

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi di zaman sekarang sangat berperan penting didunia bisnis karena kecanggihannya. Teknologi menjadi kunci utama dalam suatu bisnis untuk tetap menjaga eksistensinya. Pentingnya teknologi informasi dalam dunia bisnis tidak diragukan lagi, banyak perusahaan di dunia berkeinginan untuk mengubah dirinya menjadi pembangkit daya (*power house*) bisnis global melalui berbagai investasi besar dalam *e-business*, *e-commerce*, dan teknologi informasi lainnya yang global. Jadi terdapat kebutuhan yang nyata bagi para manajer bisnis dan praktisi bisnis untuk memahami bagaimana mengelola fungsi organisasi yang penting dan berkualitas untuk tetap menjadi yang terdepan serta tidak ketinggalan mengenai teknologi informasi yang sangat cepat berkembang dan maju.

Layanan perbankan memberikan produk dan jasa kepada konsumen, hal ini mengingat kebutuhan manusia terhadap teknologi informasi yang semakin kompleks, sehingga perusahaan harus memperhatikan kemajuan teknologi informasi dan lebih fokus untuk mengoptimalkan fasilitas teknologi informasi untuk dapat memberikan manfaat bagi konsumennya. Selain itu semakin meningkatnya mobilitas masyarakat di saat ini menjadikan penyedia layanan seperti perbankan, harus memutar otak untuk melakukan inovasi dalam melayani semua nasabahnya.

Salah satu produk yang dikembangkan oleh perbankan yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan wujud dari kemajuan perkembangan teknologi. *Mobile banking* bertujuan untuk meningkatkan pelayanan yang memuaskan terhadap nasabah dan memberikan manfaat terhadap pengguna *mobile banking*. *Mobile banking* ialah suatu aplikasi penerapan *mobile commerce* yang berfokus terhadap masalah finansial perbankan, sehingga memungkinkan dilakukannya kegiatan-kegiatan seperti kegiatan yang dapat dilakuan melalui ATM (*Automated Teller Machine*) dengan memanfaatkan perangkat mobile. (Turban, 2010).

Terdapat manfaat yang menguntungkan bagi pengguna layanan *mobile banking*, diantaranya *mobile banking* dapat di akses dimana saja dan kapan saja, serta *mobile banking* nasabah dapat melakukan jadwal transaksi dalam satu waktu sekaligus, jika ada keperluan yang mendesak, *mobile banking* sangatlah bermanfaat, misalnya saja ditengah malam token listrik dirumah tiba-tiba habis, pengguna *mobile banking* dapat langsung mengisi token listrik melalui *handphone*, tanpa perlu jalan ke minimarket untuk melakukan pengisian token listrik.

*Mobile banking* juga sudah dilengkapi dengan fitur yang sederhana sehingga mudah untuk dipahami oleh semua kalangan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan internet banking. Manfaat lain yang bisa didapatkan ketika menggunakan layanan *mobile banking* yaitu keamanan dan dapat meminimalisir risiko penipuan. Fasilitas layanan ini sangat membantu nasabah yang memiliki kesibukan yang cukup tinggi, disamping itu dengan disediakan layanan *mobile banking* maka nasabah akan merasa lebih efektif dan efisien dalam melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke gerai ATM (*Automated Teller Machine*) atau Bank.

Penggunaan *mobile banking* dapat melakukan berbagai transaksi. mulai dari transfer, isi pulsa token listrik, dan melakukan pembayaran tagihan, sehingga dapat memberikan kemudahan bagi nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking*. Semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan teknologi, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. (Amijaya, 2010). Dapat diketahui kemudahan penggunaan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan jika nasabah yakin dengan teknologi yang ada dan mudah untuk digunakan, maka nasabah akan menggunakannya. Sebaliknya jika dirasa sulit dipahami dan tidak percaya akan teknologi informasi yang ada, maka nasabah tidak akan menggunakannya.

**Table 1.1**  
**Persentase Pengguna *Mobile Banking* total nasabah 2015**

Nama Bank	Frekuensi	Persentase
Bank Mandiri	6,6 Juta	41,8 %
BCA	5,2 Juta	40 %
BNI	3,25 Juta	21,7 %
BRI	8,8 Juta	8,9 %

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel I.I dapat dijelaskan bahwa total pertumbuhan pengguna *SMS/Mobile Banking* dari 4 bank (Bank Mandiri, BCA, BNI, BRI) di Indonesia mencapai angka 23,65 juta pengguna ditahun 2015. Jumlah tersebut naik 25% dari jumlah pengguna *SMS/Mobile banking* pada 2014 yang mencapai 18,8 juta.

Bedarkan uraikan diatas maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Teknik Mesin Politeknik Negeri Sriwijaya Yang Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Mandiri KCP Palembang)”.

## 1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *mobile banking*?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *mobile banking*?
3. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*?

## 1.3 Batasan Masalah

Agar penulis laporan ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada. Penulis membatasi ruang lingkup yang akan dibahas, yaitu: Apakah persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dapat memberikan pengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *mobile banking*
3. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*?

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis
  1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
  2. Menjadi bahan referensi atau bacaan, khususnya bagi pihak yang mengadakan penelitian sejenis.
- b. Manfaat Praktis
  1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk perusahaan perbankan khususnya bank Mandiri untuk mengembangkan inovasi baru dari *mobile banking* dimasa yang akan datang, system *mobile* akan dan memiliki fitur yang menarik sehingga nasabah bank Mandiri dapat tetap menerima dan selalu menggunakan fasilitas layanan *elektronik mobile banking*.
  2. Membantu manajemen perusahaan perbankan mengembangkan strategi pemasaran berkaitan dengan peningkatan penggunaan fasilitas layanan *elektronik banking* yang khususnya *mobile banking*.