

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Bank disebut juga sebagai lembaga intermediasi, karena berdasarkan sifatnya bank adalah instansi yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat melalui jasa-jasa dan prosuk-produk perbankan. Di sisi lain, menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) bank adalah badan usaha di bidang keuangan yang menarik dan mengeluarkan uang kepada masyarakat, terutama memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.<sup>1</sup>

Sedangkan menurut undang-undang (UU) No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan, pengertian bank yang termaktup pada pasal 1 ayat (2) yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>2</sup>

Menurut Zain dan Rahmat mengemukakan yang dimaksud dengan bank adalah pelaksana arus pembayaran, sehingga bank juga harus menyelesaikan transaksi pembayaran finansial dari pihak yang melakukan pembayaran ke penerima.<sup>3</sup> Dalam hal ini pula bank turut menjadi pendorong pemajuan usaha perdagangan (UMKM). Karena transaksi perbankan terasa aman, cepat, praktis dan ekonomis bagi pelaku usaha dan masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas dapat dijelaskan bank adalah lembaga yang mengelola uang masyarakat dan disalurkan kembali kepada masyarakat. Artinya bank memiliki peranan yang sangat penting dalam tatanan kehidupan ekonomi masyarakat di suatu wilayah atau bahkan negara.

---

<sup>1</sup>KBBI Daring Kemdikbudristek: [kbbi.kemdikbud.go.id](http://kbbi.kemdikbud.go.id) diakses pada 5 Agustus pukul 14.00 WIB

<sup>2</sup>Draf UU No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan: <https://www.bphn.go.id> diunduh pada tanggal 7 Agustus 2021, pukul 14.03

<sup>3</sup>Irsyadi Zain dan Y Rahmat, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), h. 23

Seiring dengan perkembangan zaman, dan kecanggihan teknologi serta hadirnya internet membuat masyarakat cenderung menghabiskan waktu berselancar di dunia maya terlebih lagi anak muda. Tidak lepas pula industri perbankan turut mengembangkan pelayanan kepada nasabah berbasis teknologi dan internet.

Berbicara mengenai internet, sebuah riset dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) merilis data bahwa usia milenial mendominasi sebagai pengguna internet di Indonesia, dengan rincian penetrasi usia 15-19 tahun sebesar 91%, penetrasi usia 20-24 tahun sebesar 88,5%, dan penetrasi usia 25-29 tahun sebesar 88,5%.<sup>4</sup>

Penggunaan internet di Indonesia kini mengalami peningkatan dan makin populer bagi kalangan generasi muda khususnya mahasiswa. Mahasiswa merupakan bagian dari masyarakat yang erat kaitannya dengan penggunaan internet, terlebih lagi mahasiswa adalah orang yang diamini paling mengerti dengan dunia digital dan perkembangan teknologi.

Selain mengubah metode berkomunikasi manusia, internet juga memberikan perspektif segar di dunia perbisnisan, sehingga banyak bermunculan *e-commerce*, bisnis digital, dan sebagainya. Dulunya Ketika ingin ke mengakses pasar tradisional harus mendatangi tempatnya langsung, kini semua akses informasi dan transaksi di pasar tradisional dapat dilakukan tanpa mengenal tempat dan batasan waktu. Konsumen dapat melakukan pemesanan dan pembelian produk di pasar tradisional melalui jaringan internet (*online*).<sup>5</sup>

Seiring pesatnya kemajuan teknologi dan internet, bank-bank di Indonesia (konvensional dan syariah) turut menjadi bagian yang menggunakan teknologi tersebut, sebagai bukti banyak bank yang sudah memunculkan sebuah layanan transaksi elektronik, antara lain *SMS banking*, *mobile banking*, dan *internet*

---

<sup>4</sup>Agus Tri Haryanto. "Pengguna Internet Indonesia Didominasi Milenial" dalam *deikInet* (16 Mei 2019)

<sup>5</sup>M. Irwan Fadli Nst, *et al.*, *Bisnis & Investasi dalam Islam*, (Medan: FEBI UIN SU Press, 2015), h. 2-3.

*banking* yang tergabung dalam satu aplikasi dengan nama-nama unik tersendiri dari setiap bank itu sendiri.

Maulana mendefinisikan *mobile banking* sebagai fasilitas yang memberikan kemudahan akses atau pun perolehan informasi terbaru secara cepat dan pemenuhan kebutuhan transaksi finansial secara *real time*. Nasabah secara perseorangan dapat mengakses *mobile banking* melalui ponsel yang dimilikinya dengan menggunakan teknologi GPRS. Salah satu produk layanan *mobile banking* yang dapat digunakan nasabah melalui teknologi GPRS adalah pengaksesan informasi rekening.<sup>6</sup>

Sejalan dengan pengertian di atas, kehadiran *mobile banking* membantu masyarakat dalam kemudahan bertransaksi perbankan. Bahkan di era sekarang *mobile banking* sudah dilengkapi dengan fitur-fitur terkini. Di antaranya dapat melakukan berbagai jenis pembayaran, seperti tagihan rekening listrik, telepon dan air.

Sedangkan *internet banking* mengacu pada inovasi dari layanan perbankan yang penggunaannya melalui jaringan internet. Nasabah memerlukan piranti lunak (software) yang terhubung dengan situs bank tertentu guna melakukan transaksi keuangan.<sup>7</sup>

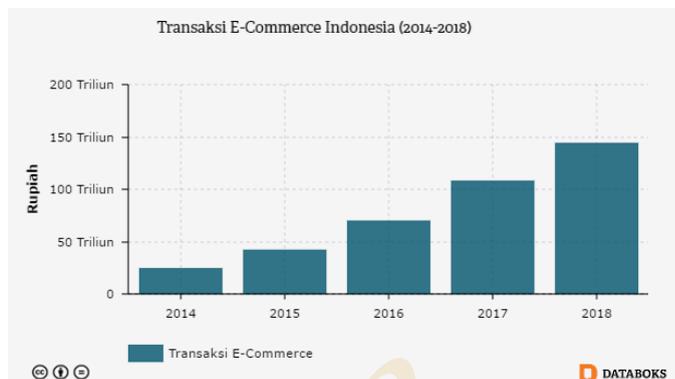
Tidak hanya itu, *internet banking* dan *mobile banking* juga mendukung kelancaran transaksi bagi *e-commerce* atau *platform* belanja *online* yang banyak digandrungi masyarakat Indonesia saat ini. Berikut adalah gambaran data kenaikan yang signifikan mengenai transaksi *e-commerce* di Indonesia selama lima tahun berturut.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup>Rian Maulana, *et al.*, "Pengaruh Penggunaan *Mobile banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan *Technology Acptance Model*" dalam *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi dan Informasi*, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, Vol. 2, No. 2, Oktober 2018, h. 146-155.

<sup>7</sup>Aziz Zakaria, "Analisis Pengaruh Penerapan *Internet banking* Terhadap Kinerja Perbankan di Indonesia" (Skripsi, Universitas Indonesia, Depok, 2012), h. 11.

<sup>8</sup><https://databoks.katadata.co.id>, diakses pada 11 Agustus 2021 pukul 15.38



**Gambar 1.1 Transaksi *e-commerce* Indonesia (2014-2018)**

*Sumber: Katadata.id*

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan bahwa aktivitas belanja *online* masyarakat terus mengalami peningkatan dari tahun 2014-2018. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia cenderung berperilaku konsumtif dengan melakukan aktivitas transaksi (pembelian) di *e-commerce*.

Selain itu, lahirnya dompet-dompet digital (*e-wallet*) sebagai sarana pembayaran dari belanja *online* seperti LinkAja, Go-Pay, Dana, OVO dan sebagainya, semakin menguatkan peran dari *internet banking* dan *mobile banking* itu sendiri. Karena pada dasarnya sumber uang elektronik (*e-money*) itu berasal dari rekening perbankan para penggunanya.



**Gambar 1.2 Volume dan nilai transaksi uang elektronik**

*Sumber: Katadata.id*

Data di atas menunjukkan besaran transaksi masyarakat Indonesia dalam menggunakan dompet digital setiap tahunnya.<sup>9</sup> Salah satu sumber dana utamanya adalah rekening perbankan. Dengan menggunakan *internet banking* dan *mobile banking* dinilai dapat menghadirkan manfaat yang lebih bagi bank dan nasabah, sebagai antisipasi dan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat aplikasi unggulan bank ini dilengkapi dengan pengamanan yang tinggi.

Ada pun menurut Suryo mengatakan yang menjadi keunggulan *mobile banking* adalah penggunaan pengaman jaringan berganda atau berlapis, yaitu penyediaan jaringan seluler oleh operator (*provider*) dan jaringan risiko operasional, agar tercapai efisiensi dalam operasional perbankan<sup>10</sup>

Menurut Kotler dan Keller mengemukakan bahwa yang menjadi faktor pendorong terjadinya perilaku konsumtif masyarakat adalah teknologi (*other stimuli*). Other stimuli merupakan dorongan lain diluar dari dorongan pemasaran yang menyebabkan masyarakat sulit untuk mengendalikan perilaku untuk tidak mengonsumsi produk atau jasa.<sup>11</sup>

*Internet banking* merupakan salah satu fasilitas layanan perbankan berbasis teknologi yang cenderung membantu masyarakat dalam melakukan aktivitas konsumsi. Secara langsung *internet banking* (*digital banking*) memengaruhi laju tingkat konsumtif masyarakat. Catatan Bank Indonesia menyebutkan selama periode tahun 2020 terjadi peningkatan transaksi non tunai (*internet banking*) dengan nilai transaksi sebesar Rp2.774,5 triliun atau mengalami peningkatan sebesar 13,9% per tahun.<sup>12</sup> Enam bank besar di Indonesia pada tahun 2014 memublikasikan data jumlah pengguna *internet banking* yang

---

<sup>9</sup><https://databoks.katadata.co.id>, diakses pada 11 Agustus 2021 pukul 15.40

<sup>10</sup>Rian Maulana, *et al.*, "Pengaruh Penggunaan ..." hal 146

<sup>11</sup>Indrawati, *et al.*, *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2017), h. 4 dan 6.

<sup>12</sup>Nida Sahara. "Sepanjang 2020, BI Catat Transaksi Digital Banking Capai Rp2.774,5 Triliun" dalam *Investor.id* (22 Januari 2021)

menyentuh angka 10 juta pengguna, angka ini meningkat hingga 12,2 juta pengguna.<sup>13</sup>

Meskipun nilai transaksi dan penggunaan *internet banking* tidak menunjukkan perubahan yang terlalu tinggi, namun transaksi di *e-commerce* terus mengalami peningkatan yang melesit, terlebih lagi di masa pandemi. Seperti yang dilansir dari *digitalnesasia* Menteri Komunikasi dan Informatika, Rudiantara mengatakan transaksi *e-commerce* di Indonesia sebesar Rp1.881 triliun, angka ini nantinya menyumbang sekitar 8% terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.<sup>14</sup>

Selain *internet banking*, *mobile banking* juga menjadi layanan perbankan berbasis teknologi yang menjadi pendorong masyarakat berperilaku konsumtif. Saat ini *mobile banking* menjadi aplikasi keuangan yang banyak digandrungi masyarakat, karena segala kebutuhan transaksi dapat dilakukan dalam satu aplikasi. Total nasabah yang menggunakan *SMS/mobile banking* dari empat bank (Bank Mandiri, BCA, BNI, dan BRI) di Indonesia menduduki angka 23,65 juta pengguna pada awal tahun 2015. Angka ini mengalami peningkatan sebanyak 25% dari tahun 2014 yang mencapai 18,8%.<sup>15</sup>

Data-data di atas menunjukkan bahwa masyarakat masih memilih fasilitas perbankan digital untuk keperluan transaksi sehari-hari khususnya untuk melakukan belanja *online*. Padahal penggunaan *internet banking* dan *mobile banking* sering mengalami gangguan seperti, eror dan masalah jaringan. Melansir dari DetikFinance pada Mei 2019 banyak nasabah perbankan nasional yang mengeluhkan beberapa kendala yang mereka hadapi saat melakukan transaksi, misalnya tak bisa transfer hingga gagal top up dompet digital seperti OVO, Go-Pay, dsb.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup><https://sharingvision.com/2015/pertumbuhan-internet-banking-di-indonesia>, diakses pada Kamis, 23 September 2021 pukul 08.24 WIB.

<sup>14</sup>Masyitha Baziad, "Tahun 2020, transaksi *e-commerce* Indonesia mencapai US\$ 130 miliar" dalam *Digitalnewsasia.com* (7 Oktober 2015)

<sup>15</sup><https://sharingvision.com/2015/pertumbuhan-smsmobile-banking-di-indonesia>, diakses pada Kamis, 23 September 2021 pukul 09.46 WIB.

<sup>16</sup>Trio Hamdani. "Nasabah Keluhkan M-Banking Bank Nasional Error" dalam *detikFinance* (2 Juni 2019)

Hal di atas menunjukkan *internet banking* dan *mobile banking* adalah pilihan yang tepat untuk membantu transaksi elektronik dompet digital dan *e-commerce* maka dari itu, kini perbankan telah menyediakan fitur *top up* uang elektronik yang dapat dilakukan melalui aplikasi *mobile banking*. Tentunya hal ini adalah pilihan yang sangat diminati masyarakat terutama kawula muda atau kalangan mahasiswa yang senang berbelanja *online* tanpa harus keluar rumah untuk melakukan *top up* atau melakukan transaksi pembayaran.

Berdasarkan data yang dirilis oleh *Paypal* penggunaan *e-commerce* didominasi oleh usia muda, rentang usia 21-30 tahun menjadi usia terbanyak dari kelompok usia lain sebagai penjual yang bertransaksi di *e-commerce*. Kemudian, sebesar 38% merupakan penjual yang berumur 31-40 tahun, dan sisanya sebesar 11% adalah penjual yang berusia 41 tahun ke atas. Dari survei ini juga dijelaskan bahwa sebesar 9% penjual di *e-commerce* merupakan kelompok usia di bawah 20 tahun.<sup>17</sup>

Data berikut menerangkan bahwa rentang usia yang mendominasi adalah rentang usia umum dari mahasiswa. Sering sekali mahasiswa untuk memenuhi gaya hidupnya khususnya keperluan sandang, selalu melakukan belanja *online* karena dirasa tidak merepotkan harus pergi ke *mall* atau toko terkait. Hal ini yang menjadi pendorong bagi peneliti, guna mengetahui bagaimana aktivitas transaksi mahasiswa saat menggunakan *e-commerce*.

Kegiatan konsumtif mahasiswa pada uraian di atas merupakan sebuah perilaku yang memiliki kecenderungan pada sifat boros. Dalam ajaran Islam melarang pemeluknya untuk melakukan kegiatan konsumsi secara berlebihan, namun tidak pula pelit. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Maidah, ayat (87):

"*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas*"

Sedangkan, berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti kepada sepuluh mahasiswa FEBI UIN SU yang menggunakan *internet banking* dan

---

<sup>17</sup><https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/01/pelaku-e-commerce-didominasi-usia-muda> diakses pada 11 Agustus 2021 pukul 13.45

*mobile banking* mengungkapkan alasan menggunakan *internet banking* dan *mobile banking* adalah efisiensi waktu. Karena tidak perlu untuk datang ke ATM apalagi ke bank guna mengecek saldo, transfer uang, dan melakukan pembayaran. Selain itu, terdapat perubahan perilaku menjadi lebih konsumtif (boros) setelah menggunakan *internet banking* dan *mobile banking*, kebanyakan dari responden menggunakannya untuk keperluan pembayaran tagihan *pay later e-commerce*, kebutuhan belanja seperti pulsa, listrik, dan pembayaran transaksi di lokapasar.<sup>18</sup>

Merujuk uraian latar belakang di atas, dirasa perlu adanya penelitian yang dapat mengungkapkan, sejauh mana mahasiswa UIN SU khususnya yang menggunakan aplikasi *mobile banking* dan *internet banking* untuk keperluan *top up* dompet digital dan melakukan transaksi di *e-commerce*. Berdasarkan uraian permasalahan di atas, perlu rasanya bagi peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan *Internet banking* dan *Mobile banking* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara dalam Belanja *Online*”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Merujuk pada uraian latar belakang masalah di atas, beberapa masalah yang dapat diidentifikasi, yaitu:

1. Jaringan internet yang kurang stabil dapat menggagalkan transaksi, namun pengguna elektronik *banking* terus meningkat.
2. Layanan *mobile banking* sering error, namun tetap saja masyarakat melakukan transaksi untuk *belanja online* yang dapat dilihat pada data transaksi *e-commerce*.
3. Masyarakat khususnya mahasiswa melakukan konsumsi bukan lagi mengutamakan kebutuhan primer, melainkan cenderung konsumtif untuk memenuhi hasrat gaya hidup yang tinggi.
4. Mahasiswa menjadi lebih boros saat menggunakan layanan *internet banking* dan *mobile banking*.

---

<sup>18</sup>Lailatu Syifa, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan *Mobile banking* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta” (Skripsi, UIN Jakarta, 2019), h. 7

5. Pembayaran belanja *online* melalui bank secara langsung atau ATM membuat transaksi makin lama, sehingga menyebabkan mahasiswa cenderung menggunakan elektronik *banking*.

### C. Pembatasan Masalah

Guna sebuah penelitian jelas dan terarah, diperlukan batasan masalah demi tercapainya hasil penelitian yang diinginkan. Maka, penelitian ini memfokuskan pada permasalahan perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN SU dalam kemudahan transaksi menggunakan *internet banking* dan *mobile banking*.

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian identifikasi dan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah yang dapat dibuat dari penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana pengaruh dari penggunaan *internet banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*?
2. Bagaimana pengaruh dari penggunaan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*?
3. Bagaimana pengaruh dari penggunaan *internet banking* dan *mobile banking* secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*?

### E. Tujuan Penelitian

Seiring dengan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan *internet banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*
2. Untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*
3. Untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan *internet banking* dan *mobile banking* secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*

## F. Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian harus memberikan manfaat terhadap hasil yang akan dicapai, berikut adalah manfaat yang diharapkan timbul dari penelitian ini:

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah cakrawala penulis terkait perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *internet banking* dan *mobile banking* di UIN Sumatera Utara.
- b. Menyajikan paparan informasi tentang perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *internet banking* dan *mobile banking* di UIN Sumatera Utara sehingga penelitian ini bisa dijadikan bahan literatur untuk penelitian sejenis.
- c. Menambah khazanah bacaan mengenai perilaku konsumtif mahasiswa.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi peneliti

Menjadi pembelajaran baru bagi peneliti mengenai *internet banking*, *mobile banking*, dan perilaku konsumtif, khususnya mengenai metode dalam sebuah penelitian. Selain itu pula, penelitian ini juga menjadi syarat agar peneliti memperoleh gelar sarjana.

#### b. Bagi akademik

Memberikan masukan terhadap disiplin ilmu ekonomi terutama perbankan, serta menjadi sumber informasi bagi peneliti-peneliti lain dan pembanding bagi penelitian sejenis selanjutnya.

#### c. Bagi masyarakat

Menambah pengetahuan terhadap masyarakat tentang perilaku konsumtif pada belanja *online*, sehingga masyarakat lebih bijak dalam mengonsumsi sesuatu.

d. Bagi mahasiswa

Menjadi rujukan guna mengetahui pengaruh penggunaan *internet banking* dan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

e. Bagi instansi perbankan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi data bagi instansi perbankan untuk memberikan pelayanan yang lebih prima dalam menu-menu atau pun fitur-fitur yang terdapat di *internet banking* dan *mobile banking*.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN