BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya teknologi informasi, lembaga perbankan pasti akan menggunakan dan mengikuti teknologi ini pada sebagian dari sistem pelayanannya, yang dikenal dengan *mobile banking* (*m-banking*). Layanan *mobile banking* adalah aktivitas perbankan di internet. Perpindahan dari bank tradisional menjadi *electronic banking* atau *mobile banking* merupakan perubahan mendasar dari industri perbankan. Minat masyarakat yang tinggi terhadap penggunaan telepon seluler dan internet, berkembangnya teknologi menjadi sangat penting bagi bank untuk menjaga kesetiaan nasabah. Layanan ini dapat memungkinkan nasabah bank dapat melakukan berbagai transaksi melalui internet atau aplikasi. Lewat sarana internet nasabah dapat melakukan transaksi seperti mengecek saldo, transfer dana antar rekening hingga pembayaran rutin bulanan (air, listrik, telepon, dsb) melalui rekening bank nya.

Menggunakan layanan *mobile banking*, nasabah dibekali login dan kode akses di aplikasi *mobile banking* dimana terdapat fasilitas *mobile banking* yang dimiliki bank bersangkutan. Selanjutnya setelah login nasabah dapat melakukan transaksi melalui aplikasi *mobile banking* yang bersangkutan. Bank menyediakan layanan *mobile banking* untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan nasabah agar nasabah tidak perlu datang lagi ke kantor cabang atau ATM untuk melakukan transaksi perbankan. Menggunakan *mobile banking*, nasabah mendapatkan

banyak keuntungan yang diperoleh terutama dilihat dari waktu dan tenaga yang bisa dihemat karena *mobile banking* dapat dilakukan dimana saja selama penggunanya memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan *mobile banking* tersebut, seperti telepon seluler atau pun jaringan internet.

Menurut Shaik dan Karjaluoto dalam Makanyeza, 2017:2), menyarankan apa yang mereka sebut definisi terkini tentang *mobile banking* sebagai produk atau layanan yang ditawarkan oleh bank atau lembaga keuangan mikro (non-bank) untuk melakukan transaksi keuangan dan non-keuangan menggunakan perangkat seluler seperti ponsel, atau tablet. Bank menyediakan *mobile banking* agar mendapatkan keuntungan untuk memperluas jaringan usaha. *Mobile banking* dapat menghilangkan batas fisik bank dan batas operasional bank yang terbatas. *Mobile banking* dapat dilakukan untuk transaksi dimana saja tanpa dibatasi oleh waktu karena *mobile banking* beroperasi selama 24 jam. Teknologi perbankan seluler telah memberikan manfaat yang signifikan bagi nasabah. Layanan perbankan telah menjadi lebih efisien dalam melayani nasabah ketika layanan memotong biaya dan waktu operasional sambil memberikan kenyamanan yang signifikan kepada nasabah (Alalwan *et al*., 2016, dalam Makanyeza, 2017:3).

Data yang di dapat dari sumber Top Brand Award menunjukan presentase penggunaan *mobile banking* dari beberapa bank yang ada di Indonesia, sebagai berikut :

Tabel 1.1
BANK DENGAN TOP BRAND AWARD DALAM KATEGORI MOBILE BANKING 2017 DI INDONESIA

MEREK	2017	
	TBI	TOP
BCA	48,1%	TOP
MANDIRI	21,1%	TOP
BRI	12,2%	TOP
BNI	10.2%	TOP

Sumber : Olahan data (http://www.topbrand-award.com/)

Pada Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa pengguna *mobile banking* Bank BNI pada tahun 2017. Secara persentase *mobile banking* Bank BNI pada tahun 2017 hanya mencapai 10,2% dan menempati peringkat ke empat dari beberapa pesaing-pesaingnya. Permasalahan peringkat dan persentase dengan pesaing Bank BNI menjadi peringkat terakhir dari tiga pesaing Bank BNI. Peringkat empat dari para pesaing ini merupakan hal yang menarik untuk diteliti. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat menggunakan *mobile banking* Bank BNI di Surabaya, mengetahui persepsi kredibilitas terhadap niat menggunakan *mobile banking* Bank BNI di Surabaya, mengetahui persepsi biaya terhadap niat menggunakan *mobile banking* Bank BNI di Surabaya.

Faktor yang mempengaruhi niat menggunakan *mobile banking* adalah persepsi kegunaan. Disimpulkan bahwa suatu kepercayaan mengenai proses pengambilan keputusan adalah persepsi kegunaan. Menurut penelitian Al-Jabri, (2015:9), menyebutkan bahwa hasil penelitiannya ada salah satu variabel yaitu

persepsi kegunaan berpengaruh pada niat menggunakan *mobile banking*. Selain faktor persepsi kegunaan yang mempengaruhi terhadap niat menggunakan *mobile banking* ada juga faktor yang mempengaruhi, yaitu faktor persepsi kredibilitas. Uji kredibilitas ini dapat dilakukan dengan diskusi dan observasi. Kredibilitas dapat disimpulkan menjadi suatu keadaan atau kondisi yang dapat dipercaya dan bisa dipertanggungjawabkan sebagaimana mestinya. Selain faktor persepsi kegunaan, persepsi kredibilitas, persepsi biaya juga mempengaruhi terhadap niat menggunakan *mobile banking*. Biaya (*cost*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk baik barang maupun jasa.

Pentingnya niat menggunakan *mobile banking* yang melibatkan persepsi kegunaan, persepsi kredibilitas, dan persepsi biaya pada industri perbankan Bank BNI di Surabaya yang melakukan penelitian tentang **"ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KREDIBILITAS DAN PERSEPSI BIAYA TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BANK BNI DI SURABAYA"**

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat peneliti bentuk berdasarkan latar belakang dan faktor-faktor yang telah dibahas diatas, apakah :

1. Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *mobile banking* Bank BNI di Surabaya ?
2. Persepsi kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *mobile banking* Bank BNI di Surabaya ?

3. Persepsi biaya berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *mobile banking* Bank BNI di Surabaya ?
4. Persepsi kegunaan, persepsi kredibilitas dan persepsi biaya berpengaruh terhadap niat menggunakan *mobile banking* Bank BNI di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dapat peneliti bentuk berdasarkan rumusan masalah diatas untuk menganalisis signifikansi :

1. Pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat menggunakan *mobile banking* di Bank BNI Surabaya.
2. Pengaruh persepsi kredibilitas terhadap niat menggunakan *mobile banking* di Bank BNI Surabaya.
3. Pengaruh persepsi biaya terhadap niat menggunakan *mobile banking* di Bank BNI Surabaya.
4. Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kredibilitas dan persepsi biaya berpengaruh terhadap niat menggunakan *mobile banking* Bank BNI di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian diatas maka manfaat yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Bagi Peneliti

   Memecahkan permasalahan yang ada dilingkungan masyarakat sebelum terjun kedunia kerja yang sebenarnya dan menambah pengalaman dan

sarana latihan dan sarana menambah pengetahuan wawasan mengenai bidang perbankan.

2. Manfaat Bagi STIE Perbanas Suarabaya

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan sumber referensi untuk pembelajaran dan sumber literatur serta menjadi bahan perbandingan penelitian dalam penulisan karya ilmiah.

3. Manfaat Bagi Peneliti Lain

   Bagi pihak lain dapat dijadikan tambahan sumber referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

4. Manfaat Bagi Bank BNI

   Kedepannya bagi Bank dapat sebagai sumber informasi untuk pengembangan mengenai persepsi kegunaan, persepsi kredibilitas dan persepsi biaya terhadap niat menggunakan *mobile banking* sehingga menjadi bahan pertimbangan memantapkan strategi yang dirancang oleh bank.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Mempermudah cara penulisan skripsi, penulis membagi penggunaan bab-bab secara teratur dan sistematis agar mudah dibaca dan dipahami oleh pembaca. Penulisan tersebut maka dapat memungkinkan pembahasan dilakukan secara sistematis pada tiap bab dan sub babnya. Penulisan sistematika skripsi ini sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang Pendahuluan yang didalamnya ada latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menjelaskan tentang Tinjauan Pustaka yang didalamnya ada penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, definisi operasional dan pengukur variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB VI GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada sub ini berisi tentang gambaran umum subjek penelitian dan analisis data meliputi analisis deskriptif dan analisis statistik serta pembahasan dari analisis data yang dilakukan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran yang dibuat dari hasil analisis data yang telah dilakukan.