

# BAB I

## PENDAHULUAN

### **1.1 Latar belakang Masalah**

Telepon seluler saat ini telah menjadi alat komunikasi serta informasi yang memiliki peran sangat penting dalam kehidupan masyarakat dan telah berkembang sangat pesat. Telepon seluler dapat memberikan manfaat yang luar biasa bagi kehidupan masyarakat baik dalam berkomunikasi, berbisnis, bekerja, ataupun bertransaksi. Globalisasi sangat mempengaruhi seluruh aspek kehidupan, baik dalam perkembangan ilmu pengetahuan atau pun dalam gaya hidup.

Maraknya penggunaan telepon seluler atau ponsel saat ini, banyak dari aspek kehidupan yang menggunakan internet serta ponsel, termasuk salah satunya industri perbankan. Maraknya ponsel saat ini dapat menciptakan evolusi bagi layanan perbankan untuk mencapai populasi melalui *mobile banking* (m-banking). Penggunaan *mobile banking* dapat membuat layanan keuangan lebih mudah diakses.

*Mobile banking* atau yang biasa lebih dikenal dengan m-banking merupakan layanan atau fasilitas yang menggunakan alat komunikasi bergerak, dengan menyediakan fasilitas untuk bertansaksi perbankan melalui pesan singkat (sms) yang disediakan oleh perbankan. Dengan adanya layanan *mobile banking* dan ponsel, transaksi perbankan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus datang ke bank, dengan hanya menggunakan ponsel nasabah bisa menghemat waktu dan biaya.

Layanan *mobile banking* dapat memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti transfer, cek saldo, dan lain-lain. Pertumbuhan yang cepat dari *mobile banking* memungkinkan nasabah untuk tetap menggunakan layanan tersebut. Transaksi yang mudah dengan menggunakan layanan *mobile banking* dapat menghemat waktu karena apabila sewaktu-waktu akan melakukan transaksi perbankan hanya dengan menggunakan media ponsel tanpa harus mengunjungi bank.

Beberapa keuntungan yang diberikan dalam menggunakan layanan *mobile banking* menurut Okky Kartavianus (<http://okky-go-blog.blogspot.co.id/>):

1. *Mobile banking* memiliki kelebihan dibandingkan dengan *internet banking* yang untuk mengaksesnya harus memiliki koneksi internet dan komputer. Akan tetapi pada *mobile banking*, konektivitas bukan masalah. Nasabah akan tetap bisa mendapatkan konektivitas mobile meskipun pada daerah terpencil dan juga pada saat tidak terkoneksi dengan internet.
2. Nasabah dapat membuat transaksi atau pembayaran tagihan kapanpun dan dapat menghemat banyak waktu.
3. *Mobile banking* melalui ponsel dapat dengan mudah untuk dimengerti. Tampilan yang diberikan pada *mobile banking* juga sangat simple sehingga nasabah hanya perlu mengikuti instruksi untuk melakukan transaksi.
4. *Mobile banking* dapat mengurangi risiko penipuan. Nasabah akan mendapatkan sms apabila terdapat aktivitas pada rekening nasabah yang meliputi setoran, penarikan uang, transfer antar rekening, dan lainnya.

5. *Mobile banking* dapat mengefektifkan biaya. Kebanyakan bank menyediakan fasilitas *mobile banking* dengan biaya lebih rendah.
6. *Mobile banking* juga memberi keuntungan bagi bank karena dapat mengurangi biaya dari telebanking serta lebih ekonomis.
7. *Mobile banking* melalui ponsel sangat menguntungkan bagi bank, karena merupakan sebuah fasilitas tambahan yang dapat mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi, sehingga bank dapat meningkatkan kepuasan pada nasabah.
8. Dengan *mobile banking*, bank dapat menjangkau nasabah.
9. Bank dapat melakukan penjualan produk dan promosi serta layanan seperti pinjaman, kartu kredit, dan lainnya pada kelompok nasabah tertentu.
10. Dengan menggunakan ponsel nasabah dapat mengakses berbagai layanan seperti informasi kredit/debit, informasi pembayaran rekening, histori transaksi, informasi jumlah tabungan, dan fasilitas pengiriman uang.
11. Nasabah juga dapat mentransfer uang secara langsung baik dengan antar bank ataupun beda bank melalui *mobile banking*.

Meskipun banyak orang-orang yang berpendapat bahwa transaksi menggunakan internet dan teknologi lainnya tidak aman, tidak praktis dan dapat menimbulkan penipuan, akan tetapi banyak orang berpikir bahwa menggunakan *mobile banking* lebih aman, fleksibel dan dapat dilakukan dimana saja (Chowdhury dan Ahmamad dalam M. Rokibul Kabir, 2013).

Fasilitas layanan *mobile banking* sangat membantu kebutuhan nasabah yang memiliki mobilitas serta kesibukan yang sangat tinggi, dan dengan adanya

fasilitas *mobile banking* maka nasabah akan lebih merasa efektif dan efisien. Maraknya perkembangan bisnis *mobile banking* di Indonesia perlahan dapat menggeser gaya perbankan yang konvensional yang dapat melibatkan puluhan juta nasabah bank di Indonesia. Bukan sesuatu yang mudah untuk menggeser pola kebiasaan lama *cash and carry banking* atau *old banking style* ini menjadi *new banking style*.

Kehadiran *mobile banking* telah membawa perubahan yang mendasar pada jenis layanan perbankan, dari yang semula *banking delivery channels* ke *self service channels* yaitu *mobile banking*. Selama beberapa tahun terakhir bank komersial memperkenalkan sistem perbankan yang berbasis elektronik *banking* untuk mengurangi biaya serta meningkatkan operasional. *Mobile banking* ini merupakan salah satu dari bentuk produk jasa yang saat ini mulai banyak ditawarkan oleh bank-bank komersial di Indonesia.

Bagi perekonomian Indonesia dunia perbankan sangat penting, sehingga ada anggapan bahwa dunia perbankan merupakan nyawa untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Tetapi apabila tidak didukung dengan adanya nasabah roda perbankan tidak dapat berjalan. Sebagai nasabah memiliki berbagai pertimbangan kriteria yang dijadikan dalam memilih usaha perbankan yang akan dipergunakan. Penerapan strategi pemasaran dapat mempengaruhi nasabah maupun konsumen sehingga nasabah membuat suatu keputusan dan mempunyai keinginan untuk menggunakan fasilitas layanan *mobile banking*.

Keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* dapat dipengaruhi oleh akal pemikiran atas bagaimana informasi pengetahuan yang

diperoleh. Salah satunya ialah faktor persepsi manfaat, merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Sebuah layanan yang mampu memberikan manfaat pada dasarnya dapat diterima dengan baik oleh nasabah. Semakin nasabah merasa *mobile banking* bermanfaat maka nasabah semakin sering menggunakan fasilitas layanan *mobile banking*.

Persepsi merupakan proses yang digunakan oleh individu untuk dapat mengorganisasi, memilih, dan menginterpretasi masukan informasi guna untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti (Kotler, 2014:172). Persepsi manfaat secara tidak langsung juga dapat mempengaruhi sikap penggunaan layanan *mobile banking*, serta nasabah diharapkan untuk dapat lebih sering menggunakan layanan perbankan *mobile banking* sebagai transaksi perbankan non tunai yang lebih fleksibel.

Selain persepsi manfaat, risiko juga dapat mempengaruhi sikap penggunaan layanan *mobile banking*, risiko dapat dilihat dari bagaimana tindakan yang dilakukan oleh bank dalam memperkecil risiko dari penggunaan layanan *mobile banking*. Apabila tindakan bank dalam memperkecil risiko telah terlaksana, maka akan berdampak positif terhadap minat konsumen terhadap layanan yang telah ditawarkan. Selain itu keamanan dalam menjaga data pribadi serta keamanan aplikasi yang berjalan pada perangkat akan kekhawatiran adanya hacker juga dapat mempengaruhi sikap penggunaan layanan *mobile banking*.

Dalam penelitian ini, penulis mengambil jasa layanan perbankan *mobile banking* bank MANDIRI. Seperti bank MANDIRI yang mengikuti perkembangan dalam teknologi berbasis perbankan yang salah satunya lebih dikenal dengan

MANDIRI mobile. *Mobile banking* MANDIRI terdapat berbagai macam transaksi online diantaranya yaitu mengecek saldo rekening, transfer, mengecek transaksi yang telah dilakukan dalam membayar berbagai macam tagihan seperti tagihan listrik, telepon, pengisian pulsa serta transaksi perbakan lainnya. Menurut catatan bank MANDIRI jumlah transaksi MANDIRI MOBILE sepanjang tahun 2014 mencapai Rp 112 triliun, yang menanjak jauh dibandingkan transaksi pada tahun 2013 yang hanya Rp42 triliun, dengan jumlah pengguna 6,6 juta orang serta pengguna yang aktif 1,1 juta orang ([www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)). Sehubungan dengan uraian latar belakang di atas, Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI RISIKO, MANFAAT, DAN KEAMANAN TERHADAP PENGGUNAAN LAYANAN *MOBILE BANKING* PADA BANK MANDIRI DI SURABAYA”**.

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan hal-hal yang telah dijelaskan diatas, maka masalah yang diteliti pada penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* nasabah Bank MANDIRI di Surabaya?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* nasabah Bank MANDIRI di Surabaya?
3. Apakah keamanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* nasabah Bank MANDIRI di Surabaya?

4. Apakah persepsi risiko, manfaat dan keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* nasabah Bank MANDIRI di Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian tentang pengaruh persepsi risiko, manfaat, dan keamanan terhadap adopsi layanan *mobile banking* nasabah bank MANDIRI di Surabaya adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh signifikansi persepsi resiko terhadap penggunaan layanan *mobile banking* nasabah Bank MANDIRI di Surabaya?
2. Untuk menganalisis pengaruh signifikansi persepsi manfaat terhadap penggunaan layanan *mobile banking* nasabah Bank MANDIRI di Surabaya?
3. Untuk menganalisis pengaruh signifikansi keamanan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* nasabah Bank MANDIRI di Surabaya?
4. Untuk menganalisis pengaruh signifikansi persepsi risiko, manfaat, dan keamanan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank MANDIRI di Surabaya?

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana dalam menerapkan teori-teori yang telah dipelajari pada saat perkuliahan serta menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh persepsi dan resiko terhadap layanan adopsi internet banking.

## 2. Bagi Pihak Bank

Dapat menjadikan informasi bagi perusahaan untuk menciptakan strategi inovasi yang untuk diterapkan kepada perusahaan sehingga perusahaan dapat menarik minat nasabah terhadap layanan internet banking.

## 3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang serupa di STIE Perbanas Surabaya.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun secara sistematis agar pembaca bisa dengan mudah dan jelas mengetahui objek penelitian. Uraian sistematika penulisan meliputi :

#### 1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian yang menjadi dasar dalam penulisan penelitian, tujuan dari penelitian ini, juga dijelaskan manfaat dari penelitian ini khususnya untuk peneliti, pihak bank, dan STIE Perbanas Surabaya dan sistematika penulisan penelitian.

#### 2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang penelitian-penelitian terdahulu yang serupa yang menjadi acuan penulis dalam menulis penelitian, landasan teori, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian.

#### 3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang hal-hal yang terkait dengan rancangan penelitian, identifikasi variabel yang digunakan dalam penelitian, definisi operasional, dan



pengukuran variabel. Bab ini juga menjelaskan tentang teknik pengumpulan data serta metode analisis data yang akan digunakan Penelitian.

#### 4. BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN ANALISIS DATA

Dalam sub bab ini diuraikan tentang gambaran umum pada subyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

#### 5. BAB V PENUTUP

Dalam sub bab ini dijelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran.

