

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di era globalisasi sekarang ini sangatlah pesat, dapat ditunjukkan dengan kemajuan pada bidang teknologi, informatika dan komunikasi salah satunya pada perusahaan perbankan. Oleh karena itu diperlukan inovasi dari perusahaan-perusahaan perbankan untuk tetap eksis dan dapat mengikuti perkembangan zaman. Seiring dengan perkembangan zaman, manusia seakan akan berlomba menciptakan teknologi yang dapat membuat pekerjaan mereka lebih mudah, cepat dan efisien (Dewantara,2015). Dimana dari semua hal yang terjadi memberikan dampak positif maupun negatif bagi masyarakat. Pada era sekarang masyarakat lebih memilih hal-hal yang bersifat cepat dan mudah, maka dari itu, perkembangan teknologi lah yang tepat dalam hal ini untuk memuaskan para pelanggan dengan adanya *internet banking* yang mudah diakses melalui handphone para pelanggan. Adapun satu contoh kecil dari inovasi tersebut pada dunia perbankan adalah teknologi *mobile banking*.

Penelitian ini memilih *mobile banking* BCA sebagai subjek karena penggunaan layanan *mobile banking* oleh masyarakat Indonesia saat ini dapat dilihat dari berbagai generasi, mulai dari generasi X, generasi Y dan generasi Z. Generasi X merupakan generasi dengan kelahiran pada tahun 1965 – 1980, generasi Y kelahiran pada tahun 1981 – 1994 dan generasi Z kelahiran pada

tahun 1995 – 2010. Masing – masing generasi saat ini sudah mengikuti perkembangan teknologi dengan melakukan akses perbankan dalam beberapa kebutuhan nasabah BCA (Yustisia, 2016).

Penelitian ini juga memilih Kota Boyolali karena merupakan salah satu kota yang berprestasikan sebagai kota kecil di Jawa Tengah. Dengan tipikal masyarakat yang ada di Boyolali , maka akan menjadi contoh yang baik dalam menganalisis seberapa besar penerobosan perkembangan teknologi *Mobile Banking* perbankan digital yang dimiliki oleh BCA.

Kemudahan itu merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa sistem teknologi tertentu dapat digunakan dengan mudah. Hal ini mencakup tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem sesuai dengan keinginan pengguna. Dengan demikian, apabila kemudahan yang diberikan teknologi ditanggapi dengan mudah digunakan oleh para pengguna maka akan mendorong para nasabah untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut (Indriyani, 2018).

Internet banking atau dikenal juga *E-Banking* adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet (Tampubolon, 2004)

Pengguna internet tidak hanya untuk mencari informasi saja, tetapi juga untuk transaksi ekonomi yang disebut dengan *e-commers*. Perkembangan *e- commers* berdampak terhadap industry perbankan, dimana terjadi

perubahan besar dari system perbankan tradisional menjadi *electronic banking* (Dewantara, 2015).

Internet banking membuka paradigma baru, struktur baru dan strategi yang baru bagi retail bank, dimana bank menghadapi kesempatan dan tantangan yang baru (Mukherjee dan Nath, 2003). *Mobile banking* berbeda dengan *internet banking*, perbedaan terletak pada perangkat. Jika *mobile banking* hanya pada *handphone* sedangkan *internet banking* dapat diakses dengan *PC*, laptop, tablet dan *handphone*. Menurut Lewis et al. (2010) yang meneliti tentang Prediksi dari konsumen muda untuk memilih menggunakan internet banking, yang kemudian dikaitkan dengan hubungan dari persepsi biaya, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kesesuaian, dan resiko pada perilaku pengguna *mobile banking*. Pada era sekarang ini masyarakat khususnya remaja lebih memilih menggunakan mobile banking karena dapat diakses hanya dari rumah tanpa harus pergi ke luar rumah untuk menuju *ATM. Automatic Teller Machine (ATM)* atau dalam bahasa indonesia lebih dikenal dengan anjungan tunai mandiri adalah sebuah alat elektronik yang dapat melayani nasabah untuk mengambil uang, mentransfer uang, melakukan pembayaran tagihan tagihan (Rahayu,2018).

Perkembangan teknologi dapat menimbulkan dampak positif maupun negatif. Tak dapat dipungkiri persepsi keamanan dari saldo rekening nasabah menjadi hal terpenting yang harus di perhatikan oleh penyedia layanan *mobile banking*. Mereka dituntut harus memberikan keamanan terhadap data nasabah agar tidak ada kekhawatiran akan terjadinya kejahatan internet seperti

pembobolan rekening nasabah. Dengan adanya mobile banking di Indonesia dapat merubah kecenderungan gaya masyarakat Indonesia yang dahulu jika ingin melakukan penarikan uang atau transfer harus datang ke bank (*old banking style*) menjadi hanya menggunakan *mobile banking* tanpa harus mendatangi bank tersebut (*new banking style*) (Laksana, 2015).

Minat menggunakan M-Banking berarti seseorang memiliki ketertarikan untuk menggunakan m-banking dalam memenuhi sebagian kebutuhan perbankannya (Dewantara, 2015). Dengan demikian maka minat menggunakan mobile banking sangatlah perlu diteliti karena di era modern seperti ini banyak perusahaan perbankan yang gencar menerapkan digitalisasi bank untuk kemudahan nasabah atau penggunaannya, banyak faktor yang mempengaruhinya. Atas hal tersebut peneliti ingin mengetahui lebih dalam.

Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti (Kotler, 2006). Manfaat dari *mobile banking* ini untuk memudahkan pekerjaan masyarakat karena dapat diakses dari mana saja hanya perlu adanya jaringan internet.

Menurut Jogiyanto (2008) persepsi manfaat (*Benefits*) merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Layanan *E-banking* memberikan berbagai manfaat bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan. Dengan adanya layanan *E-banking* tentunya akan mempercepat aktivitas dan pekerjaan

yang berkaitan dengan kegiatan transaksi. Semakin nasabah merasa *E-banking* bermanfaat, maka nasabah akan cenderung menggunakannya.

Persepsi kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* juga perlu diperhatikan oleh nasabah. Mereka harus memilih *mobile banking* yang lebih mudah digunakan sehingga akan lebih cepat dalam penggunaannya. Menurut Wibowo (2008) kemudahan penggunaan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu interaksi individu dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut, dan mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan. Faktor keamanan menjadi faktor yang harus diperhatikan saat menentukan dimana kita akan membuka rekening. Pada zaman ini tidak dapat dipungkiri kejahatan internet seperti pembobolan rekening, faktor keamanan menjadi hal yang penting dalam menggunakan *mobile banking*.

Menurut Simons dalam Rahardjo (2005:2) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Hasil penelitian Sathye dalam Almontaha (2008:17) menyatakan bahwa keamanan merupakan isu yang paling penting dan seringkali dengan publikasi mengenai keamanan di media membuat kepercayaan nasabah terhadap keamanan *internet banking* berkurang. Menurut Casalo *et al.*, dalam Zahid *et al.*, (2010:47) dari sudut pandang konsumen, keamanan adalah kemampuan untuk melindungi

informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan *online*.

Kepercayaan adalah suatu gagasan dekriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu (Kotler, 2006). Atas dasar tersebut maka semakin rendah risiko akan mempengaruhi tingginya minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Faktor kepercayaan transaksi melalui internet merupakan faktor penting yang dipertimbangkan oleh nasabah sebelum menggunakan *mobile banking* dengan menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi dan memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi. Maka semakin tinggi persepsi kepercayaan akan meningkatkan minat menggunakan *mobile banking* (diah, 2018).

Kenyamanan merupakan keadaan dimana seorang individu menggunakan suatu teknologi dalam melakukan aktivitasnya dan dianggap menyenangkan untuk dirinya sendiri. Kenyamanan transaksi melalui internet merupakan faktor penting yang dipertimbangkan oleh nasabah sebelum mengadopsi *mobile banking*.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Bagastia (2019) dengan menambah tiga variabel independen yaitu persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan persepsi kepercayaan. Alasan pertama menambah variabel manfaat, karena peneliti ingin mengetahui pengaruh manfaat terhadap penggunaan *mobile banking*. Alasan kedua menambah variabel persepsi keamanan, karena ingin mengetahui pengaruh *mobile banking* yang akan

digunakan nasabah dalam bertransaksi untuk menimbulkan minat nasabah. Lalu alasan ketiga menambah variabel persepsi kepercayaan, karena ingin mengetahui pengaruh kepercayaan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dan ingin mengetahui apakah kepercayaan dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Beberapa peneliti terdahulu telah menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat dalam penggunaan *mobile banking* dan memiliki hasil empiris yang berbeda-beda. Dalam penelitian Prestiani (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan, kepercayaan, dan kenyamanan berpengaruh terhadap minat dalam penggunaan *mobile banking*. Sedangkan dalam penelitian Nadila (2020) hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Dan dalam penelitian Shodiqin (2021) hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat berpengaruh negatif terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* sedangkan keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, dalam penelitian Margaretha dan Gunawan (2020) hasil penelitian kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking*. Dalam penelitian Sakina (2017) manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik meneliti terkait minat nasabah menggunakan *mobile banking* dengan faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi

keamanan, persepsi kepercayaan, keamanan dan kenyamanan. Sehingga penelitian ini mengambil judul penelitian tentang: **“Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Empiris pada Nasabah Pengguna *Mobile Banking* BCA di Boyolali)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*?
3. Apakah keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*?
5. Apakah kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh manfaat terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
2. Menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
3. Menganalisis pengaruh keamanan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
4. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
5. Menganalisis pengaruh kenyamanan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai pengetahuan tambahan dari teori-teori yang telah di dapatkan selama waktu proses pembelajaran dan juga ingin mengaplikasikan bentuk rill dari teori-teori yang telah didapatkan.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi nasabah dalam hal informasi pengaruh manfaat kemudahan penggunaan, keamanan, risiko kepercayaan dan kenyamanan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk menggunakan *mobile banking*.

3. Manfaat Akademis

Hasil yang ditemukan dapat dijadikan sebagai acuan dan pedoman dalam meningkatkan kontribusi untuk meningkatkan minat dan perkembangan ilmu manajemen dimasa yang akan datang khususnya mengenai minat menggunakan *mobile banking*.