

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

*Mobile banking* atau dapat disebut juga dengan *M-banking* adalah suatu sistem layanan yang berfungsi untuk melakukan berbagai transaksi keuangan yang dapat diakses langsung oleh nasabah pengguna *mobile banking* melalui telepon seluler. Saat ini penggunaan *mobile banking* biasanya dapat dilihat melalui SMS atau *mobile internet*, namun juga dapat menggunakan program pendownload *mobile device*. Peneliti yang meneliti mengenai prediksi dari nasabah muda yang memutuskan untuk memilih menggunakan *mobile banking*, lalu kemudian dikaitkan dengan persepsi biaya, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kesesuaian, serta risiko pada perilaku pengguna *mobile banking*.

Mubiyantoro dan Syaefullah (2013) telah meneliti mengenai persepsi keyakinan diri sendiri yang berpengaruh terhadap persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Faktor kemudahan adalah tingkat dimana seseorang yakin bahwa penggunaan sistem informasi adalah hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dalam melakukannya.

Berdasarkan dari definisinya, maka dapat dijelaskan bahwa konstruk persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika nasabah percaya

mengenai sistem informasi tersebut dapat digunakan dengan cara yang mudah, maka orang tersebut akan menggunakannya.

Saat ini banyak bank swasta maupun bank pemerintah yang memberikan fasilitas *mobile banking*, yaitu seperti BRI, BCA, CIMB Niaga, BNI, dan juga Bank Mandiri. Survey *TOP Brand* merupakan salah satu media yang dapat digunakan sebagai tolok ukur untuk mengukur kinerja berbagai merk yang ada di Indonesia. *TOP Brand* sendiri memiliki berbagai macam kategori nominasi, salah satunya yaitu ada kategori *E-channel*. *E-channel* merupakan kategori dimana berbagai macam aplikasi dan fitur elektronik yang digunakan untuk mempermudah masyarakat dalam kegiatan sehari-hari. Pada kategori *E-channel* sendiri, terdapat empat Bank Konvensional yang telah berhasil memasuki nominasi *TOP Index* 2016.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu bank yang masuk dalam *TOP Brand Award*. *BRI Mobile* merupakan suatu aplikasi yang mengintegrasikan beberapa aplikasi *e-banking* BRI yang dapat diakses melalui smartphone dengan aplikasi tambahan lainnya. *BRI Mobile* juga merupakan suatu aplikasi yang dapat memudahkan pengguna dalam melakukan suatu transaksi keuangan. Adapun berbagai macam aplikasi yang dapat mendukung kegiatan transaksi para nasabah yang terdapat dalam *BRI Mobile* di antaranya yaitu *Mobile banking* BRI, *Internet Banking* BRI, *Call* BRI, serta *Info* BRI (PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk., 2014).

**Tabel 1.1**  
**TOP BRAND AWARD KATEGORI E-CHANNEL**  
**TAHUN 2014-2016**

<b>MOBILE BANKING</b>						
<b>MERЕК</b>	<b>2014</b>		<b>2015</b>		<b>2016*</b>	
	<b>TBI</b>	<b>TOP</b>	<b>TBI</b>	<b>TOP</b>	<b>TBI</b>	<b>TOP</b>
M-BCA	49,4%	TOP	54,2%	TOP	48,4%	TOP
M-Banking Mandiri	21,2%	TOP	16,6%	TOP	22,7%	TOP
BRI Mobile	11,5%	TOP	11,0%		10,2%	TOP
BNI Mobile	9,8%		12,3%	TOP	10,1%	
CIMB Niaga	3,3%		3,2%		-	

Sumber : <http://www.topbrand-award.com/>

Pada tahun 2014 BRI Mobile menduduki peringkat ketiga dengan presentase sebesar 11,5% mengalahkan BNI Mobile dengan presentase 9,8%. Pada tahun 2015 BRI mengalami penurunan menjadi 11,0% dari 11,5% dan tergeser dengan produk pesaing yaitu *BNI Mobile* yang berada di peringkat tiga. Pada tahun berikutnya, bank BRI kembali unggul di peringkat tiga menggeser kembali bank BNI dengan presentase 10,2%. Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa terjadi penurunan presentase pada tahun 2015 dan kenaikan pada tahun 2016 berjalan sekarang ini, namun kenaikan yang dialami oleh *BRI Mobile* tersebut masih dibawah presentase pada tahun sebelumnya. Hasil presentase pada tahun 2016 tentunya masih dalam pemantauan seiring dengan berjalannya waktu hingga akhir tahun 2016. Fenomena yang ada diatas dapat mempengaruhi nasabah untuk mengadopsi *mobile banking* bank BRI.

---

\*Data sampai dengan bulan September

Penggunaan yang cepat dan mudah akan membantu para nasabah, sehingga merasa lebih puas dalam menggunakannya. Disamping itu, apabila nasabah dapat mengetahui dengan baik risiko dan keuntungan yang akan didapatkan ketika menggunakan *BRI Mobile* serta merasa bahwa produk tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan tetap memilih untuk mengadopsi *mobile banking* tersebut. Berbagai macam fasilitas yang diberikan oleh *mobile banking* BRI sangat membantu para nasabah. Pelanggan dapat mengetahui informasi saldo, mentransfer dana baik sesama BRI maupun dengan Bank lain. *BRI Mobile* dapat digunakan untuk pembelian produk – produk yang pembayarannya menggunakan e-payment yang telah bekerja sama dengan *mobile banking* BRI, tentunya masih banyak lagi fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh *BRI Mobile* dalam menunjang aktivitas nasabah.

Banyaknya fasilitas yang diberikan melalui *mobile banking*, nyatanya banyak masyarakat yang kurang percaya mengenai kemudahan penggunaan dan tidak mendapatkan keuntungan dari penggunaan *BRI Mobile* tersebut, seperti adanya hacker ahli yang dapat mengambil informasi mengenai account pengguna yang dapat merugikan nasabah. Contohnya yaitu peristiwa yang pernah dialami oleh salah satu nasabah *mobile banking* bank BRI pada akhir Februari lalu yang mengakses *mobile banking* untuk mengecek saldo, namun sayangnya hingga tiga kali transaksi tidak ada konfirmasi yang didapat melalui SMS. Pihak nasabah kemudian menelepon *call centre* bank BRI untuk menanyakan namun petugas *call centre* kurang menanggapi keluhan yang disampaikan nasabah *mobile banking* tersebut. Selain fenomena diatas, pihak

bank BRI juga menetapkan kebijakan bahwa setiap notifikasi melalui SMS akan dikenakan pemotongan saldo sebesar Rp500,- untuk setiap notifikasi *mobile banking* melalui SMS. Selain itu, pada pertengahan tahun 2016 ini terjadi kasus yang menimpa bank BRI yaitu hilangnya uang nasabah BRI yang menyebabkan kerugian hingga 1,5 milyar rupiah yang diduga menggunakan cara skimming, yaitu memindai data yang terdapat pada pita magnetik atau magnetic stripe. Kendala yang terjadi pada *mobile banking* memperlihatkan bahwa sering terjadi gangguan terhadap penggunaan *mobile banking* yang menyebabkan nasabah malas menggunakan fitur tersebut. Selain itu, jika ponsel yang digunakan hilang, maka informasi yang tersimpan didalam pesan dapat diambil dan digunakan dengan mudah oleh orang lain. Hal tersebut membuat para nasabah bank berpikir kembali untuk menggunakan *mobile banking* dan mengurangi kepercayaan nasabah. Dengan masalah yang dihadapi oleh pihak bank dengan berbagai keluhan dari nasabah, maka pihak bank segera memperbaiki sistem agar tidak terjadi kegagalan transaksi melalui telepon seluler, sedangkan untuk penarikan pulsa di setiap transaksi walaupun transaksi gagal, hal tersebut memang otomatis akan terpotong dari pihak operator. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih ada masalah yang terjadi mengenai bagaimana nasabah menggunakan produk *mobile banking* di bank BRI sehingga dibutuhkan penelitian.

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka penelitian saat ini akan meneliti faktor-faktor apa saja yang dapat berpengaruh terhadap adopsi *mobile banking* bank BRI. Adapun judul penelitian ini adalah : “Pengaruh Persepsi

Risiko, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kesesuaian dan Keuntungan Relatif Terhadap Adopsi *Mobile banking* Bank BRI di Surabaya”.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan dalam latar belakang, maka perumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap adopsi *mobile banking* bank BRI di Surabaya?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *mobile banking* bank BRI di Surabaya?
3. Apakah keuntungan relatif berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *mobile banking* bank BRI di Surabaya?
4. Apakah kesesuaian berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *mobile banking* bank BRI di Surabaya?
5. Apakah persepsi risiko, persepsi kemudahan penggunaan, keuntungan relatif dan kesesuaian berpengaruh secara simultan positif terhadap adopsi *mobile banking* bank BRI di Surabaya?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh persepsi risiko terhadap adopsi *mobile banking* bank BRI di Surabaya
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap adopsi *mobile banking* bank BRI di Surabaya

3. Untuk menguji signifikansi pengaruh kesesuaian terhadap adopsi *mobile banking* bank BRI di Surabaya
4. Untuk menguji signifikansi pengaruh keuntungan relatif terhadap adopsi *mobile banking* bank BRI di Surabaya
5. Untuk menguji persepsi risiko, persepsi kemudahan penggunaan, keuntungan relatif, dan kesesuaian berpengaruh simultan terhadap adopsi *mobile banking* bank BRI di Surabaya

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu:

##### 1. Bagi Bank

Pihak bank diharapkan bisa mengambil manfaat dari penelitian ini serta dapat menambah referensi mengenai kegunaan *mobile banking* serta merespon perilaku nasabah *BRI Mobile* di wilayah Surabaya, sehingga pihak bank dapat memperbaiki kualitas layanan *mobile banking*.

##### 2. Bagi Peneliti

Guna memberikan pengetahuan, wawasan tambahan serta menambahkan referensi mengenai *mobile banking* agar diperoleh hasil yang bermanfaat bagi peneliti dan dapat mengetahui seberapa pengaruh persepsi risiko, persepsi kemudahan penggunaan, keuntungan relatif, serta kesesuaian terhadap penggunaan *mobile banking*.

### 3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang positif bagi para mahasiswa STIE Perbanas mengenai penggunaan *mobile banking* bank BRI di Surabaya.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab yang saling berurutan :

### BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang dari penelitian ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai rancangan dari penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, serta yang terakhir yaitu teknik analisis data.

### BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data, serta pembahasan dari hasil penelitian terdahulu.

## BAB V : PENUTUP

Dalam bab V menjelaskan tentang kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran yang merupakan implikasi hasil penelitian bagi pihak terkait.

