

# BAB I

## PENDAHULUAN

### **1.1 Latar Belakang**

Selama beberapa dekade terakhir teknologi informasi telah mempengaruhi industri perbankan dan memberikan strategi bagi suatu bank untuk membedakan produk dan layanan dengan bank pesaing. Selama lebih dari 200 tahun bank – bank menggunakan operasi berbasis cabang tetapi dengan munculnya berbagai teknologi dan aplikasi merubah sifat layanan keuangan yang diberikan nasabah. Salah satu layanan elektronik yang diberikan dunia perbankan yaitu *mobile banking*. Di Indonesia, *mobile banking* telah diperkenalkan pada konsumen perbankan sejak beberapa tahun lalu. Beberapa bank baik BUMN atau swasta Indonesia menyediakan layanan *mobile banking*. *Mobile banking* sangat membantu karena bisa melakukan transaksi perbankan diluar jam kerja bank yang pendek, dengan hanya membutuhkan aplikasi *mobile banking* dan koneksi internet. Fasilitas *mobile banking* membuat nasabah seperti mempunyai ATM pribadi, segala jenis layanan perbankan bisa dilakukan sendiri seperti cek saldo, melihat daftar mutasi, tagihan telepon, listrik, PAM, dan sebagainya kecuali yang langsung melibatkan uang tunai seperti penyetoran dan penarikan. Secara umum, dalam penyediaannya layanan *mobile banking* memberikan informasi mengenai produk melalui internet dan memberikan akses kepada nasabah untuk bertransaksi. (Heri Setiawan, 2014:231)

Dari hasil riset yang dilakukan kadence Internasional layanan e – channel yang paling diminati adalah *mobile banking*, dengan melibatkan 453 responden di

empat kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Medan, Makassar, dan Surabaya menyatakan bahwa *mobile banking* adalah jenis layanan perbankan yang paling banyak digunakan oleh nasabah sebesar 67%, disusul oleh internet banking 54%, dan phone banking 28%. (Sumber : [www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com))

PT Bank Central Asia Tbk merupakan Bank Swasta yang berfokus sebagai Bank Transaksional, Bank Central Asia merupakan salah satu Bank Swasta terbesar di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dari prestasi yang dicapai BCA yang juga meraih penghargaan peringkat satu “Bank Swasta Terbaik” pada ajang Indonesia Banking Award pada tahun 2013 (<http://www.bca.co.id>). Sama halnya seperti sebagian besar bank lainnya yang menawarkan kemudahan transaksi melalui adanya *mobile banking*, BCA juga terus melakukan inovasi-inovasi dalam memberikan pelayanan yang *excellent* kepada nasabah dengan adanya *mobile banking* tersebut. Dalam memenuhi kebutuhan nasabah tersebut, BCA memiliki *mobile banking* yang dapat memberikan kemudahan transaksi hanya dengan menggunakan gadget yang dimiliki kapanpun dan dimanapun.

Kinerja baik BCA terkait *mobile banking* terlihat dari prestasi yang dicapainya. Terbukti dari penghargaan yang diperolehnya pada tahun 2016 dalam ajang Infobank Banking Service Excellence Award 2016 yang diselenggarakan oleh Majalah Infobank bekerja sama dengan Marketing Research Indonesia (MRI). Dalam penghargaan tersebut, BCA meraih peringkat 2 pada kategori Performa Terbaik *mobile banking* (<http://www.bca.co.id>). Akan tetapi, penggunaan *mobile banking* juga tidak terlepas dari adanya permasalahan. Nasabah mengeluhkan adanya masalah saat melakukan transaksi *mobile banking*

melalui aplikasi *mobile* BCA, yaitu adanya *trouble* sehingga nasabah perlu berulang kali dalam mengakses *mobile banking* untuk melakukan transaksi. Hal tersebut berpengaruh terhadap transaksi dan kepercayaan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* yang diberikan BCA.

Fasilitas layanan *mobile banking* belum sepenuhnya memberikan ketertarikan nasabah BCA untuk menggunakannya. Hasil *survey* dari TOP Brand Award produk *mobile banking* BCA ada pada tabel berikut ini.

**Tabel 1.1**  
**BANK DENGAN TOP BRAND AWARD DALAM KATEGORI MOBILE BANKING 2015 DAN 2016 DI INDONESIA**

<b>Merek</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>m – BCA</b>	<b><u>54,2 %</u></b>	<b><u>48,4 %</u></b>
M – Banking Mandiri	16,6 %	22,7 %
BNI <i>Mobile</i>	12,3 %	10,2 %
BRI <i>Mobile</i>	11,0 %	10,1 %
CIMB Niaga <i>Mobile</i>	3,2 %	-

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

Berdasarkan tabel 1.1 persentase *mobile banking* BCA pada tahun 2015 menunjukkan penurunan yaitu dari 54,2% lalu mengalami penurunan persentase sebesar 5,8% pada tahun 2016 hanya 48,4%.

Penelitian yang dilakukan penulis sudah dilakukan peneliti sebelumnya, tetapi dari hasil dua penelitian sebelumnya terdapat perbedaan. Penelitian pertama dilakukan oleh Al-Jabri dan Sohail (2012) tentang *Mobile Banking Adoption: Application of Diffusion of Innovation Theory*, yang terdapat variable keunggulan relatif, kerumitan, kompatibilitas, mudah diamati, kemungkinan, dan risiko yang dirasakan. Sedangkan penelitian ke dua dilakukan oleh Diluxshy Ravichandran dan Madana Hiti Bandaralage Ayesha Harshani Madana (2016)

tentang *Factors Influencing Mobile Banking Adoption in Kurunegala District*, yang terdapat variabel persepsi kegunaan, persepsi resiko, pengaruh sosial, dan kompatibilitas. Dari penelitian tersebut penulis akan memakai variabel keunggulan relatif, kompatibilitas, persepsi kegunaan, kemampuan untuk dilihat dan persepsi resiko.

Faktor – faktor keunggulan relatif, kompatibilitas, persepsi kegunaan, kemampuan untuk dilihat, dan persepsi resiko dapat berpengaruh terhadap adopsi *mobile banking*. Dari variabel – variabel tersebut dapat dijelaskan masing – masing.

Dalam penelitian Al-Jabri dan Sohail (2012:381) mengemukakan tentang keunggulan relatif mengacu pada sejauh mana suatu inovasi dianggap sebagai memberikan manfaat lebih dibanding pendahulunya. Hasil dari keunggulan relatif peningkatan efisiensi, manfaat ekonomi dan ditingkatkan statusnya. Adopsi *mobile banking* memberikan keuntungan seperti kedekatan, kemudahan, dan keterjangkauan nasabah untuk memiliki laporan transaksinya. Menurut Al-Jabri dan Sohail (2012:381) Keunggulan relatif merupakan hal yang dipikirkan nasabah apakah *mobile banking* memberikan keuntungan dan kemudahan dalam melakukan transaksi. Oleh karena itu, ketika pelanggan merasakan keuntungan yang berbeda yang ditawarkan oleh *mobile banking* nasabah cenderung untuk mengadopsinya. Sehingga secara signifikan *mobile banking* dipengaruhi oleh keunggulan relatif.

Dalam penelitian Al-Jabri dan Sohail (2012:381) kompatibilitas mengacu pada sejauh mana layanan dianggap sebagai konsisten dengan nilai – nilai

pengguna yaitu keyakinan, kebiasaan, dan pengalaman sekarang dan sebelumnya. Kompatibilitas memiliki korelasi yang signifikan dengan adopsi komputer yang digunakan di Arab Saudi. Dengan demikian kemungkinan bahwa hubungan antara kompatibilitas dan adopsi akan memiliki efek yang secara signifikan dalam konteks *mobile banking* (M. Al-Jabri dan Sohail, 2012:381). *Mobile banking* kadang dirasakan nasabah tidak sesuai dengan apa yang diharapkannya. Oleh karena itu penerapan *mobile banking* dipengaruhi dengan kompatibilitas.

Persepsi kegunaan berkaitan dengan produktifitas, ini menunjukkan bahwa *mobile banking* akan meningkatkan produktivitas pengguna, meningkatkan kinerja dan meningkatkan efektivitas kerja serta kegunaannya. Persepsi kegunaan merupakan faktor yang signifikan mempengaruhi penerimaan penggunaan dalam sistem informasi (Ravichandran & Madana, 2016:27). Dari hasil penelitian Cudjoe (2015:11) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap adopsi *mobile banking*. Persepsi kegunaan sangat penting untuk nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* dan mempengaruhi nasabah untuk memutuskan menggunakannya. Persepsi Kegunaan dipermasalahkan nasabah dalam memberikan keefektifannya saat digunakan. Oleh karena itu *mobile banking* dipengaruhi oleh persepsi kegunaan.

Dalam penelitian Al-Jabri dan Sohail (2012:381) kemampuan untuk dilihat merupakan sebuah inovasi yang menggambarkan sejauh mana suatu inovasi dapat dilihat oleh orang lain. Dapat disimpulkan bahwa semakin mudah nasabah melihat sebuah inovasi *mobile banking*, semakin besar kemungkinan untuk mengadopsi *mobile banking*. Dari hasil penelitian Al-Jabri dan Sohail (2012:381)

menemukan bahwa nasabah mendapatkan pengetahuan tentang *mobile banking* dan manfaatnya sehingga memfasilitasi adopsi. Nasabah menemukan bahwa observasi tidak mudah untuk dilihat orang lain. Kemampuan untuk dilihat akan memiliki efek positif pada adopsi *mobile banking*.

Dalam penelitian Al-Jabri dan Sohail (2012:382) persepsi resiko mengacu pada tingkat resiko dalam menggunakan inovasi. Hasil penelitian dari Heri Setiawan (2014:239) menjelaskan bahwa nasabah bank beranggapan resiko dari penggunaan elektronik banking relatif kecil karena pihak bank diyakini telah menggunakan sistem yang relatif canggih, sehingga mampu memberikan jaminan keamanan dan mampu mendekteksi kecurangan yang dilakukan oleh orang yang tidak berhak. Hasil penelitian dari Ravichandran & Madana (2016:27) menjelaskan bahwa persepsi resiko berpengaruh negatif terhadap adopsi *mobile banking*. Resiko terjadi disebabkan masalah jaringan yang membuat akses *mobile banking* tidak lancar. Masalah jaringan memang kejadian umum yang mengganggu transaksi mobile.

Bank Central Asia (BCA) merupakan salah satu bank terbesar di Surabaya yang memiliki beberapa kantor cabang di Surabaya. Salah satu layanan BCA adalah *mobile banking* BCA (m-BCA). Dalam penelitian ini peneliti ingin meneliti apakah nasabah pengguna *mobile banking* BCA di Surabaya merasakan keuntungan layanan yang diberikan m-BCA sehingga nasabah BCA Surabaya memutuskan untuk mengadopsinya, keuntungan yang diberikan seperti transaksi semakin hemat dengan menggunakan jalur internet, dapat menyimpan daftar pembayaran, terdapat fasilitas daftar transfer, dan praktis dalam melakukan

transaksi. Berdasarkan masalah tersebut peneliti menggunakan beberapa variabel untuk mengetahuinya yaitu keunggulan relatif terhadap mobile banking akan timbul apabila nasabah BCA di Surabaya merasakan keunggulan dari m-BCA. Apabila nasabah BCA di Surabaya merasakan kesesuaian dari layanan *mobile banking* maka layanan tersebut kompatibel sehingga nasabah mengadopsinya. Ketika nasabah BCA di Surabaya mengetahui tentang *mobile banking* dan mengetahui kegunaan layanannya maka akan mendorong nasabah untuk mengadopsinya. Jika nasabah BCA di Surabaya dapat melihat kemampuan dari *mobile banking* BCA maka nasabah akan memberitahu nasabah lainnya untuk mengadopsinya. Resiko yang dirasakan nasabah BCA di Surabaya dapat membuat nasabah berfikir untuk melakukan atau tidak melakukan adopsi terhadap layanan *mobile banking*.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti akan meneliti tentang “PENGARUH KEUNGGULAN RELATIF, KOMPATIBILITAS, PERSEPSI KEGUNAAN, KEMAMPUAN UNTUK DILIHAT DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP ADOPSI *MOBILE BANKING* BAGI NASABAH BCA DI SURABAYA”.

### **1.1. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, pokok permasalahan dalam penyusunan penulisan ilmiah adalah:

1. Apakah keunggulan relatif secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *Mobile Banking* bagi nasabah BCA di Surabaya?

2. Apakah kompatibilitas secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *Mobile Banking* bagi nasabah BCA di Surabaya?
3. Apakah persepsi kegunaan secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *Mobile Banking* bagi nasabah BCA di Surabaya?
4. Apakah kemampuan untuk dilihat secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *Mobile Banking* bagi nasabah BCA di Surabaya?
5. Apakah persepsi resiko secara parsial berpengaruh signifikan negatif terhadap adopsi *Mobile Banking* bagi nasabah BCA di Surabaya?
6. Apakah keunggulan relatif, kompatibilitas, persepsi kegunaan, kemampuan untuk dilihat dan persepsi resiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *Mobile Banking* bagi nasabah BCA di Surabaya?

### 1.2. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada uraian rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh signifikan positif dari keunggulan relatif secara parsial terhadap adopsi *Mobile Banking* bagi nasabah BCA di Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh signifikan positif dari kompatibilitas secara parsial terhadap adopsi *Mobile Banking* bagi nasabah BCA di Surabaya.
3. Untuk menganalisis pengaruh signifikan positif dari persepsi kegunaan secara parsial terhadap adopsi *Mobile Banking* bagi nasabah BCA di Surabaya.
4. Untuk menganalisis pengaruh signifikan positif dari kemampuan untuk dilihat secara parsial terhadap adopsi *Mobile Banking* bagi nasabah BCA di Surabaya.



5. Untuk menganalisis pengaruh signifikan negatif dari persepsi resiko secara parsial terhadap adopsi *Mobile Banking* bagi nasabah BCA di Surabaya.
6. Untuk menganalisis pengaruh signifikan dari keunggulan relatif, kompatibilitas, persepsi kegunaan, kemampuan untuk dilihat dan persepsi resiko secara simultan terhadap adopsi *Mobile Banking* bagi nasabah BCA di Surabaya.

### 1.3. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

#### 1. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pemahaman dan wawasan tentang faktor – faktor yang mempengaruhi nasabah dalam adopsi *Mobile Banking* di BCA.

#### 2. Bagi STIE PERBANAS Surabaya

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan pengetahuan dan menambah literatur kepustakaan mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi adopsi *Mobile Banking* untuk referensi mahasiswa dengan judul yang sama.

#### 3. Bagi BCA

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan dijadikan bahan pertimbangan dalam merumuskan keunggulan relatif, kompatibilitas, persepsi kegunaan, kemampuan untuk dilihat dan persepsi resiko terhadap adopsi *Mobile Banking* khususnya produk *Mobile Banking*.

### 1.4. Sistematika Penulisan

Sistematika dari penyusunan penulisan skripsi terdiri dari:

## BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan ilmiah.

## BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

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

## BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variable, definisi operasional dan pengukuran variable, instrument penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian, dan teknik analisis data.

## BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini membahas tentang gambaran subyek penelitian, analisis data yaitu analisis deskriptif serta analisis statistik, dan pembahasan.

## BAB V: PENUTUP

Dalam bab ini membahas tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.