

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Meningkatnya persaingan global di sektor perbankan telah memacu perbankan untuk mencari cara inovatif untuk bisa memenangkan persaingan. Dengan demikian, bank telah menggunakan teknologi baru untuk mendefinisikan kembali pandangan tentang perbankan, salah satunya adalah penggunaan internet. Internet berevolusi dari batasan *fixed-line* menjadi ponsel, perangkat komunikasi seluler seperti telepon seluler, yang dulunya digunakan untuk membuat panggilan, sekarang digunakan untuk melakukan transaksi perbankan yang kemudian dikenal sebagai *mobile banking* atau m-banking yang telah mengantarkan era baru di sektor perbankan di seluruh dunia. Dengan demikian bank di seluruh dunia telah menggunakan *mobile banking* sebagai strategi bertahan hidup dalam beberapa dekade terakhir.

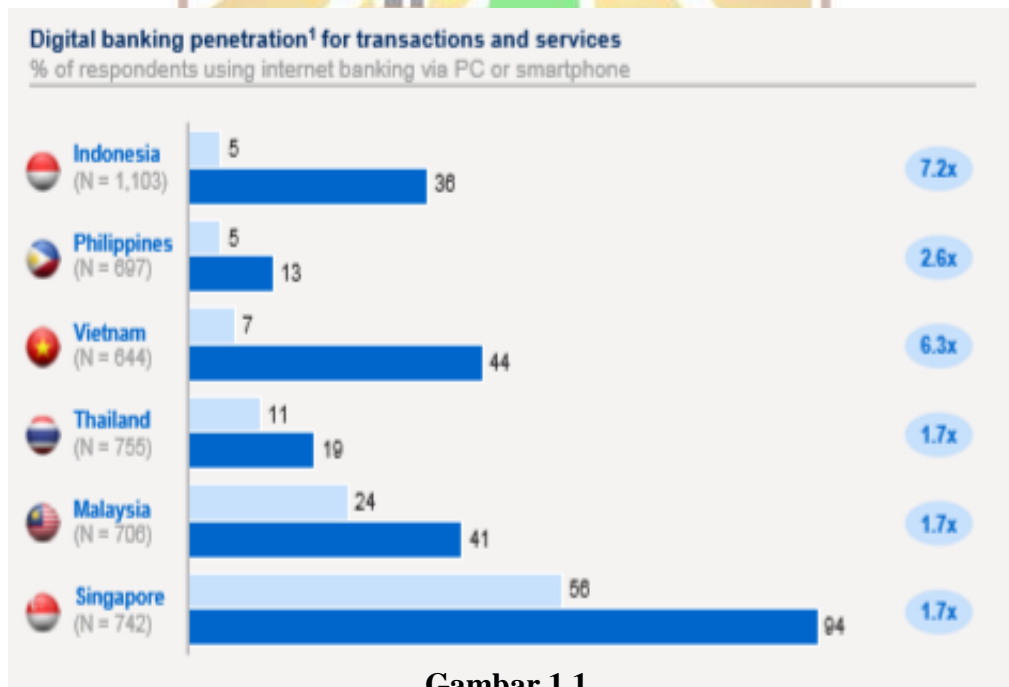
Mobile banking (m-banking) berarti pengguna mengadopsi terminal bergerak seperti telepon seluler untuk mengakses layanan pembayaran termasuk penyelidikan akun, transferensi dan pembayaran tagihan yang lebih maju jika dibandingkan dengan perbankan tradisional (Makanyeza, 2017). Keuntungan utama dari m-banking adalah kesia-siaan dan kesegeraan yang artinya, m-banking dapat membebaskan pengguna dari keterbatasan waktu dan ruang, dan memungkinkan mereka untuk melakukan pembayaran kapan saja dan dimana saja.

Berkat semakin meluasnya teknologi komunikasi yang diwakili oleh jaringan 3G, M-banking telah mendapatkan pertumbuhan yang cepat di seluruh dunia. Menurut laporan dari *Juniper Research*, jumlah pengguna m-banking akan melebihi 590 juta pada tahun 2013 dan lebih dari 1 miliar pengguna ponsel akan menggunakan ponsel mereka untuk m-banking pada akhir 2017 (Morris, 2013). Di Tiongkok, empat bank milik negara, termasuk Bank of China (BOC): Bank Industri dan Komersial China (ICBC): Bank Pertanian China (ABC): dan China Construction Bank (CCB); bersama dengan sejumlah bank swasta seperti seperti China Merchant Bank (CMB): China Minsheng Banking Corp, Ltd., dan Industrial Bank Co., Ltd., telah merilis layanan m-banking mereka sendiri. Jumlah pengguna m-banking dari tiga bank (ABC, BOC, dan CCB) telah mencapai 180 juta pada akhir tahun 2012 (CEBNET, 2013).

Berkembangnya jaringan internet dan telepon pintar membuka jalan bagi bank untuk memikirkan saluran penawaran tambahan. Menurut Al- Jabri (2015) *Saudi Arabian Monetary Agency* (SAMA) bertindak sebagai bank sentral, mengatur, mendorong, dan terkadang memaksa bank Saudi untuk mengadopsi teknologi informasi dalam operasi bisnis mereka, terutama pembayaran dan transfer dana. Pada bulan Oktober 2004, SAMA meluncurkan sistem pembayaran yang dikenal sebagai Sadad. Mandat inti Sadad adalah memfasilitasi dan merampingkan transaksi pembayaran tagihan konsumen akhir melalui semua saluran Bank di Saudi Arabia. Saat ini, individu dan pelanggan bisnis bank membayar tagihan melalui Sadad menggunakan semua saluran perbankan yang tersedia. Saluran-saluran ini adalah kantor cabang bank, ATM, internet banking, phone banking, dan mobile banking. Berdasarkan saluran-saluran ini jelaslah

bahwa transaksi melalui e-saluran sedang meningkat dan saluran konvensional menurun. Volume tagihan yang dibayar melalui e-channel telah meningkat dari 43% menjadi 90% dari 2007 hingga 2011, sementara tagihan yang dibayarkan melalui saluran tradisional telah menurun dari 57% menjadi 10%.

Sementara itu, diseluruh ASEAN penggunaan komputer, tablet, dan ponsel cerdas untuk mengakses layanan bank meningkat secara dramatis antara 2011 dan 2014 yang dapat dilihat pada gambar 1.1 Singapura berada di barisan depan, dengan 94 persen dari jumlah responden. Penetrasi di Indonesia, Malaysia, dan Vietnam mencapai sekitar 40 persen. Di Filipina dan Thailand, penetrasi di bawah 20 persen, meskipun jauh di atas level 2011. Rata-rata ditemukan bahwa proporsi nasabah yang menggunakan perbankan digital melalui komputer pribadi atau ponsel pintar berlipat ganda dari 2011 hingga 2014, dengan Indonesia dan Vietnam menunjukkan pertumbuhan sekitar tujuh kali lipat.



Gambar 1.1
Pertumbuhan Penetrasi Digital-Banking Di
Asia Tenggara Dari Tahun 2011-2014

Tidak seperti di sebagian besar negara maju di Asia, konsumen di negara-negara ASEAN menggunakan *mobile banking* sebagai cara utama untuk mengakses layanan digital. Di negara berkembang konsumen cenderung mulai menggunakan komputer dan kemudian bermigrasi ke perangkat seluler. Di Indonesia, misalnya 33 persen dari jumlah responden pada tahun 2014 menggunakan perangkat seluler untuk perbankan naik sebesar 4 persen dari tahun 2011. Penambahan penetrasi ponsel cerdas di wilayah harus mendukung pengembangan lebih lanjut dari *mobile banking*.

Mobile banking melibatkan laporan mini dan pengecekan riwayat akun, peringatan tentang aktivitas akun atau melewati ambang batas yang ditetapkan, pemantauan deposito berjangka, akses ke laporan kartu, laporan reksa dana / ekuitas, manajemen kebijakan asuransi, manajemen rencana pension, akses ke laporan pinjaman, status pada cek, menghentikan pembayaran pada cek, memesan buku cek, memeriksa saldo di akun, Ketentuan PIN, perubahan PIN dan pengingat melalui internet, transfer dana domestik dan internasional, transaksi terkini, tanggal jatuh tempo pembayaran, penanganan pembayaran mikro, pengisian ponsel, pemrosesan pembayaran komersial proses pembayaran tagihan, pembayaran *peer to peer* dan deposit di agen perbankan. *Mobile banking* memungkinkan nasabah untuk menerima pesan teks yang menunjukkan saldo akun mereka. Telah diklaim bahwa *mobile banking* telah menyebar ke seluruh dunia dan telah membawa perubahan positif dari persepsi nasabah (Cudjoe et al, 2015). Dengan begitu, penggunaan *mobile banking* mengalami peningkatan dan salah satu bank terkena dampaknya adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI).

Menurut Liputan 6.com Direktur PT BRI, Randi Anto menyatakan nasabah yang menggunakan layanan e-banking terus meningkat. Hal tersebut terlihat dari jumlah pengguna, transaksi, volume pada ATM, mobile banking, dan internet banking. Dari sisi pengguna, pengguna kartu ATM BRI mengalami kenaikan sebesar 59,8 persen dari 18,5 juta menjadi 29,6 juta di kuartal III 2017. Sementara itu jumlah pengguna mobile banking BRI meningkat sebesar 58,7 persen dari 5,1 juta menjadi 8,1 juta pada kuartal III 2017. Selanjutnya Pengguna *internet banking* BRI naik sebesar 128,8% dari 820 ribu menjadi 1,9 juta. Sementara itu jumlah transaksi ATM BRI mengalami kenaikan 30,5% dari 823,2 juta menjadi 1,074 miliar. Selanjutnya pada *mobile banking* BRI jumlah transaksi naik sebanyak 67% dari 57,7 juta menjadi 96,4 juta. Lalu jumlah transaksi internet banking naik sebesar 143% dari 16,1 juta menjadi 39,2 juta. Sedangkan dari volume transaksi ATM BRI naik sebesar 55,3 % dari Rp 446,2 triliun menjadi Rp 693 triliun di triwulan III 2014. Sedangkan volume transaksi mobile banking BRI meningkat sebesar 195,1 % dari Rp 14,5 triliun menjadi Rp 42,8 triliun pada kuartal III 2017. Volume transaksi internet banking BRI naik 219,8 % yakni dari Rp 16,8 triliun menjadi Rp 53,7 triliun.

Namun hal itu tidak terjadi pada BRI Cabang Dharmasraya, dimana menurut laporan bagian Funding untuk target sampai bulan Desember baru tercapai 85 persen dalam melakukan layanan *mobile banking* untuk posisi jumat tanggal 9 November 2018, dapat dikatakan hal tersebut menjadi salah satu masalah oleh perusahaan dan perusahaan harus mencari tahu hal apa yang mempengaruhi minat nasabah mereka dalam menggunakan *mobile banking*. Hal serupa juga terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh Herlambang dan

Dewayanti (2018) yang menganalisis minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* pada nasabah Bank BRI di Kota Malang yang menyebutkan bahwa jumlah pengguna *mobile banking* mengalami peningkatan dari bulan Januari – September akan tetapi terjadi inkonsistensi jumlah kenaikan pengguna, selain itu juga terjadi inkonsistensi jumlah transaksi pengguna pada bulan Agustus-September. Menurut pimpinan BRI Cabang Dharmasraya, Yefrianto menjelaskan bahwa alasan tidak tercapainya target dalam melakukan layanan *mobile banking* adalah transaksi *m-banking* yang dilakukan secara maya tanpa tatap muka dengan *teller* atau *customer service* dan ketergantungan terhadap ketersediaan jaringan seluler operator yang bersangkutan, jika terjadi blankspot atau ketidakterediaan jaringan maka layanan *mobile banking* tidak bisa dilakukan. Hal tersebut menjadi salah satu pertimbangan dalam menggunakan layanan *m-banking*. Beberapa nasabah merasa lebih aman jika melakukan transaksi secara langsung dengan tatap muka sehingga mereka mengurungkan minatnya dalam menggunakan layanan *m-banking* yang berbasis virtual.

Nasabah yang mengetahui dan sudah merasakan manfaat dari *m-banking* dalam menunjang kelancaran aktivitas tentu akan berminat menggunakan layanan tersebut. Namun pada kenyataannya layanan ini sangat jarang digunakan oleh beberapa nasabah BRI Dharmasraya dan cenderung tidak diminati. Padahal fasilitas penunjang yang disediakan di BRI Dharmasraya sudah memadai untuk mengakses layanan *m-banking*, seperti layanan internet untuk tiap transaksi. Para nasabah beranggapan bahwa belum ada manfaat yang pasti mereka dapatkan dengan menggunakan layanan *m-banking*, karena sistemnya terlalu rumit dan manfaatnya tidak terlihat secara fisik. Oleh sebab itu muncul pertanyaan

tentang bagaimana manfaat penggunaan *m-banking* bagi para nasabah. Nasabah yang tidak merasakan manfaat dari *m-banking* tidak memiliki minat untuk menggunakan layanan *m-banking* tersebut.

Selanjutnya nasabah yang tidak paham dengan tampilan *m-banking* tentu akan kesulitan dalam mengoperasikannya, belum lagi untuk menyelesaikan sebuah transaksi seseorang diharuskan untuk memasukkan pin atau token yang berbeda-beda pada tiap transaksi yang dilakukan. Oleh karena itu, banyak nasabah yang memilih metode lain yang lebih mudah untuk menyelesaikan transaksinya. Suatu sistem akan terus digunakan apabila penggunanya merasa mudah dalam mengoperasikannya. Dalam beberapa literatur terkait dengan penerapan *m-banking*, kemudahan Penggunaan terbukti sebagai variabel yang berpengaruh. *M-Banking* diciptakan untuk mempermudah transaksi, jika para nasabah sering melakukan transaksi melalui *m-banking* maka akan paham cara penggunaannya dan menganggap layanan tersebut dapat mempermudah suatu transaksi sehingga layanan *M-Banking* tersebut akan diminati.

Berbagai kemudahan ditawarkan dalam melakukan transaksi online, namun dibalik itu terdapat risiko yang juga dapat terjadi dalam bertransaksi secara online. Semakin canggih teknologi informasi semakin tinggi pula tingkat kejahatan melalui dunia maya (*cyber crime*) yang dilakukan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Hal tersebut menunjukkan bahwa transaksi menggunakan *m-banking* memiliki Risiko. Hal ini terjadi karena dalam proses transaksinya dilakukan melalui jaringan internet, sehingga menimbulkan konsekuensi dalam bertransaksi yaitu transaksi berisiko tinggi. Selain itu juga terdapat beberapa pengguna yang mengeluhkan atau kurang nyaman pada saat

menggunakan layanan tersebut. Keluhan yang disampaikan oleh pengguna yaitu mengenai notifikasi transaksi yang tidak terkirim atau terlambat. Meski notifikasi tidak terkirim atau terlambat hal tersebut tetap mengurangi biaya pulsa pengguna. Notifikasi transaksi merupakan suatu bentuk konfirmasi untuk melanjutkan transaksi dan berupa sms yang masuk ke HP pengguna. Ketika pengguna melakukan transaksi dengan layanan *mobile banking* BRI, maka pengguna akan mendapatkan notifikasi transaksi berupa sms dan notifikasi transaksi secara otomatis akan mengurangi biaya pulsa yang jumlahnya sesuai dengan operator yang dipergunakan oleh pengguna. Keluhan yang disampaikan oleh penggunanya merupakan suatu bentuk ketidaknyamanan dari sisi pengguna dan hal tersebut dapat mengurangi kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut (Herlambang & Dewayanti, 2018) Maka dari itu nasabah yang sadar akan risiko yang didapat saat menggunakan layanan *M-Banking* akan mengurangi minatnya untuk bertransaksi menggunakan *m-banking*.

Pria dan wanita memiliki perilaku yang berbeda dalam mengambil keputusan untuk menggunakan teknologi. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Liu (2014) yang menyatakan bahwa Nasabah yang sadar akan Risiko adalah nasabah dengan jenis kelamin pria, alasannya adalah pria lebih rasional dari pada wanita untuk melakukan transaksi dalam *mobile banking*. Untuk melihat perbedaan perilaku antara pria dan wanita dalam menggunakan *mobile banking* maka gender dijadikan sebagai variabel moderasi.

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diketahui bahwa minat nasabah BRI Dharmasraya untuk menggunakan *M-banking* masih rendah dan belum mencapai target yang seharusnya. Sebuah sistem diciptakan untuk memberikan

manfaat dan kemudahan kepada penggunanya, apabila sebuah sistem tidak diminati maka dapat dikatakan bahwa sistem tersebut mengalami kegagalan. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Risk* terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Nasabah BRI Cabang Dharmasraya)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diidentifikasi masalah-masalah yang terjadi dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat penggunaan *mobile-banking* Bank BRI?
2. Bagaimanakah pengaruh *perceived usefulness* terhadap minat penggunaan *mobile-banking* Bank BRI?
3. Bagaimanakah pengaruh *perceived risk* terhadap minat penggunaan *mobile-banking* Bank BRI?
4. Bagaimanakah pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat penggunaan *mobile-banking* Bank BRI dengan gender sebagai variabel moderasi ?
5. Bagaimanakah pengaruh *perceived usefulness* terhadap minat penggunaan *mobile-banking* Bank BRI dengan gender sebagai variabel moderasi?
6. Bagaimanakah pengaruh *perceived risk* terhadap minat penggunaan *mobile-banking* Bank BRI dengan gender sebagai variabel moderasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat penggunaan *mobile-banking* Bank BRI
2. Pengaruh *perceived usefulness* terhadap minat penggunaan *mobile-banking* Bank BRI
3. Pengaruh *perceived risk* terhadap minat penggunaan *mobile-banking* Bank BRI
4. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat penggunaan *mobile-banking* Bank BRI dengan gender sebagai variabel moderasi
5. Pengaruh *perceived usefulness* terhadap minat penggunaan *mobile-banking* Bank BRI dengan gender sebagai variabel moderasi
6. Pengaruh *perceived risk* terhadap minat penggunaan *mobile-banking* Bank BRI dengan gender sebagai variabel moderasi

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh pada penelitian ini terbagi menjadi dua bagian yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mempertajam konsep perilaku konsumen khususnya pada minat penggunaan *mobile banking* serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* dalam pembelajaran manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini memberikan pengetahuan yang lebih mengenai ruang lingkup perilaku konsumen secara nyata khususnya mengenai minat penggunaan *mobile banking* dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

b. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan kajian bagi peneliti selanjutnya.

c. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau masukan tambahan bagi Bank Rakyat Indonesia (BRI) dalam menyikapi masalah minat penggunaan *mobile banking*.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian ini akan dilakukan dengan objek penelitian pada nasabah yang akan menggunakan layanan *mobile banking* BRI khususnya pada Bank BRI Cabang Dharmasraya. Pada penelitian ini akan meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* yakni *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived risk* sebagai variabel bebas yang menjadi sebab terjadinya perubahan pada minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* sebagai variabel terikat. Selanjutnya penelitian ini juga akan meneliti *gender* sebagai variabel moderasi. *Gender* dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara *perceived ease of use*, *perceived*

usefulness, dan *perceived risk* terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematikan penulisan pada penelitian ini terdiri dari lima bab dengan kerangka sebagai berikut:

- BAB I : **PENDAHULUAN.** Terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan pada penelitian ini.
- BAB II : **TINJAUAN LITERATUR.** Terdiri dari pembahasan teori dalam penelitian. Selanjutnya menjelaskan penelitian terdahulu serta kerangka konseptual.
- BAB III : **METODE PENELITIAN.** Terdiri dari tata cara penelitian secara teknis, seperti jenis penelitian, model yang digunakan, pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, metode analisis, dan teknik analisis data.
- BAB IV : **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.** Terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan yang secara komprehensif menjabarkan deskripsi variabel, membahas pengujian data, hasil pengujian hipotesis yang dilengkapi analisis ilmiah terhadap output penelitian berdasarkan hasil pengolahan data.
- BAB V : **PENUTUP.** Terdiri dari kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran penelitian yang direkomendasikan untuk berbagai pengambil kebijakan, serta peneliti berikutnya terkait topik ini.

