

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri perbankan di Indonesia dewasa ini telah banyak memberikan alternatif kepada masyarakat luas. Industri ini juga diramaikan dengan kehadiran banyak jenis bank, yaitu Bank Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat maupun Koperasi Simpan Pinjam. Sama halnya dengan industri lain pada umumnya, bank konvensional juga bersaing dalam persaingan untuk mendapatkan nasabah terbaik. Pada industri perbankan tersebut banyak bank yang hadir menerapkan berbagai strategi pemasaran, baik dalam proses manajemen dan proses operasionalnya. Bank ini dikenal oleh masyarakat Indonesia dengan sebutan bank umum, sedangkan istilah “*Conventional Bank*” digunakan dalam lingkup internasional.

Dalam prakteknya, bank konvensional mendapatkan berbagai kendala dan permasalahan antara lain belum adanya pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang produk-produk baru dan fasilitas dari bank konvensional, daya beli masyarakat yang rendah, aturan yang kurang mengikat dan sosialisasi yang kurang. Selain kendala tersebut, latar belakang masyarakat juga memiliki andil dalam berkembangnya bank konvensional. Sebagai lembaga intermediasi, bank dituntut akan pemahaman nasabah akan produk-produk yang ditawarkan. Bank konvensional dalam proses penawaran jasa bagi nasabah semestinya melakukan analisis terlebih dahulu berdasar tingkat kebutuhan nasabah. Dengan

memperhatikan hal tersebut, bank konvensional diharapkan mampu memberikan pemecahan masalah yang tepat bagi nasabahnya dalam menjawab kebutuhan nasabah terhadap manfaat produk bank dan dengan kondisi saat itu nasabah juga dapat membandingkan atas produk dan jasa yang terbaik untuk mereka. Perbandingan tersebut timbul karena adanya kualitas dan manfaat yang didapatkan dari produk. Namun hanya bank yang memiliki kualitas tinggi yang dibutuhkan dan dipilih oleh nasabah.

Dalam keterkaitannya dengan kualitas dan manfaat produk, bank perlu untuk menciptakan terobosan dalam hal kemudahan dalam menggunakan produk, terutama *mobile banking*. Menurut Jogiyanto (2007:115) kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan dalam fasilitas *mobile banking* yaitu memberikan keleluasaan dan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan, baik menggunakan jaringan internet maupun sms sebagai sarana transaksi (<http://brimobile.bri.co.id>). Fasilitas tersebut juga dapat menciptakan *market value* suatu bank dalam rangka untuk menarik nasabah untuk bergabung dan juga untuk meningkatkan kualitas produk kepada nasabah. Dalam menciptakan nilai kepercayaan, bank dituntut untuk senantiasa meningkatkan pelayanan dan standarisasi perbankan lainnya. Hal itu dapat meningkatkan citra bank yang secara langsung mempengaruhi citra produk bank tersebut.

Selain itu, persepsi risiko juga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Dalam hal ini risiko dari *mobile banking* adalah banyaknya orang atau sekelompok orang yang melakukan

kegiatan manipulasi situs yang mirip dengan situs asli bank, sehingga tanpa disadari oleh nasabah bahwa yang bersangkutan sedang mengakses situs palsu (Maryanto Supriyono 2010:70). Risiko yang terdapat pada *mobile banking* BRI yaitu kurangnya sosialisasi kepada para nasabah sehingga nasabah kurang memahami dan takut untuk mencoba bertransaksi menggunakan sistem. Selain itu, risiko dapat timbul jika nasabah mulai takut akan kebocoran informasi rekening dan gagalnya transaksi nasabah yang diperlukan sangat cepat.

Kemudian faktor persepsi manfaat juga mempengaruhi nasabah terhadap keputusan untuk menggunakan *mobile banking*. Dalam pengertiannya menurut Rokibul Kabir (2013:100), manfaat yaitu didefinisikan sejauh mana *mobile banking* dapat memenuhi kebutuhan penggunanya. Dalam hal ini, nasabah dapat merasakan manfaat dari produk tersebut ketika telah menyetujuinya. Maka dari itu sebagai penyedia jasa layanan, BRI harus mampu menunjukkan manfaat dari menggunakan *mobile banking* BRI sehingga nasabah memunculkan persepsi yang positif. Setelah persepsi positif muncul dan berkembang, maka proses selanjutnya yaitu memutuskan untuk menggunakan produk yang kemudian dibarengi dengan kepuasan pada waktu menggunakan produk *mobile banking*.

Tabel 1.1
BANK DENGAN TOP BRAND AWARD DALAM KATEGORI MOBILE BANKING 2015 DAN 2016 FASE 1 DI INDONESIA

Merek	2015	2016
M-BCA	54,2%	48,4%
M- Banking Mandiri	16,6%	22,7%
BRI Mobile	11,0%	10,2%
BNI Mobile	12,3%	10,1%

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

Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa data diambil berdasarkan fase 1 pada *top brand award*. Survey ini dilakukan dengan melibatkan 9900 sampel acak pengguna *mobile banking* di 15 kota besar di Indonesia dengan kriteria pria dan wanita berusia 15 tahun sampai dengan 65 tahun dan berpenghasilan antara Rp. 1.200.000 sampai dengan Rp. 4.800.000 per bulan. Para pengguna *mobile banking* pada BRI mengalami penurunan pada tahun 2016. Secara presentase *mobile banking* BRI pada tahun 2015 mencapai 11,0 persen, mengalami penurunan sebanyak 0,8 persen sehingga pada tahun 2016 hanya mencapai 10,2 persen. *Mobile banking* merupakan teknologi yang canggih yang telah disediakan oleh penyedia layanan perbankan. Dengan adanya *mobile banking* BRI di Surabaya diharapkan nasabah dapat dengan mudah menggunakan fitur yang tersedia di *mobile banking* dan nasabah akan merasa aman untuk menggunakan *mobile banking* BRI di Surabaya serta nasabah merasa bahwa *mobile banking* mempunyai keunggulan tersendiri.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti terdorong untuk meneliti tentang **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI di Surabaya”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking* BRI di Surabaya?

2. Apakah persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking* BRI di Surabaya?
3. Apakah persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking* Bank BRI di Surabaya?
4. Apakah persepsi kemudahan, persepsi risiko dan persepsi manfaat dalam menggunakan *Mobile Banking* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking* Bank BRI di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* BRI di Surabaya sebagai berikut.

1. Menguji signifikansi pengaruh persepsi kemudahan dalam *Mobile Banking* terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking* BRI di Surabaya.
2. Menguji signifikansi pengaruh persepsi risiko dalam *Mobile Banking* terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking* BRI di Surabaya.
3. Menguji signifikansi pengaruh persepsi manfaat dalam *Mobile Banking* terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking* BRI di Surabaya.
4. Menguji signifikansi pengaruh persepsi kemudahan, risiko dan manfaat dalam menggunakan *Mobile Banking* secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking* BRI di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian diatas maka manfaat yang dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan suatu kesempatan bagi peneliti untuk mengaplikasikan ilmu dan pengetahuan, dan untuk menambah wawasan dan pengetahuan di bidang manajemen perbankan.

2. Bagi Bank

Diharapkan bahwa dari penelitian ini akan menghasilkan suatu masukan atau saran dan penerapan strategi-strategi baru untuk menarik minat nasabah untuk bergabung dan menggunakan *Mobile Banking* Bank BRI di Surabaya.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Dapat menambah kepustakaan dan dapat dijadikan bahan acuan untuk penelitian yang lebih baru lagi dalam studi Manajemen Perbankan.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan dalam skripsi ini secara garis besar dibagi menjadi 3 bab, dimana dalam setiap sub babnya akan dijabarkan mengenai pembahasan setiap bab. Adapun sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian yang berkaitan dengan Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi uraian yang berkaitan dengan Landasan Teori yang berisi tentang teori-teori tentang *mobile banking* serta terdiri dari Penelitian Terdahulu, Landasan Teori yang berhubungan variabel terikat, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu dalam penelitian dengan langkah-langkah yang sistematis yang terdiri dari Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel, Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel, Data dan Metode Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini berisi tentang gambaran subyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.