

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang pesat saat ini sudah sangat canggih dan memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat. Teknologi memberikan manfaat dan kemudahan bagi kehidupan masyarakat dalam berkomunikasi, bekerja, berbisnis, maupun bertransaksi. Di era globalisasi saat ini sangat mempengaruhi seluruh aspek kehidupan untuk perkembangan ilmu pengetahuan maupun untuk gaya hidup. Salah satu perkembangan dari teknologi informasi dan komunikasi adalah maraknya penggunaan telepon seluler atau handphone, selain melalui media internet. Saat ini banyak masyarakat yang menggunakan media internet dan handphone, termasuk dalam industri perbankan. Perbankan yang dilakukan secara online merupakan sistem pengiriman termurah, termudah, dan terefektif untuk melakukan transaksi dalam perbankan. Keuntungan dan manfaat bagi nasabah bank ialah untuk penghematan biaya dan waktu.

Kehadiran sistem *online* yang ditangani oleh teknologi komputer dan teknologi komunikasi memungkinkan nasabah dapat bertransaksi dari kantor cabang dengan bank yang sama (atau secara terbatas dari bank berbeda) yang berada dimana saja. Pada perkembangan selanjutnya, sistem tersebut dilengkapi dengan mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri atau *Automatic Teller Machine*,

biasa disebut dengan ATM. Melalui ATM memungkinkan nasabah bertransaksi tanpa harus bergantung oleh jam kerja bank. Tidak puas dengan model pelayanan seperti itu, pihak bank juga mengembangkan layanan dengan telepon selular, yang dikenal dengan *mobile banking* (Syamsul Hadi, 2014).

Menurut Radityo F.H. (2015), bentuk fasilitas perbankan berbasis *Online* salah satunya adalah *Mobile Banking* (yang juga dikenal sebagai *M-Banking* atau *SMS banking*) merupakan sebuah sarana yang digunakan untuk melakukan pemeriksaan saldo, transaksi keuangan, pembayaran dan lain sebagainya. *Mobile banking* saat ini kebanyakan ditunjukkan melalui via *SMS*. Dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui sms (pesan singkat) pada handphone. Dengan adanya fasilitas *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual seperti kegiatan yang dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan dengan mudah tanpa harus mendatangi bank. Karena bank sudah memberikan kemudahan fasilitas untuk bertransaksi secara online, jadi tidak perlu sistem pembayaran secara tatap muka atau transfer secara manual seperti mengantri di Bank atau di ATM, hanya cukup dengan menggunakan handphone para nasabah dapat menghemat waktu dan biaya. Pihak bank memberikan fasilitas ini kepada nasabahnya untuk melakukan transaksi online agar lebih cepat dan pihak bank juga memberikan keamanan yang maksimal untuk semua nasabahnya. Dengan banyaknya transaksi menggunakan internet atau online dan semakin canggihnya teknologi, sektor perbankan di Indonesia menggunakan kesempatan tersebut untuk membuat sistem yang dapat

memanjakan nasabahnya dan dapat memberikan keuntungan yang signifikan pula bagi pihak bank.

Mobile Banking menjadi sangat terkenal karena kemudahan yang diberikan kepada para nasabahnya. Nasabah dapat mengakses informasi mutasi debit atau kreditnya, melakukan pembayaran rekening, mengecek jumlah tabungan, histori transaksi, dan lain sebagainya. Nasabah juga bisa mendapatkan konektivitas *mobile*, meskipun saat itu sedang berada di daerah terpencil atau ketika bermasalah pada jaringan internetnya. Fasilitas dan layanan ini sangat mudah di mengerti dan di pahami karena tampilannya yang mudah pada aplikasinya. Nasabah hanya perlu mengikuti instruksi atau tata cara yang sudah diarahkan untuk melakukan transaksi. Selain itu, fasilitas ini dapat mengurangi adanya risiko penipuan, karena nasabah akan mendapatkan pemberitahuan melalui SMS secara langsung ketika mendapat ada aktivitas pada rekeningnya. Pemberitahuan tersebut bisa meliputi informasi setoran, penarikan uang, transfer antar rekening, dan lain sebagainya.

Fasilitas *mobile banking* memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti : cek saldo, transfer antar rekening, dan lain sebagainya. Beberapa nasabah memilih untuk menggunakan *mobile banking* yang dikaitkan dengan hubungan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking*. Manfaat dan kemudahan penggunaan dipercaya akan mempengaruhi sikap yang pada akhirnya berdampak pada minat nasabah untuk menggunakan

fasilitas tersebut. Adanya indikator risiko dapat dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko dari penggunaan *mobile banking*. Apabila tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko sudah terlaksana, maka akan berdampak positif pada minat nasabah untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan. Kepercayaan nasabah pada fasilitas yang ditawarkan akan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk memanfaatkan fasilitas yang diberikan tersebut.

Persepsi kegunaan adalah hubungan determinan antara pengaruh sosial dan kualitas sistem. Pengaruh sosial didefinisikan sebagai “persepsi seseorang, bahwa kebanyakan orang berpikir apakah seseorang harus atau tidak melakukan sebuah perilaku terhadap sebuah pertanyaan” menurut David Kurniawan (2013). Banyak penelitian empiris yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki efek positif terhadap kegunaan yang dirasakan.

Persepsi kemudahan penggunaan menurut Radityo F.H. (2015) mendefinisikan faktor kemudahan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini, bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dari untuk dapat melakukannya. Berdasarkan definisinya dapat diketahui bahwa konstruk persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Hal ini berlaku untuk fasilitas pembayaran *mobile* yang bersaing dengan solusi pembayaran yang perlu untuk memberikan manfaat ketika menuju ke aspek kemudahan. Aspek penting terkait dengan fasilitas pembayaran *mobile*, yaitu kemudahan penggunaan misalnya, adanya simbol-simbol yang jelas dan tombol fungsi, langkah-langkah

proses pembayaran yang sederhana, tampilan grafis, dan membantu fungsinya menurut David Kurniawan (2013). Akibatnya peneliti memasukkan persepsi kemudahan penggunaan layanan pembayaran *mobile* ke dalam model penerimaan konsumen.

Persepsi risiko menurut Syamsul Hadi (2014) merupakan sesuatu ketidakpastian yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara *online*. Dapat dikatakan bahwa transaksi *online* memiliki risiko tinggi, karena nasabah tidak dapat melakukan transaksi secara tatap muka dan mereka juga tidak dapat memastikan apakah transaksi yang telah dilakukannya, telah diproses secara tepat waktu atau tidak. Risiko termasuk perkiraan subjektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil yang tidak diinginkan atau suatu persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dengan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan. Dalam penelitian ini indikator risiko dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko dari penggunaan *mobile banking*, jika tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko sudah terlaksana, maka akan berdampak positif pada minat nasabah untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan dan akan berpengaruh terhadap sikap nasabah untuk memanfaatkan fasilitas tersebut.

Mobile Banking dari Bank Rakyat Indonesia (BRI) memang sudah cukup banyak mengalami peningkatan fitur salah satunya adalah aplikasi BRI *Mobile Banking*. Dengan menggunakan aplikasi BRI *Mobile Banking* kita bisa menggunakan berbagai layanan dari Bank BRI yaitu Internet *Banking* BRI dan SMS *Banking* BRI. Aplikasi *mobile banking* BRI sendiri bisa di instal beberapa

jenis smartphone ; seperti smartphone dengan sistem operasi Android, sistem operasi iOS dari *Apple*, termasuk BlackBerry dan *Windows Phone*. Aplikasi BRI *mobile banking* bisa di download secara gratis di masing-masing aplikasi *market* pada smartphone yang digunakan. Namun masih ada beberapa nasabah yang memiliki pertanyaan bahwa aplikasi bisa di install, tetapi ketika digunakan untuk mengakses internet *banking* BRI tidak bisa *login*. Sebenarnya meskipun bukan sebagai nasabah Bank BRI yang telah melakukan aktivasi layanan internet *banking* BRI / *SMS Banking* BRI tetap bisa melakukan instalasi aplikasi BRI *Mobile Banking*, namun tidak semua orang bisa menggunakannya dengan baik. Terkadang aplikasi BRI *mobile banking* mengalami berbagai masalah ; seperti jaringan BRI sering *offline*, transaksi *sms banking* BRI sering gagal, dan secara tiba-tiba aplikasi *mobile banking* BRI tidak bisa digunakan.

Top brand adalah penghargaan yang paling banyak terekspos saat ini, oleh karena itu top brand sudah banyak dipercaya oleh berbagai perusahaan. Selain itu konsumen lebih mudah mengingat dan dapat menerima bahasa top brand dengan lebih mudah. Berikut data perbandingan pengguna *mobile banking* BRI menurut data Top Brand Indonesia pada tahun 2016 – 2017.

Tabel 1.1
Peraih Top Brand *mobile banking* BRI 2016
Periode : 2016

| NO. | MEREK | TBI % | TOP |
|-----|-------------------|--------|-----|
| 1. | M-BCA | 48.4 % | TOP |
| 2. | M-Banking Mandiri | 22.7 % | TOP |
| 3. | BRI Mobile | 10.2 % | TOP |
| 4. | BNI Mobile | 10.1 % | TOP |
| 5. | Lain-lain | 8.6 % | TOP |

Sumber: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016

Tabel 1.2
Peraih Top Brand *mobile banking* BRI 2017
Periode : 2017 fase 1 (Januari – Juni)

| NO. | MERЕК | TBI % | TOP |
|-----|-------------------|--------|-----|
| 1. | M-BCA | 48.1 % | TOP |
| 2. | M-Banking Mandiri | 21.1 % | TOP |
| 3. | BRI Mobile | 12.2 % | TOP |
| 4. | BNI Mobile | 10.1 % | TOP |
| 5. | Lain-lain | 8.5 % | TOP |

Sumber: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1

Dari tabel 1.1 dan 1.2 diatas menunjukkan bahwa *mobile banking* BRI secara bertahap dari tahun-ketahun selalu berada pada peringkat ketiga. Dan dilihat dari presentase pada tahun 2016 sebesar 10.2%, sedangkan presentase pada tahun 2017 sebesar 12.2%. Dari tabel diatas juga menunjukkan adanya peningkatan sebesar 2% dari tahun 2016 ke tahun 2017. Dilihat dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa pengguna *mobile banking* BRI masih minim dibandingkan dengan pengguna *mobile banking* BCA dan *mobile banking* Mandiri. Terlebih lagi dengan adanya fenomena yang terjadi pada aplikasi *mobile banking* BRI, dan salah satu contoh fenomena yang dikutip oleh peneliti dari sumber : <http://www.emingko.com/penyebab-aplikasi-bri-mobile-banking-bri-tidak-bisa-digunakan.html> (yang diakses pada tanggal 14 maret 2017, pukul 12:46 WIB). Sehubungan mengenai penyebab aplikasi *mobile banking* BRI tidak bisa digunakan seperti ; aplikasi BRI *mobile banking* mengalami masalah, jaringan BRI sering *offline*, transaksi sms *banking* BRI sering gagal, dan secara tiba-tiba aplikasi *mobile banking* BRI tidak bisa digunakan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti akan mengangkat topik yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Di Bank BRI Sidoarjo.”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang menjelaskan tentang masalah-masalah dapat dirumuskan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo ?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo ?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh signifikan positif terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo ?
4. Apakah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menguji signifikansi pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo.

2. Menguji signifikansi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo.
3. Menguji signifikansi pengaruh persepsi risiko terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo.
4. Menguji secara simultan signifikansi pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap sikap nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian terdapat manfaat penelitian yang menjelaskan hal-hal yang berguna dengan dilakukannya penelitian. Manfaat penelitian bisa ditujukan bagi peneliti, lembaga yang dituju atau masyarakat.

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

a. Bagi Penulis dan Pembaca

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca dalam bidang perbankan yang berkaitan dengan penggunaan *mobile banking* dan bisa menjadi sarana bagi para peneliti selanjutnya untuk mengembangkannya.

b. Bagi Peneliti / Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan untuk bahan informasi bagi penelitian selanjutnya yang akan mengambil judul yang sama sebagai bahan penelitian.

c. Bagi STIE Perbanas

Penelitian ini akan bermanfaat dan menambah koleksi baru untuk bacaan di perpustakaan STIE Perbanas Surabaya, serta sebagai alat pembanding atau bahkan acuan bagi semua mahasiswa yang ke depannya akan mengambil judul yang sama untuk bahan penelitian di waktu yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

Berdasarkan penjelasan dari isi masing-masing bab dan sub bab dapat dituliskan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai pendahuluan yang dimulai dengan menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan pustaka yang menguraikan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan mengenai metode penelitian di dalamnya yang terdapat sub-sub bab diantaranya rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrument penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan metode

pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian, serta teknik analisis data.

BAB 4 : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini dibahas mengenai hasil pengujian spss dari data yang diperoleh dari lapangan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data, dan pembahasan.

BAB 5 : PENUTUP

Pada bab ini menguraikan kalimat penutup atau implikasi hasil dari penelitian yang berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

