



ANALISIS PENGGUNAAN MOBILE BANKING DAN PENDAPATAN TERHADAP

PERILAKU KONSUMTIF NASABAH BANK SYARIAH

(Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Pasar Besar)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

SHERLINA WAHYUNINGRUM

NPM. 21901083004



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

MALANG

2023



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan mobile banking dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif nasabah bank syariah. Populasi penelitian ini adalah nasabah Bank BSI kantor cabang Malang Pasar Besar yang berminat dengan Layanan BSI Mobile Banking Syariah (BSI Mobile), yang tidak diketahui besar populasinya. Dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Malhotra yang mana jumlah tak terhingga yaitu seluruh nasabah BSI KCP Malang Pasar Besar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Mobile Banking dan variabel pendapatan memberikan nilai secara positif terhadap perilaku konsumtif nasabah Bank syariah Indonesia KCP Malang Pasar Besar.

Kata kunci: Penggunaan Mobile Banking, Pendapatan, Perilaku Konsumtif, dan Bank BSI

ABSTRACT

This study aims to analyze the usage mobile banking and income on consumptive behavior of Islamic bank customers. The population of this research is the customers of Bank BSI Malang Pasar Besar branch office who are interested in the service BSI Mobile Banking Sharia (BSI Mobile), whose population size is unknown. In this study using the Malhotra formula, which is an infinite number of customers, namely all BSI KCP Malang Pasar Besar customers. The results of this study indicate that variable Mobile Banking and the income variable gives a positive value to the consumptive behavior of customers of Islamic Bank Indonesia KCP Malang Pasar Besar.

Keyword : The usage Mobile Banking, Income, Consumptive Behavior, and Bank BSI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang selalu berubah menginspirasi dan mendorong banyak orang Indonesia untuk mengalami perubahan dari perubahan mindset, perilaku dan tindakan. Saat ini, dibutuhkan seseorang atau lembaga untuk berpacu dalam teknologi dan sistem agar tetap tampak di era globalisasi ini. Layanan perbankan saat ini sudah merupakan kebutuhan masyarakat untuk memudahkan transaksi perbankan, ditawarkan suatu produk yang berfungsi mendukung berbagai kegiatan nasabah maupun hak sama-sama mendapatkan keuntungan dengan adanya *mobile banking*. Nasabah akan mendapatkan informasi perbankan secara cepat, efektif dan efisien, serta dapat mengurangi waktu tunggu nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Produk dengan teknologi informasi semakin memudahkan mereka untuk mengurangi pekerjaan karyawan khususnya teller dan atau *customer service* (Hadi & Novi, 2015).

Gaya hidup masyarakat saat ini didominasi oleh teknologi informasi dan tuntutan hidup yang serba cepat menjadi masalah utama. Hal tersebut juga terjadi pada sebagian nasabah Bank syariah di KCP Malang Pasar Besar dalam berperilaku konsumtif. Dimana bank syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Dengan banyaknya kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak bisa lepas dalam melakukan kegiatan mengonsumsi. Kegiatan mengonsumsi ini dilakukan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Lestari (2021) menyatakan bahwa individu selalu mencari kepuasan dengan cara mengonsumsi barang yang bukan kebutuhannya melainkan untuk memenuhi keinginannya. Fenomena tersebut

merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang-barang maupun menggunakan jasa hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi semata dan tidak lagi memandang manfaat atau urgensi dari barang maupun jasa tersebut. Perilaku konsumtif ini cenderung ditemui untuk memenuhi gaya hidup (*life style*).

Beberapa faktor yang dapat meningkatkan perilaku konsumtif yaitu tingkat konsumtif seseorang didasari dengan adanya perilaku konsumtif secara berlebihan. Munculnya perilaku konsumtif tentunya disebabkan oleh beberapa faktor-faktor seperti yang dikemukakan oleh Fardhani & Izzati (2013) dalam (Lutfiah et al., 2022) yang menyatakan bahwa, adanya perilaku boros disebabkan oleh dua unsur, khususnya variabel luar dan dalam. Variabel luar yang sangat kuat dalam perilaku konsumtif adalah budaya, kelas sosial, pertemuan referensi, dan keluarga, sedangkan komponen dalam yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah inspirasi, proses pembelajaran, karakter, ide diri, dan gaya hidup menjadi indikator dalam indeks perilaku konsumtif. Maka faktor-faktor tersebut dapat meningkatkan indeks perilaku konsumtif nasabah BSI.

Pihak Bank Syariah harus meningkatkan kualitas pelayanan dengan adanya inovasi baru meluncurkan *mobile banking* untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan maka akan membuat citra perbankan semakin maju. Sejalan dengan penelitian Gonggo (2021) bahwa Bank akan berkembang ketika kualitas pelayanan yang terus ditingkatkan oleh bank penyedia fitur *mobile banking* ini akan membuat masyarakat semakin percaya untuk melakukan transaksi menggunakan *mobile banking*. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan pelayanan pengguna fitur *mobile banking* adalah dengan meningkatkan kualitas layanan dengan sitem verifikasi yang berkualitas.

Meningkatkan kualitas layanan dikembangkan dengan mengutamakan lima prinsip keandalan informasi dasar yaitu, keamanan data, kerahasiaan, privasi, integritas pemrosesan dan ketersediaan. Dengan fitur-fitur yang diberikan tersebut, penggunaan *Mobile Banking* ini

dapat merubah pola perilaku berbelanja seseorang. Ketika biasanya nasabah harus pergi menuju kantor cabang terdekat atau mesin ATM di sekitar mereka, dengan menggunakan *Mobile Banking* ini nasabah tinggal mengakses fitur-fitur tersebut untuk memenuhi pembayaran mereka. semakin mudah aplikasi tersebut untuk diakses, maka kemungkinan keinginan berbelanja akan semakin tinggi dan tingkat perilaku konsumtif akan semakin meningkat. Fakta di Indonesia menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Pada 2021 penduduk Indonesia rata-rata menghabiskan Rp. 1,26 juta per bulan untuk konsumsi. Dimana 41,5% untuk mengkonsumsi makanan dan minuman, 16,25% fashion, 9,67% kebutuhan rumah tangga, 6,85% kosmetik, 6,17% jasa transportasi yang mana didukung dengan metode pembayaran 83,11% tunai/COD (*cash on delivery*), 12,57% transfer bank, 2,24% *E-wallet*, dan 2,08% kartu. Dimana metode tersebut semua tersedia di dalam aplikasi *mobile banking*.

Menurut Hery Gunardi selaku direktur utama Bank Syariah Indonesia (BSI) menyatakan pengguna *mobile banking* BSI sepanjang semester pertama tahun 2021 jumlah pengguna *mobile banking* menembus 2,5 juta (Bank Syariah Indonesia, 2021). Jumlah pengguna *BSI mobile* per Juni 2022 mencapai 4,07 juta naik sebesar 81% dengan transaksi akumulatis *BSI Mobile* per Juni 2022 mencapai 117,72 juta transaksi (Bank Syariah Indonesia, 2022). Peningkatan transaksi ini didorong oleh hadirnya kebiasaan baru masyarakat Indonesia dalam berbelanja di *e-commerce* dengan melakukan *Top-Up* saldo lewat layanan *mobile banking* yang tersedia. Dalam menjaga pertumbuhan Bank Syariah Indonesia akan terus meningkatkan kapabilitas digital. Hal ini didorong oleh jumlah pengguna *BSI Mobile* yang menembus 2,5 juta pengguna (BSI, 2021). Dengan peningkatan layanan serta pengembangan jaringan menunjukkan *trend* yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi dengan menggabungkan tiga Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi intensitas baru yaitu Bank Syariah Indonesia atau BSI

dinilai dapat meningkatkan daya saing keuangan syariah di era digital untuk bersaing ditingkat global.

Mobile banking merupakan fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi *financial* secara *real time*. *Mobile banking* dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui ponsel yang memiliki teknologi GPRS. Produk layanan *mobile banking* adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan sarana telfon seluler atau ponsel (Iriani, 2018). Dalam penelitian Gonggo (2021) Kemudahan penggunaan, Manfaat yang di peroleh, Kemampuan akses, Kualitas pelayanan menjadi tumpuan dalam *mobile banking*. Hal tersebut menjadikan *mobile banking* mempunyai korelasi terhadap perilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian Syifa (2019) bahwa *mobile banking* memiliki korelasi terhadap perilaku konsumtif karena keunggulan mudah digunakan, layanan 24 jam, dan transaksi lebih aman. Berbeda dengan penelitian (Kusumo & Afandi, 2020) bahwa *mobile banking* tidak memiliki korelasi terhadap perilaku konsumtif.

Pentingnya bagi nasabah untuk bisa menggunakan *mobile banking* supaya mendapatkan kemudahan-kemudahan dalam bertransaksi dan tidak membuang banyak waktu jika akan melakukan transaksi dan menyelesaikan berbagai urusan perbankan secara cepat dan tanpa batas tempat dan waktu. Beberapa faktor yang menyebabkan menurunnya indeks penggunaan *mobile banking* dikarenakan timbul pandangan tidak percaya terhadap sistem *mobile banking*, nasabah tidak paham apa itu *mobile banking* dan adanya kekhawatiran yang tinggi dari nasabah tentang kerahasiaan data pribadi mereka saat bertransaksi secara online (Sri Maharsi & Fenny, 2006). Menurut Risma (2021) aplikasi mudah digunakan, layanan dapat dijangkau dimana saja, murah, aman, dan dapat diandalkan menjadi indikator dalam indeks penggunaan *mobile banking*. Maka faktor-faktor tersebut dapat menurunkan indeks pengguna *mobile banking* nasabah BSI.

Seseorang akan melakukan transaksi atau pembelian suatu barang apabila mempunyai cukup uang serta memiliki pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sehubungan dengan tingkat konsumtif nasabah salah satu faktor dalam penggunaan *mobile banking* adalah tingkat pendapatan. Pendapatan yang dimaksudkan dalam hal ini adalah pendapatan dalam keluarga berupa imbalan atas kegiatan ekonomi yang dilakukan dengan menggunakan faktor produksi, yang terdiri dari upah, gaji, sewa, bunga, deviden, komisi, honor, serta laba (Eryanto & Swaramarinda, 2013). Dalam penelitian Lestari (2021) menjelaskan tabungan, pendapatan dari kekayaan, pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan yang menjadi tumpuan dalam pendapatan. Hal tersebut menjadikan pendapatan mempunyai korelasi berperilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian Lestari (2021) bahwa pendapatan memiliki korelasi terhadap perilaku konsumtif karena pendapatan dari kekayaan upah gaji atas jam kerja atau pekerjaan yang telah dilakukan. Berbeda dengan penelitian (Susanti & Saputro, 2020) bahwa pendapatan tidak memiliki korelasi terhadap perilaku konsumtif.

Beberapa faktor yang dapat menurunkan indeks tingkat pendapatan seseorang yaitu pemborosan mengkonsumsi secara berlebihan, biaya gaya hidup yang tinggi, hingga membeli hanya karena iming-iming diskon. Menurut Wardhana (2022) pendapatan perbulan, Pendapatan dari usaha yaitu imbalan, Pendapatan dari transfer atau uang kiriman menjadi indikator dari indeks pendapatan. Maka faktor-faktor tersebut dapat menurunkan indeks pendapatan nasabah BSI.

Menurut Mufirdah (2020) bahwa meningkatnya perilaku konsumtif ditunjang dengan adanya fitur aplikasi *mobile banking* bertransaksi secara efisien, efektif dan fleksibel. dan ditunjang oleh pendapatan yang diperoleh seseorang, Berdasarkan uraian aspek kajian penggunaan *mobile banking* dan pendapatan dengan perilaku konsumtif merupakan kajian yang sesuai dengan kondisi pada saat ini

Manfaat penelitian ini secara teoritis berguna untuk menambah informasi tentang

pengetahuan penggunaan *mobile banking*, sedangkan manfaat secara praktis berguna untuk pihak Bank guna lebih meningkatkan pelayanan dalam memenuhi keinginan nasabah yang lebih baik.

Kemudahan yang dirasakan oleh nasabah dalam menggunakan sistem *mobile banking* yang ada serta pelayanan prima yang diberikan pihak bank BSI seperti penerapan 5S (senyum,salam,sapa,sopan,santun) setiap saat juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan nasabah memilih menggunakan *mobile banking* serta banyaknya pengguna smartphone di Indonesia, mendorong perbankan syariah meningkatkan fasilitas dan fitur layanan pada *mobile banking* untuk memberikan kenyamanan pada nasabah yang tercantum pada visi BSI menjadi TOP 10 *Global Islamic Bank* atau menjadi top 10 bank syariah global berdasarkan kapitalisasi pasar. Dengan visi tersebut bank syariah indonesia berusaha untuk meningkatkan pelayanan serta mengenalkan Bank Syariah Indonesia untuk dapat bersaing ditingkat global dan berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Agar dapat mencapai visi tersebut Bank Syariah Indonesia membuat misi yang jelas, Salah satunya memberikan akses solusi keuangan syariah di indonesia dan menjadikan perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta indonesia dapat memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kerja yang baik.

Melihat visi misi Bank Syariah Indonesia maka peneliti bermaksud untuk menguji dengan membahas perilaku konsumtif nasabah BSI KCP Malang Pasar Besar yang mana saat ini sudah banyak yang menggunakan layanan dengan menggunakan *Mobile Banking* dan dibuktikan pada profile nasabah BSI sebanyak 97% telah beralih menggunakan *e-channel* untuk beraktivitas perbankan dilihat dari adanya penggunaan *mobile banking*,serta proses penelitian ini tidak dimulai secara tiba-tiba melainkan dimulai melalui proses pemagangan yang lakukan sebelumnya dimana ada proses pengamatan awal yang di dapat selama melakukan magang di kantor BSI KCP Malang Pasar Besar. Penelitian terdahulu didapat dari

Gonggo (2021), Syifa (2019), Lestari (2021), Mufirdah (2020), Riska (2022).

Berdasarkan uraian diatas fakta nasabah pengguna *mobile banking* syariah yang semakin meningkat maka sebagai prospek serta peluang untuk pengembangan pemakaian *mobile banking* sangat menjanjikan dengan adanya peningkatan pengguna BSI *mobile* setiap tahunnya, Oleh sebab itu peneliti tertarik mencoba malakukan penelitian dengan menganalisis lebih jauh dengan judul “**Analisis Penggunaan Mobile Banking dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah Bank Syariah Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam**” (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Malang Pasar Besar).



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *Mobile Banking* dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif nasabah Bank Syariah Indonesia pengguna *Mobile Banking*. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini secara simultan dimana dua variabel independen yakni *Mobile Banking* dan pendapatan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif nasabah BSI KCP Malang Pasar Besar.
2. Variabel *Mobile Banking* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif nasabah BSI KCP Malang Pasar Besar.
3. Variabel pendapatan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif nasabah BSI KCP Malang Pasar Besar.

5.1.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan peneliti dalam penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

1. Dilihat dari segi sampel dan populasi pada penelitian ini terbatas hanya nasabah pengguna *mobile banking* BSI KCP Malang Pasar Besar.
2. Dilihat dari segi pengumpulan data pada penelitian ini hanya menggunakan metode angket (kuesioner) saja.
3. Pada penelitian ini terbatas pada variabel penelitian yang digunakan dimana hanya menguji variabel pengguna *Mobile banking* dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Pasar Besar.

5.1.3 Saran

1. Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan lokasi Kantor cabang lain selain BSI KCP Malang Pasar Besar.
2. Untuk penelitian selanjutnya dalam melakukan metode penelitian dapat ditambah dengan wawancara agar data yang didapat lebih akurat.
3. Untuk penelitian selanjutnya sekiranya melakukan penelitian terkait BSI mobile menggunakan penelitian kuantitatif dan menambah variabel terkait penelitian yang lebih banyak lagi mengenai perilaku konsumtif agar dapat menyempurnakan penelitian sebelumnya. Seperti digital payment (QRIS) (Riska 2022), *e-commers* (Lestari 2021), dan literasi keuangan (Gonggo 2021).



DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra, A., Maulina, A. R., & Eka Agustianingsih. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah. *Psikologi, Ekonomi., Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil (PESAT)*, 5, 8–9.
- Adliyani, Z. O. N. (2015). Pengaruh Perilaku Individu terhadap Hidup Sehat. *Perubahan Perilaku Dan Konsep Diri Remaja Yang Sulit Bergaul Setelah Menjalani Pelatihan Keterampilan Sosial*, 4(7), 109–114.
- Al-amwal, J., Economic, I., & September, L. (2016). *Jurnal Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law September 2016, Vol. 1, No. 1*
<https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alamwal/index>. 1(1), 114–129.
- Astuti, E. D., Psikologi, P. S., & Samarinda, U. M. (2013). *Perilaku konsumtif dalam membeli barang pada ibu rumah tangga di kota samarinda*. 1(2), 79–83.
- Badaruddin, & Risma. (2021). PENGARUH FITUR LAYANAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak) THE INFLUENCE OF SERVICE FEATURE AND EASE OF USE ON INTEREST OF USING MOBILE BANKING (Study on the Village Community . *Telanaipura Jambi*, 1(1), 36122.
- Dr. Sandu Siyoto, SKM., M. K., & M. Ali Sodik, M. . (2015). *No Title* (Ayub (ed.)). lietersi media publishing.
- Eryanto, H., & Swaramarinda, D. R. (2013). Pengaruh Modal Budaya, Tingkat Pendidikan Orang Tua Dan Tingkat Pendapatan Orang Tua Terhadap Prestasi Akademik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis (JPEB)*, 1(1), 39. <https://doi.org/10.21009/jpeb.001.1.3>
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 5(1), 55.
<https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>
- Iriani, A. F. (2018). Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *DINAMIS- Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(2), 99–111.
- Kusumo, D., & Afandi, R. (2020). *Table Of Content Article information Rechtsidee*. 7, 1–15.

- Lutfiah, L., Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–10. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>
- Mu'asiroh, L. R., & Darwanto, D. (2021). Analisis Penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(02), 155. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i02.1241>
- Ratnasari, A. D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Bisnis Online Shop Di Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 122–134.
- Rangkuti, F. (2002). The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek & Analisis Kasus dengan SPSS. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sri Maharsi, & Fenny Fenny. (2006). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking Di Surabaya. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 35–51. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/aku/article/view/16581>
- Subianto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3, 165–182.
- Susanti, A., & Saputro, S. M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Konformitas Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stie Surakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis Internasional (JAMBI)*, 2(01), 1–10.
- Wahyudi. (2013). Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. *eJournal Sosiologi*, 1(4), 26–36.
- Zuliani, & Purwati, N. A. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah. *Serambi Konstruktivis*, 3(4), 243–249.