

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada saat ini menunjukkan hasil yang cukup signifikan. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia Kuartal II-2021 sebesar 7,07% secara tahunan (*year on year*). Peningkatan ekonomi ini menandakan adanya pertumbuhan positif pasca Indonesia mengalami tekanan akibat virus *Covid-19* dimana pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal I-2021 hanya sebesar 0,74%, Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) yang dirilis oleh (IDX Channel Ekonomi, 2021). Pertumbuhan ekonomi ini membuat kegiatan bisnis semakin meningkat, salah satunya ialah industri perbankan.

Industri perbankan berperan sebagai lembaga perantara keuangan yang berfungsi menghubungkan antara pemilik dana berlebih atau disebut *surplus* dengan pihak membutuhkan dana atau *defisit* dimana aktivitasnya menghimpun dana dari unit *surplus* dalam bentuk simpanan kemudian disalurkan kembali kepada unit *defisit* berupa pemberian kredit dan jasa lainnya (Brahmana, 2021).

Industri Perbankan di Indonesia dibedakan menjadi dua jenis, yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah, dimana keduanya memiliki kegiatan utama yaitu menghimpun dana dalam bentuk simpanan seperti giro, tabungan dan deposit, kemudian menyalurkan dana dalam bentuk pinjaman (kredit) kepada masyarakat yang membutuhkan dana serta memberikan jasa-jasa bank lainnya yang mendukung kegiatan pokok bank (Kasmir, 2014).

Industri perbankan pastinya harus selalu menunjukkan kinerja dan pelayanan yang semakin baik agar kegiatan perbankan tetap berjalan lancar. Upaya yang dapat dilakukan pihak bank ialah dengan mengembangkan jasa-jasa perbankan. Beberapa jasa-jasa perbankan yang ada saat ini ialah *safe deposit box*, layanan transaksi *multi payment* dan layanan berbasis teknologi informasi (TI) yang sedang banyak digunakan pada era ini.

Perkembangan ekonomi digital pada saat ini ditambah adanya pandemi *Covid-19* membuat pelayanan berbasis teknologi informasi (TI) sudah menjadi kebutuhan yang paling efektif dibandingkan pelayanan bisnis secara langsung, hal ini dibuktikan dengan banyaknya kegiatan bisnis yang memanfaatkan internet. Adanya peluang tersebut, maka industri perbankan turut mengembangkan pelayanannya berupa teknologi informasi (TI) agar pihak bank dapat terus maju dan berkembang untuk tetap mempertahankan bisnisnya (Ledesman, 2018).

Pelayanan perbankan berbasis teknologi informasi (TI) yang menjadi penunjang maju dan berkembangnya layanan jasa perbankan yaitu *Electronic banking (E-banking)*. *E-banking* memiliki berbagai jenis layanan antara lain *Automatic Teller Machine (ATM)*, mesin *Electronic Data Capture (EDC)*, *Short Message Service (SMS)*, dan *Mobile Banking (M-banking)*. Berdasarkan berbagai jenis layanan yang tersedia, *mobile banking* menjadi pilihan terbanyak dibandingkan dengan layanan *E-banking* lainnya. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pengguna *mobile banking* melonjak hingga 300% tahun ini dikarenakan efek pandemi *Covid-19* dan kuatnya pengembangan layanan produk digital perbankan (Ariesta, 2021).

Bank Mandiri adalah salah satu lembaga keuangan di bidang jasa yang menyediakan fasilitas layanan *Mobile banking* bagi nasabahnya. Bank Mandiri merupakan bank milik pemerintah Indonesia yang tergabung dalam Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Bank Mandiri tentunya sudah banyak memiliki kantor cabang terutama di Palembang, Sumatera Selatan yaitu salah satunya ialah Bank Mandiri Kantor Cabang Palembang Arief yang dimana menjadi objek pada penelitian ini. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Bank Mandiri, karena dipandang sebagai bank yang memiliki kinerja yang baik dalam memberikan pelayanan produk dan jasanya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya prestasi-prestasi yang diperoleh, beberapa prestasi tersebut diantaranya pada tahun 2021 Bank Mandiri mendapat *The Best Digital Bank*, kemudian pada tahun 2022 mendapat penghargaan *The Best Digital Transformation*, dan *The Best CEO For Corporate Digital Transformation*.

Berdasarkan banyaknya prestasi yang telah dicapai, membuat Bank ini tetap berdiri dengan baik sampai sekarang, tentunya tidak terlepas dari banyaknya masyarakat yang turut menggunakan layanan jasa Bank Mandiri, dibuktikan dengan *survey* awal yang telah dilakukan penulis, maka ditemukan informasi terkait jumlah nasabah pengguna layanan *Mobile Banking*. Berikut adalah jumlah nasabah aktif 5 tahun belakang pada Bank Mandiri Cabang Palembang Arief.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Pengguna *Mobile Banking* pada Bank Mandiri
Kantor Cabang Palembang Arief Periode 2017-2021

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2017	51.623 Nasabah
2	2018	53.083 Nasabah
3	2019	54.054 Nasabah
4	2020	55.001 Nasabah
5	2021	54.923 Nasabah

Sumber: Bank Mandiri KC Palembang Arief (2022)

Berdasarkan data pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa pengguna *Mobile banking* ini mengalami fluktuasi atau naik turun. Dapat dilihat pada tahun 2017-2020 pengguna *Mobile banking* pada bank mandiri mengalami peningkatan, terbukti pada tahun 2017 pengguna layanan *Mobile banking* berjumlah 51.623 nasabah kemudian terus meningkat hingga tahun 2020 dengan total pengguna layanan sebesar 55.001 nasabah, sedangkan pada tahun berikutnya yaitu tahun 2021 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya dimana pengguna *Mobile Banking* hanya berjumlah 54.923 nasabah. Berdasarkan ulasan yang penulis dapatkan dari *google playstore*, banyak nasabah yang memberikan keluhan tentang sistem operasi layanan *Mobile Banking* yang tidak berfungsi dengan baik.

Banyaknya manfaat dan kemudahan yang diberikan dalam menggunakan layanan *mobile banking* ini pada kenyataannya tidak selalu berjalan lurus dengan minat nasabah untuk menggunakan teknologi baru dimana dalam hal ini adalah layanan *Mobile Banking*. Faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan *Mobile banking* ini, salah satunya ialah faktor psikologis yaitu motivasi, keyakinan, sikap, pembelajaran serta persepsi (Renaldi, 2021). Berdasarkan faktor-faktor psikologis tersebut maka penulis menganalisis salah satu dari faktor tersebut yaitu faktor persepsi (*perceived*).

Menurut (Giga, Endang, *et al.*, 2015) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kehadiran persepsi dalam penerimaan suatu teknologi baru memiliki pengaruh besar terhadap minat seseorang terkait menggunakan atau tidak menggunakan teknologi baru tersebut. Penelitian ini memasukkan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko yang dianggap mampu mewakili alasan mengapa nasabah memiliki minat atau kurang memiliki minat terhadap penerimaan suatu teknologi baru.

Beberapa penelitian menunjukkan bahawa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking* menemukan hasil dimana faktor persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan menunjukkan hasil yang positif berarti keduanya berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking* (Priambodo dan Prabawani, 2016. Maulidiyah, 2017. Febrima dan Zulkarnain, 2019. Ninggar, 2016. Rozi dan Ziyad, 2019).

Sebaliknya, penelitian lainnya tentang pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *mobile banking* menjelaskan bahwa persepsi kemudahan negatif berarti tidak berpengaruh pada minat penggunaan *mobile banking*, sedangkan faktor persepsi kegunaan menghasilkan hasil yang positif yang berarti berpengaruh pada minat penggunaan *mobile banking* (Pranoto dan Setianegara, 2020. Dewi dkk, 2021). Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa faktor persepsi kemudahan berpengaruh pada minat penggunaan *mobile banking* dan faktor persepsi kegunaan menghasilkan hasil negatif yang berarti tidak berpengaruh pada minat penggunaan *mobile banking* (Mukhtisar dkk, 2021. Muhammad Muhsin, 2020). Terdapat pula penelitian tentang persepsi

kegunaan dan persepsi kemudahan secara parsial tidak satupun mempengaruhi mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking* (Nurdin dkk, 2021).

Penelitian tentang persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* mengemukakan hasil bahwa variabel risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking* (More dan Suprpti, 2022. Wibidila 2016). Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hadi, 2015. Yoganda dan Dirgantara, 2017) yang membahas bahwa persepsi risiko negatif yang berarti tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Perbedaan pendapat dari hasil penelitian-penelitian terdahulu dan terjadinya fenomena penurunan minat pengguna *Mobile banking* inilah yang mendasari perlunya dilakukan penelitian. Dalam penelitian ini penulis mengambil objek penelitian pada Bank Mandiri Kantor Cabang Palembang Arief, Sumatera Selatan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Pada PT Bank Mandiri, Tbk Kantor Cabang Palembang Arief".

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dapat ditarik rumusan masalah yaitu:

1. Apakah variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT Bank Mandiri, Tbk Kantor Cabang Palembang Arief?

2. Apakah variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT Bank Mandiri, Tbk Kantor Cabang Palembang Arief?
3. Manakah variabel yang lebih dominan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT Bank Mandiri, Tbk Kantor Cabang Palembang Arief?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Mengingat luasnya masalah yang akan diteliti dan supaya penulisan skripsi ini tidak menyimpang dari tujuan yang direncanakan, maka penulis membatasi ruang lingkup dari penelitian yang akan diteliti pada skripsi ini yaitu meliputi:

1. Ruang lingkup penelitian ini hanya terbatas pada variabel Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.
2. Objek dalam penelitian ini hanya terbatas pada *Mobile Banking*, tidak mencakup keseluruhan produk dan layanan di PT Bank Mandiri, Tbk Kantor Cabang Palembang Arief.
3. Jumlah responden terbatas hanya 100 orang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT Bank Mandiri, Tbk Cabang Palembang Arief?

2. Untuk mengetahui apakah variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT Bank Mandiri, Tbk Kantor Cabang Palembang Arief?
3. Untuk mengetahui variabel mana yang lebih dominan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT Bank Mandiri, Tbk Kantor Cabang Palembang Arief?

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis (Keilmuan)

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk memberi tambahan bukti empiris tentang pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* yang dapat diimplementasikan di dalam industri perbankan dan diharapkan penelitian ini dapat menjadi dasar penelitian lebih lanjut bagi seluruh mahasiswa dan kalangan akademisi dalam penelitian di bidang yang sama.

2. Aspek Praktis (Kegunaan)

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah dan meningkatkan wawasan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang pastinya berguna di waktu yang akan datang.

b. Bagi Pihak Bank

Penelitian ini memberikan masukan yang akan digunakan pihak bank dalam mengevaluasi dan melakukan pendekatan kepada nasabah terkait minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* yang didasari oleh persepsi.

c. Bagi Lembaga Akademisi

Penelitian mengenai analisis persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan dapat menjadi sumber referensi dan informasi kepada pihak akademisi.