

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

1.1.1 Gambaran Bank Syariah Indonesia

Industri perbankan Indonesia mencatat tonggak sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI), yang resmi berdiri pada 1 Februari 2021, bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H. Peresmian bank syariah terbesar di Indonesia ini dilakukan langsung oleh Presiden Joko Widodo di Istana Negara.

BSI merupakan hasil penggabungan tiga bank syariah, yaitu PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Izin resmi untuk merger ini dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Kemudian, pada 1 Februari 2021, BSI secara resmi diluncurkan oleh Presiden Joko Widodo.

Komposisi pemegang saham BSI terdiri atas PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebesar 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sebesar 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebesar 17,25%, dan sisanya dimiliki oleh pemegang saham dengan kepemilikan di bawah 5%. Penggabungan ini mengintegrasikan keunggulan masing-masing bank syariah, sehingga mampu menghadirkan layanan yang lebih lengkap, cakupan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih kuat. Sinergi dengan perusahaan lain serta dukungan pemerintah melalui Kementerian BUMN menjadikan BSI siap bersaing di tingkat global.

BSI lahir sebagai bank syariah kebanggaan umat, dengan harapan menjadi motor penggerak pembangunan ekonomi nasional dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Keberadaan BSI juga mencerminkan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, inklusif, dan membawa manfaat universal (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).

Potensi BSI untuk tumbuh dan menjadi bagian dari jajaran bank syariah terkemuka dunia sangat terbuka lebar. Selain didukung oleh kinerja positif,

komitmen pemerintah untuk membangun ekosistem industri halal dan kehadiran bank syariah nasional yang besar dan kuat turut memperkuat peluang ini. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki basis yang kokoh untuk mendukung pertumbuhan BSI.

Dalam konteks ini, kehadiran BSI menjadi sangat strategis. Tidak hanya berperan sebagai fasilitator utama dalam ekosistem ekonomi halal, tetapi juga sebagai wujud nyata harapan bangsa untuk membangun masa depan ekonomi yang lebih baik.

1.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Visi dan Misi BSI yakni:

Visi

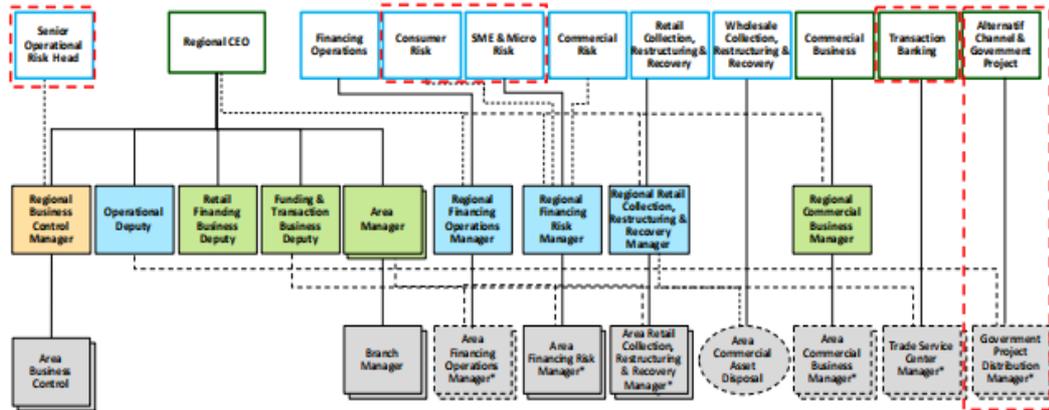
“TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK ”

Misi

- Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)
- Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia
- Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

1.1.3 Struktur Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia Regional VI Bandung (selanjutnya disebut “ BSI Reg VI “) Merupakan salah satu Regional dari 10 regional yang ada di Bank Syariah Indonesia di Indonesia. BSI Reg VI yang di pimpin oleh Bapak Alhuda Janis memiliki 3 Area (Bandung Kota, Bandung Raya dan Cirebon) dan 95 Cabang yang tersebar dari Karawang sampai dengan Kabupaten Pangandaran.



Gambar 1.1 Struktur Organisasi Bank BSI Regional Bandung

Sumber : (BSI Reg 6 Bandung, 2022)

1.1.4 Logo Bank Syariah Indonesia



Gambar 1.2 Logo Bank BSI

Sumber : (Bank Syariah Indonesia, 2021)

“ Nama BSI dipilih karena ingin menjadi representasi Indonesia, baik tingkat internasional maupun global,”

Logo Bank Syariah Indonesia juga mencantumkan gambar bintang di atas huruf I dengan warna terang. Bintang itu didesain memiliki lima sudut yang memiliki arti khusus.

“ Bintang sudut lima ini melambangkan Pancasila dan rukun Islam”

Sekadar informasi, Bank Syariah Indonesia diluncurkan secara resmi oleh Presiden Joko Widodo Total aset Bank Syariah Indonesia sebesar Rp240 triliun,

pembiayaan Rp157 triliun, dan modal inti Rp22,6 triliun. Bank ini juga memiliki total kantor 1.200 unit dan 20 ribuan lebih karyawan seluruh Indonesia.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Smartphone saat ini sudah menjadi kebutuhan primer setiap individu di era digital 4.0. Penggunaan smartphone kini telah banyak dimanfaatkan dalam berbagai layanan digital untuk berbagai keperluan baik itu dalam instansi, sektor usaha, dan lingkungan masyarakat sekitar. Sektor usaha perbankan merupakan salah satu sektor yang mulai giat melakukan pengembangan sistem perbankan berbasis layanan digital. Transformasi digital kini mulai menggeser fungsi perbankan konvensional menjadi perbankan digital dalam pengembangan bisnis di era pesatnya pertumbuhan teknologi dengan salah satu layanan yang tersedia pada smartphone. Kemudahan layanan *mobile banking* yang disediakan oleh perbankan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, cek saldo, pembukaan rekening, dan lain-lain yang dapat diakses secara langsung dari aplikasi pada smartphone. Smartphone telah mengubah layanan keuangan bank tersebut yang sebelumnya.

Fenomena digitalisasi dalam industri keuangan dan perbankan telah berubah dari transformasi digital operasi internal dan komunikasi menjadi transformasi proses digital, baik internal maupun eksternal. Transformasi digital tumbuh bersama dengan kebutuhan pelanggan, membuat bank mengembangkan solusi dan platform baru untuk memudahkan pelanggan melakukan transaksi perbankan. Hampir wajib bagi perbankan dan pelaku keuangan untuk mengembangkan dan memenuhi kebutuhan nasabah untuk mendapatkan kepuasan nasabah yang lebih baik dan bersaing di pasar (Scardovi, 2017).

Scardovi memaparkan bahwa perkembangan TI dan teknologi yang berkembang pesat tidak hanya menjadi peluang bagi para pelaku industri perbankan dan keuangan, tetapi juga merupakan tantangan dan risiko yang dihadapi dan akan terus dihadapi oleh para pelaku tersebut. Tergantung pada masing-masing aktor dalam industri ini apakah akan melihat perubahan teknologi sebagai peluang atau tantangan. Hal ini juga dapat bergantung pada ukuran organisasi, sumber daya, kemampuan untuk berubah, dan faktor penting lainnya yang mempengaruhi

transformasi digital, yang menjadikannya lebih merupakan tantangan daripada peluang. Aktor terbesar dalam industri ini menghadapi lebih banyak tantangan dalam proses digitalisasi daripada pelaku yang lebih kecil karena sistem *legacy*, hierarki dan infrastruktur organisasi (Scardovi, 2017).

Layanan perbankan berbasis digital di Indonesia mulai diperkenalkan awal kali yakni internet banking, ialah pada September 1998 oleh Bank Indonesia. Internet Banking bisa diakses lewat web perbankan memakai akun bank yang dimiliki oleh nasabah tersebut buat dapat melaksanakan transaksi keuangan serta mendapatkan informasi dan produk dan layanan perbankan yang lain(Yu, Baji& Khong, 2015). Setelah itu hadirnya smartphone dengan teknologinya ke Indonesia memberikan transformasi pada sektor perbankan mengarah layanan berbasis digital yang digunakan berbentuk aplikasi mobile commerce sehingga membolehkan buat melaksanakan transaksi perbankan secara online dengan memakai fitur seluler(Personal Informasi Assistants/ PDA) *mobile phone* ataupun smartphone yang divalidasi oleh lembaga keuangan ataupun bank (Baabdullah, Alalwan, Rana, Kizgin,& Patil, 2019).

Kegiatan transaksi keuangan perbankan bisa dicoba lewat aplikasi pada smartphone sehingga dimungkinkan nasabah tidak lagi butuh mengunjungi kantor bank tiap waktu untuk melangsungkan transaksi semacam transfer dana, pembayaran tagihan, cek saldo dan pembuatan rekening bank(Sangar& Rastari, 2015). Layanan mobile banking telah sangat memudahkan pengguna ataupun nasabah baik buat mengakses rekening mereka ataupun transaksi perbankan yang lain yang bisa dicoba kapan serta dimana saja(Sharma& Sharma, 2019). Mobile banking tidak hanya memberikan manfaat besar bagi nasabah, tetapi juga memberikan keuntungan signifikan bagi bank sebagai penyedia layanan. Dengan hadirnya aplikasi mobile banking, bank dapat meningkatkan kepuasan dan pengalaman digital nasabah sekaligus mengurangi biaya operasional, yang pada akhirnya meningkatkan profitabilitas perusahaan (Vuong, Hieu & Trang, 2019).

Transformasi digital dalam industri perbankan telah mengubah cara layanan tersedia dan digunakan. Kini, berbagai transaksi dan operasi perbankan dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja, berkat perkembangan layanan seperti

internet banking (Pradhan, 2011). Investasi dalam solusi teknologi informasi (TI) di sektor perbankan memberikan peluang besar untuk mendigitalisasi operasi, meningkatkan efisiensi, dan fokus pada penyediaan layanan berkualitas. Langkah ini memungkinkan bank menghadirkan layanan yang lebih personal dan memperkuat hubungan dengan nasabah, yang dapat menghasilkan keuntungan jangka panjang. Namun, untuk memastikan investasi ini membuahkan hasil, bank memerlukan strategi yang terencana dengan baik serta sumber daya manusia yang memiliki keahlian teknis dan manajerial (Veronika Lizovskaya, 2019).

Bank Syariah Indonesia (BSI), sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, telah mengambil langkah-langkah signifikan dalam digitalisasi perbankan. Salah satu inovasi unggulannya adalah aplikasi BSI Mobile, yang sejak diluncurkan berhasil meraih predikat sebagai mobile banking terbaik untuk kategori bank umum syariah. Penghargaan ini diberikan oleh *Infobank Digital Brand Awards 2022*, sebagai bentuk apresiasi atas kontribusi BSI dalam mengembangkan industri perbankan syariah berbasis digital di Indonesia. Pencapaian ini memotivasi BSI untuk terus berinovasi dan melakukan transformasi digital serta budaya kerja guna memberikan kinerja dan layanan yang lebih baik. Sejak penggabungan tiga bank syariah milik BUMN pada 1 Februari 2021, BSI telah fokus pada digitalisasi produk dan layanan, yang terbukti mampu mendorong pertumbuhan laba dan kinerja perusahaan. Salah satu langkah strategisnya adalah pengembangan Super Apps, yang dirancang untuk memberikan layanan digital yang lebih terintegrasi kepada nasabah.

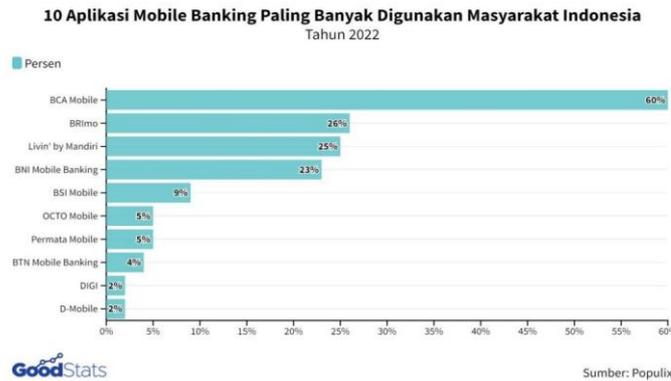
Pada tahun pertama setelah merger, BSI mencatat kinerja keuangan yang impresif dengan laba bersih sebesar Rp3,03 triliun, meningkat 38,42% secara tahunan (*year on year*). Prestasi ini sejalan dengan komitmen BSI dalam membangun fondasi digital, mengembangkan ekosistem halal, dan mendorong transformasi digital di sektor perbankan syariah Indonesia. Akselerasi digital tetap menjadi prioritas utama BSI dalam menggenjot pertumbuhan bisnis dan memberikan layanan terbaik bagi masyarakat. BSI terus berinovasi dalam menjalankan transformasi digital, terlihat dari komitmennya mengembangkan kanal digital seperti BSI Mobile dan E-Channel. Hingga Desember 2021, transaksi

kumulatif melalui BSI Mobile mencapai 124,54 juta transaksi, meningkat sebesar 169% secara tahunan (*year-on-year*).

Dari sisi penyaluran pembiayaan, total pembiayaan yang disalurkan BSI mencapai Rp171,29 triliun, naik 9,32% dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar Rp156,70 triliun. Rinciannya, pembiayaan konsumen tumbuh pesat sebesar 19,99% menjadi Rp82,33 triliun dari sebelumnya Rp68,61 triliun, diikuti oleh pembiayaan gadai emas yang naik 12,92% secara tahunan. Pembiayaan mikro juga mencatat pertumbuhan 12,77%, sementara pembiayaan komersial tumbuh sebesar 6,86%. Dari sisi kualitas pembiayaan, BSI berhasil memperbaiki rasio NPF (*Non-Performing Financing*) Nett menjadi 0,87% pada akhir Desember 2021. Dalam penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK), BSI terus mendorong pertumbuhan, khususnya pada tabungan Wadiah. Hingga Desember 2021, tabungan Wadiah tumbuh signifikan sebesar 15,30% secara tahunan menjadi Rp34,10 triliun. Sementara total tabungan mencapai Rp99,37 triliun, meningkat 12,84% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Komitmen BSI terhadap inovasi dan transformasi digital berhasil memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan bisnis dan peningkatan layanan kepada nasabah.



Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Smartphone



Gambar 1.4 10 Aplikasi Mobile Banking paling banyak Digunakan Masyarakat Indonesia

Tabel 1.1 Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia

No	REGIONAL	REAL 2021	GROWTH	REAL 2022	ACHV
1	RO I / ACEH	252.142	72.287	324.429	100%
2	RO II / MEDAN	162.922	51.408	214.330	43.91%
3	RO III / PALEMBANG	169.992	45.294	215.286	38.32%
4	RO IV / JAKARTA 1	240.449	36.937	277.386	28.85%
5	RO V / JAKARTA 2	198.773	35.517	234.290	40.05%
6	RO VI / BANDUNG	134.060	35.319	169.379	42.29%
7	RO VII / SEMARANG	183.329	36.590	219.919	30.86%
8	RO VIII / SURABAYA	185.406	41.748	227.154	33.59%
9	RO IX / BANJARMASIN	108.991	27.082	136.073	35.93%
10	RO X / MAKASAR	85.887	25.455	111.342	37.49%

Penelitian ini akan menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang telah dimodifikasi untuk mengkaji niat perilaku penggunaan BSI Mobile oleh nasabah BSI di Regional VI Bandung. UTAUT merupakan model yang sering digunakan oleh para peneliti untuk menganalisis adopsi teknologi informasi atau sistem informasi (IT/IS) dalam konteks konsumen (Madan & Yadav, 2016).

Model UTAUT memiliki empat konsep utama yang digunakan untuk mengevaluasi atau memprediksi penggunaan teknologi dalam konteks organisasi, yaitu:

1. Performance Expectancy (PE)
2. Effort Expectancy (EE)
3. Social Influence (SI)

4. Facilitating Conditions (FC) (Venkatesh et al., 2012).

Dalam penelitian ini, model UTAUT akan dimodifikasi dengan menambahkan tiga konsep baru, yaitu:

- Content (C)
- Trust (TR)
- Safety and Security (SS)

Berdasarkan landasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh masing-masing *core determinant* dari UTAUT, termasuk konsep tambahan, terhadap pemanfaatan BSI Mobile. Adapun judul penelitian ini adalah:

"Perilaku Penerimaan Konsumen terhadap BSI Mobile dengan Model Modifikasi UTAUT di Regional VI Bandung."

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diinformasikan di atas, untuk perumusan masalah terkait penelitian ini adalah :

1. Berdasarkan Data base dari Bank Syariah Indonesia Reg VI Bandung, untuk pencapaian BSI Mobile di region VI Bandung belum mencapai 50% dari total target yang ditetapkan oleh Manajemen BSI. Diperlukan upaya untuk pencapaian target tersebut dengan memahami faktor faktor yang mendorong nasabah untuk menggunakan BSI Mobile. Selama ini belum ada penelitian yang membahas tentang faktor faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan BSI Mobile.
2. Selama peneliti melakukan review terhadap literatur, belum menemukan penelitian yang dipublikasikan yang menganalisa Perilaku konsumen akan BSI Mobile di Regional Bandung.

Berdasarkan hal tersebut, perlu dilakukan penelitian terkait hal ini dan untuk mengetahui faktor faktor apa saja yang mempengaruhi rendahnya adopsi BSI Mobile di Wilayah Bandung dan sekitarnya.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perlu dilakukan penelitian terkait penerimaan dan adopsi dari BSI Mobile di Regional VI Bandung dengan menggunakan Model modifikasi UTAUT yang diharapkan dapat mengetahui alasan atau niat konsumen atau nasabah menggunakan BSI Mobile sebagai sarana melakukan semua transaksi perbankan. maka peneliti mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Seberapa besar penilaian nasabah terhadap *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Content*, *Trust*, *Secure and safety* (PE, EE, SI, FC, C, T, SS) dari BSI Mobile ?
2. Seberapa besar pengaruh *Behavioural Intention* (BI) konsumen terhadap BSI Mobile ?
3. Seberapa besar pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Content*, *Trust*, *Secure and safety* (PE, EE, SI, FC, C, T, SS) terhadap *Behavioural Intention* (BI) BSI Mobile ?
4. Apakah Age dan Gender mempengaruhi pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Content*, *Trust*, *Secure and safety* (PE, EE, SI, FC, C, T, SS) terhadap BSI Mobile ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fenomena yang dijelaskan pada latar belakang dan rumusan masalah serta pertanyaan penelitian diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui penilaian nasabah terhadap *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition* dari BSI Mobile.
2. Mengetahui pengaruh *Behavioural Intention* konsumen terhadap BSI Mobile ?

3. Mengetahui pengaruh *Performance Expectancy* , *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition* , *Trust* dan *Secure and Safety* terhadap *Behavioural Intention* BSI Mobile ?
4. Mengetahui apakah Age dan Gender mempengaruhi pengaruh *Performance Expectancy* , *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition* , *Trust* dan *Secure and Safety* terhadap *Behavioural Intention* BSI Mobile ?
5. Seberapa besar penilaian nasabah terhadap *Performance Expectancy* , *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition* , *Trust* dan *Secure and Safety* dari BSI Mobile ?
6. Seberapa besar pengaruh *Performance Expectancy* , *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Trust* dan *Secure and Safety* terhadap *Behavioural Intention* BSI Mobile ?

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan judul penelitian dan latar belakang penulisan di atas maka, manfaat dari pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagi Praktisi Perbankan atau Internal BSI

Dengan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan pertimbangan untuk dapat melakukan proses formulasi dan implementasi strategi transformasi digital khususnya Mobile Banking di BSI, serta untuk dapat membuat strategi lanjutan guna meningkatkan adopsi BSI Mobile di BSI Regional VI Bandung..

Bagi Dunia Akademis

Ilmu Pengetahuan

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat memperkaya keilmuan dan menjadi sumber wawasan yang baru dalam bidang transformasi digital, khususnya dalam pengaplikasiannya pada industri perbankan. Beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan

untuk penelitian berikutnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu masukan bagi pihak akademisi untuk menambah wawasan serta memperluas pandangan mengenai transformasi digital industri perbankan.

Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi peneliti lain terkait dengan transformasi digital dan diharapkan dapat menjadi salah satu masukan bagi pihak akademisi.

Bagi Pemerintah

Sebagai informasi bagi pemerintah dalam hal teknologi digital untuk membuat kebijakan sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan pasar sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara.

Bagi Penulis

Untuk dapat membandingkan dan menerapkan teori yang telah diperoleh dalam materi kuliah dengan kenyataan yang dihadapi di lapangan. Dari hasil penelitian penulis dapat memberikan informasi yang relevan kepada pihak yang terlibat dalam bisnis Bank BSI sehingga dapat meningkatkan kegiatan operasional Bank BSI.

1.7 Sistematika Penelitian

Pada sistematika penelitian ini untuk mengetahui secara umum gambaran tentang apa dan bagaimana susunan serta isi dari penulisan, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan membahas tentang penelitian terdahulu, landasan teori berdasarkan topik penelitian dan teori mendukung pembahasan, seperti proses formulasi dan implementasi strategi bank dalam menghadapi persaingan di era digital dan kerangka pemikiran.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang metode penelitian, situasi sosial, protokol pengumpulan data, teknik pengumpulan data dan sumber data, validitas serta reliabilitas data dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan proses formulasi dan implementasi strategi transformasi digital pada Bank BSI untuk dapat bersaing dan sesuai dengan output yang diharapkan perusahaan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil pembahasan dan saran-saran kepada pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini yang berkaitan dengan masalah penelitian.