jasa.

Selain perilaku konsumen, menurut Kertajaya dan Sula (2006) pemasaran memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk keputusan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Setiap pelaku usaha akan menjalankan berbagai macam strategi dalam pemasaran agar konsumen dapat memutuskan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam memenuhi tujuan tersebut, seorang pelaku usaha harus memastikan bahwa seluruh aspek dalam kegiatan pemasaran, seperti perencanaan produk dan jasa, harga dan strategi distribusi, seperti halnya Teknik terkait promosi yang digunakan, harus sesuai dengan tuntunan syariat Islam. Menurut Hashim dan

Hamzah (2014) pemasaran merupakan proses manajemen yang bertanggung jawab untuk mengidentifikasi, mengantisipasi, dan memuaskan kebutuhan pelanggan secara menguntungkan. Namun demikian, Islam memandang perdagangan sebagai sumber utama bagi seseorang untuk mencari nafkah selama prosesnya sejalan dengan ajaran Islam tentang tata cara berbisnis yang benar. Oleh karena itu, pemasaran Islami memberikan jalan bagi penerapan cara pemasaran yang dapat diterima secara moral.

Menurut Wilson (2012) saat ini dalam pemasaran Islam telah di perbaharui dan dikenal sebagai 7P dan disebut sebagai bauran pemasaran yang mendefinisikan unsur-unsur seperti *Pragmatism* dan *Product*, *Pertinence* dan *Promotion*, *Palliation* dan *Price*, *Peer-support* dan *People*, *Pedagogy* dan *Physical environment*, *Persistence* dan *Process*, *Patience* dan *Place* berdasarkan bauran pemasaran Islam dapat dianggap sebagai salah satu unsur untuk mencapai suatu tujuan dalam dunia bisnis. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran dapat menjadi pembentuk keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan bank digital syariah.

Berdasarkan permasalahan yang mendasari penelitian terkait bank digital syariah dan terdapat perbedaan pendapat (*research gap*) antara hasil penelitian terdahulu mengenai keputusan nasabah dalam menggunakan layanan bank digital syariah. Penelitian ini dapat memberikan informasi terkait faktor-faktor apa saja yang menjadi pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan bank digital syariah di wilayah Jabodetabek.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini menggunakan judul “**Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Keputusan Nasabah Dalam Penggunaan Bank Digital Syariah**”

1.2 Ruang Lingkup Masalah

Untuk memfokuskan pada tujuan penelitian maka dibatasi ruang lingkup penelitian ini. Adapun yang menjadi ruang lingkup dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang berdomisili di Wilayah Jabodetabek.
- b. Dalam penelitian ini terdapat beberapa faktor-faktor yang dapat membentuk pengambilan keputusan dalam penggunaan bank digital syariah di Wilayah Jabodetabek yaitu berdasarkan bauran pemasaran secara Islam (7P) (*Pragmatism* dan *Product*, *Pertinence* dan *Promotion*, *Palliation* dan *Price*, *Peer-support* dan *People*, *Pedagogy* dan *Physical environment*, *Persistence* dan *Process*, *Patience* dan *Place*) dan perilaku nasabah (faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis).
- c. Penelitian ini merupakan pembaruan dari penelitian terdahulu dimana terdapat perbedaan pada objek penelitian dan penambahan indikator pada operasional penelitian.

1.3 Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang masalah yang tertera penelitian ini akan menjelaskan faktor-faktor yang dapat membentuk keputusan nasabah dalam penggunaan bank digital syariah. Dimana pada era pandemi COVID-19 saat ini menuntut perbankan syariah untuk mengembangkan layanan digitalnya untuk mempermudah nasabah dalam melakukan kegiatan perbankannya. Terdapat perubahan perilaku pada nasabah ataupun calon nasabah dalam menggunakan perbankan dengan melakukan secara digital atau *by phone*. Beberapa faktor yang dapat membentuk suatu keputusan nasabah dalam menggunakan perbankan syariah diantaranya Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, *Pragmatism* dan *Product, Pertinence* dan *Promotion, Palliation* dan *Price, Peer-Support* dan *People, Pedagogy* dan *Physical Environment, Persistence* dan *Process, Patience* dan *Place*.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian tersebut:

1. Faktor-faktor apa yang dapat membentuk keputusan nasabah dalam menggunakan bank digital syariah?
2. Faktor apa yang paling dominan dan tidak dominan yang membentuk keputusan nasabah dalam menggunakan bank digital syariah?

1.5. Pembatasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun peluasan pokok masalah agar penelitian ini lebih terarah dan memudahkan dalam melakukan pembahasan sehingga tujuan penelitiannya dapat tercapai. Dalam penelitian ini meneliti di wilayah Jabodetabek serta bank syariah yang mempunyai produk layanan digital dikarenakan saat ini bank digital syariah seperti Aladin, Bank Jago Syariah dan Bank Hijra baru resmi terdaftar di OJK dan belum mendapatkan izin operasional.

1.6. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka peneliti mengemukakan bahwa tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor apa yang menjadi pembentuk keputusan nasabah dalam penggunaan bank digital syariah.
2. Untuk mengetahui faktor apa yang paling dominan dan tidak dominan untuk membentuk keputusan nasabah dalam penggunaan bank digital syariah.

1.7. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan tujuan penelitian yang dimiliki. Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan secara umum maupun khusus mengenai faktor-faktor yang menjadi pembentuk keputusan nasabah dalam penggunaan bank digital syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan wawasan atau informasi mengenai faktor-faktor yang menjadi pembentuk keputusan nasabah dalam penggunaan bank digital syariah.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi atau referensi pada penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang menjadi pembentuk keputusan nasabah dalam penggunaan bank digital syariah.

c. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan masyarakat dalam membentuk keputusan nasabah untuk menggunakan bank digital syariah.

1.8. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memahami lebih jelas pemikiran penulis dari awal hingga kesimpulan akhir. Maka materi-materi yang tertera pada penelitian ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah berupa landasan pemikiran secara garis besar baik dalam teori maupun fakta yang ada, yang menjadi alasan dalam dibuatnya penelitian ini. Ruang lingkup masalah berisi target responden serta variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang menjadi pembentuk keputusan nasabah dalam penggunaan bank digital syariah. Rumusan masalah dalam penelitian ini membahas mengenai pertanyaan faktor-faktor yang dapat membentuk keputusan nasabah dan faktor apa yang paling dominan untuk membentuk keputusan nasabah dalam penggunaan bank digital syariah.

2. BAB II Landasan Teori, Kerangka Pemikiran

Pada bab dua berisi mengenai teori-teori yang digunakan dalam penelitian, perancangan serta kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian ini.

3. BAB III Metodologi Penelitian

Dalam bab ini mengemukakan metodologi penelitian yang akan di gunakan dalam perancangan dan pengimplementasian pada penelitian.

4. BAB IV Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini, penulis akan memaparkan dari hasil-hasil tahapan penelitian yang sudah penulis jalankan, dimulai dari analisis, tahap uji, hasil uji, dan implementasinya.

5. BAB V Penutup

Pada bab ini akan memaparkan kesimpulan serta saran dari seluruh penelitian yang telah penulis lakukan dalam pembuatan penelitian ini.

