

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan dan perkembangan teknologi yang diiringi dengan perkembangan sistem informasi berbasis teknologi terjadi begitu pesat di era globalisasi ini. Dengan adanya teknologi modern masyarakat bisa lebih memanfaatkan teknologi yang sudah di *modernisasi* dan juga dapat memanfaatkan fasilitas yang telah di sediakan oleh pihak terkait. Hal tersebut tidak hanya membawa pengaruh pada pengelolaan suatu perusahaan, tetapi juga telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap sistem informasi akuntansi dalam suatu organisasi bisnis. Sesuai dengan perkembangan teknologi yang semakin maju dan semakin modern, maka komunikasi yang efektif dan efisien pun semakin dibutuhkan sehingga banyak orang ingin untuk menciptakan alat yang dapat membantu manusia dalam mengatasi masalahnya terhadap komunikasi sehingga terciptalah *internet*. *Internet* juga dimanfaatkan kalangan orang maupun organisasi untuk berbisnis. Terutama pada bank, salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank adalah layanan *online banking*. *Online banking* adalah layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan

menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah. Bentuk layanan perbankan berbasis *online* adalah *Automatic Teller Machine (ATM)* dan *electronic banking (e-banking)* (Irmadhani dan Nugroho, 2012). Bank Indonesia membagi layanan *e-banking* menjadi 4 kategori, yaitu *internet banking*, *mobile banking*, *phone banking* dan *SMS banking*. Akan tetapi perkembangan teknologi informasi saat ini yang sangat pesat membuat keempat layanan tersebut semakin sulit untuk dibedakan. Salah satu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi adalah maraknya penggunaan telepon seluler atau yang lebih sering dikenal dengan sebutan *handphone*, selain melalui media internet. Saat ini, banyak aspek kehidupan yang menggunakan media internet dan *handphone*, termasuk industri perbankan. Perbankan yang dilakukan secara *online* adalah sistem pengiriman termurah untuk melakukan layanan perbankan (Robinson, 2009; Sathye, 1999). Sejumlah penelitian juga telah mengidentifikasi keuntungan untuk nasabah bank, termasuk penghematan biaya dan waktu serta manfaat yang didapatkan oleh nasabah bank (Howcroft et al, 2002;. Polatoglu dan Ekin, 2001).

Mobile Banking (yang juga dikenal sebagai *M-Banking*, *SMS-banking*, dan lain sebagainya) merupakan sebuah terminal yang digunakan sebagai *performing balance checks*, transaksi keuangan, pembayaran dan sebagainya. Dengan menggunakan alat bergerak seperti *mobile phone*. *Mobile banking* saat ini kebanyakan ditunjukkan via *SMS* atau *Mobile*

Internet tetapi dapat juga menggunakan program pendownload *mobile device* (Buse dan Tiwari, 2007) dalam Pratiwi (2012). Jasa *mobile banking* memiliki produk-produk seperti *sms-banking*, *mobile phone banking* dan lain sebagainya. Jasa *mobile banking* merupakan modifikasi dari layanan *internet banking* yang menghubungkan bank dengan klien dari jarak jauh melalui jaringan internet.

Mobile banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan *m-banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui sms (pesan singkat) pada *handphone*. Dengan adanya *handphone* dan layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, selain menghemat waktu *mobile banking* juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan juga bisa lebih memanfaatkan media *handphone* yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis atau bertransaksi. Layanan *mobile banking* memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi

dimana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bank beramai-ramai menyediakan fasilitas *mobile banking* demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah (Souranta, 2003 dalam Rahmawaty, 2010 dalam Tirtana dan Sari, 2014).

Perangkat komunikasi merupakan salah satu contoh dari perkembangan teknologi yang pada saat ini juga dimanfaatkan oleh sektor perbankan. Para nasabah dapat melakukan transaksi dan layanan perbankan lainnya, kapan dan dimanapun mereka berada. Saat ini sudah banyak bank yang telah menyediakan akses *mobile* untuk mengetahui informasi keuangan khususnya Bank BRI selaku bank yang menyediakan layanan *mobile banking*. Kondisi tersebut merupakan salah satu perbaikan layanan terhadap nasabah, karena pada kenyataannya dalam melaksanakan transaksi perbankan setiap nasabah minimal membutuhkan waktu kurang lebih 10 menit berada dalam antrian. Hal tersebut akan cenderung berdampak merugikan bagi para nasabah jika waktu serta peluang bisnis mereka tersita hanya untuk bertransaksi di bank.

Menurut Lewis et al.(2010) dalam Mubiyantoro dan Syaefullah (2013) yang meneliti tentang Prediksi dari konsumen muda untuk memilih menggunakan *mobile banking*, yang kemudian dikaitkan dengan hubungan dari persepsi biaya, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kesuaian, dan risiko pada perilaku pengguna *mobile banking*. Penelitian yang dilakukan oleh Ja Chul Gu (2009) dalam Mubiyantoro dan Syaefullah (2013) meneliti tentang hubungan antara

empat konsep dalam kepercayaan, hubungan antara empat konsep dari persepsi kemudahan penggunaan, kualitas sistem, dan persepsi kegunaan pada pengendalian sikap atau perilaku. Penelitian yang dilakukan oleh Riquelme dan Rios (2010) dalam Mubiyantoro dan Syaefullah (2013) meneliti apakah sikap yang terdiri dari risiko, norma sosial, keuntungan relatif, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat untuk mengadopsi pelayanan *mobile banking*. Dan penelitian yang dilakukan oleh Shi Yu (2009) dalam Mubiyantoro dan Syaefullah (2013) meneliti tentang persepsi keyakinan sendiri berpengaruh terhadap persepsi kemudahan, dan persepsi kegunaan terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking*.

Salah satu pendekatan yang digunakan untuk melihat kemudahan suatu teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Model TAM yang mengadaptasi model TRA (*Theory of Reasoned Action*) dikembangkan oleh Davis (1986) dalam Tirtana dan Sari (2014). Perbedaan mendasar antara TRA dan TAM adalah penempatan sikap-sikap dari TRA. TAM memperkenalkan dua variabel kunci, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) yang memiliki relevansi untuk memprediksi sikap penerimaan pengguna terhadap teknologi (*Acceptance of IT*). Dalam hal ini TAM menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana untuk penerimaan teknologi dan perilaku para penggunanya (Hanafi et al, 2013 dalam Tirtana dan Sari, 2014).

TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi dalam literatur sistem informasi manajemen. TAM (*Technology Acceptance Model*) ini dikemukakan oleh Davis (1986) dalam Tirtana dan Sari (2014) yang mengembangkan kerangka pemikiran tentang minat pemanfaatan teknologi informasi. TAM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan kemudahan dalam pemakaian teknologi informasi. TAM merupakan satu di antara banyak model penelitian yang berpengaruh dalam studi determinan akseptasi teknologi informasi. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi (*perceived usefulness*) dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan TI (*Perceived Ease of Use*). Resiko (*risk*) transaksi dan kelengkapan fitur layanan *mobile banking* merupakan hal yang sangat dipertimbangkan dalam melakukan transaksi maya (*virtual*) karena jarak, kemampuan teknologi dalam memfasilitasi transaksi, layanan yang tidak bertatap muka dengan *teller/customer service* dan banyak hal yang dipertimbangkan nasabah bank dalam transaksi melalui *mobile banking*. Variabel resiko ditambahkan untuk melihat bagaimana perilaku nasabah bank untuk menggunakan *mobile banking* ini.

Davis et al. (1989) mendefinisikan persepsi atas kemanfaatan (*perceived usefulness*) sebagai “suatu tingkatan dimana seseorang percaya

bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja”. Dengan demikian maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi kegunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Penelitian Davis (1989) menunjukkan bahwa konstruk persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi. Penelitian yang menyebutkan hal yang sama juga pernah dilakukan diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Chau (1996); Igabria et al. (1997); Sun (2003) dalam Tirtana dan Sari (2014).

Davis et al. (1989) mendefinisikan faktor kemudahan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk dapat melakukannya. Berdasarkan definisinya maka dapat diketahui bahwa konstruk persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) ini juga merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi tersebut mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya. Penelitian yang menyebutkan hal yang sama juga pernah dilakukan diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Hong et al. (2001), Kamel dan Hassan (2003), dan Chan dan Lu (2004) dalam Tirtana dan Sari (2014).

Persepsi risiko adalah suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan kegiatan (dowling dan staelin, 1994 Safeena et al. (2009).

Farizi dan Syaefullah (2013) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa persepsi risiko memiliki efek yang signifikan dan positif pada pelanggan untuk menerima sistem perbankan *online*.

Das dan Teng (1998) dalam Farizi dan Syaefullah (2013) menyebutkan bahwa kepercayaan (*trust*) sebagai derajat di mana seseorang yang percaya menaruh sikap positif terhadap keinginan baik dan keandalan orang lain yang dipercayanya di dalam situasi yang berubah-ubah dan berisiko. Pavlou (2003) dalam Farizi dan Syaefullah (2013) dalam penelitian mengenai penerimaan konsumen terhadap *e-commerce* menyebutkan bahwa *trust* atau kepercayaan berhubungan positif dengan niat untuk bertransaksi. Suh dan Han (2002) dalam Farizi dan Syaefullah (2013) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa kepercayaan sangat berhubungan atau mempengaruhi minat menggunakan *internet banking*.

Penelitian ini mereplikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Irwan Tirtana dan Shinta Permata Sari (2014) yang berjudul “ Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*”. Dan menambahkan 1 variabel Risiko dari penelitian Ari Mubiyantoro dan Syaefullah (2013) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Penggunaan *Mobile Banking*”. Penelitian ini juga membedakan objek penelitiannya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis dapat mengambil judul “Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi pada nasabah Bank BRI Kantor Cabang Solo-Kartasura)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kegunaan berpengaruh terhadap Penggunaan *Mobile Banking*?
2. Apakah Kemudahan berpengaruh terhadap Penggunaan *Mobile Banking*?
3. Apakah Resiko berpengaruh terhadap Penggunaan *Mobile Banking* ?
4. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Penggunaan *Mobile Banking* ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk menguji adanya pengaruh Kegunaan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*.
2. Untuk menguji adanya pengaruh Kemudahan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*.

3. Untuk menguji adanya pengaruh Resiko terhadap Penggunaan *Mobile Banking*.
4. Untuk menguji adanya pengaruh Kepercayaan terhadap Penggunaan *Mobile Banking*.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Bagi Mahasiswa Jurusan Akuntansi

Yaitu untuk memberikan pengetahuan mengenai ilmu akuntansi khususnya dibidang Sistem Informasi Akuntansi (SIA) sehingga dapat menganalisis pengaruh kegunaan, kemudahan, resiko dan kepercayaan atas penggunaan *mobile banking*.

2. Bagi Peneliti

Yaitu guna untuk memberikan pengetahuan tambahan, wawasan dan menambahkan referensi agar diperoleh hasil yang bermanfaat bagi peneliti dan dapat mengetahui seberapa pengaruh kegunaan, kemudahan, resiko dan kepercayaan atas penggunaan *mobile banking*.

3. Bagi Peneliti Penelitian Selanjutnya

Yaitu diharapkan dapat menambah pengetahuan para pembaca maupun sebagai salah satu bahan referensi atau bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya dan sebagai penambah wacana keilmuan.

4. Bagi pihak Bank BRI Kantor Cabang Solo Kartasura

Yaitu sebagai pengetahuan bagi nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dan selanjutnya agar lebih banyak lagi nasabah yang menggunakan *mobile banking*.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah pemahaman dan penelaahan penelitian, maka dibuat rancangan penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori yang berisi tentang pengertian teori penelitian, penggunaan *mobile banking*, pengertian kegunaan, kemudahan, resiko, kepercayaan, Bank Rakyat Indonesia, penelitian terdahulu, kerangka teoritis dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang ruang lingkup penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, jenis data dan sumber data, definisi operasional variabel dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pelaksanaan penelitian, statistik deskriptif, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang dapat dijadikan masukan dari berbagai pihak yang berkepentingan.