

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi perbankan saat ini adalah hal penting untuk diperhatikan, bahkan sebagai tuntutan yang mendesak bagi setiap orang untuk menyelesaikan semua permasalahan dengan cepat serta meringankan semua pekerjaan. Seiring dengan situasi seperti ini, perkembangan teknologi informasi terutama peran komputer menjadi perhatian serius. Teknologi informasi ini berdampak pada dunia perbankan saat ini. Pada saat ini perubahan teknologi informasi dan telekomunikasi banyak mengalami perubahan, hal ini disebabkan karena adanya desakan kompetisi di dalam dunia perbankan. Peningkatan pelayanan yang berbasis teknologi informasi pada perbankan antara lain sms banking, internet banking, *mobile banking* dan lainnya. *mobile banking* menawarkan kemudahan bagi konsumen dalam hal transaksi pembayaran maupun transfer uang.

Bank menyediakan layanan *mobile banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif untuk melakukan transaksi perbankan. Melalui *mobile banking*, nasabah dapat mengakses produk dan jasa perbankan dengan menggunakan *smartphone*. Transaksi *mobile banking* dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja selama 24 jam tanpa nasabah datang ke bank atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM). *Mobile Banking* mempunyai berbagai fitur menarik yang mampu memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Fitur yang dapat diakses seperti cek saldo, transfer, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan lainnya.

Mobile Banking merupakan suatu aplikasi yang mendukung nasabah dalam mewujudkan keinginannya untuk dapat melakukan kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. Masuknya *mobile banking* dalam dunia perbankan ini memberikan dampak positif bagi konsumen (nasabah) dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan. Konsumen (nasabah) tidak lagi harus melakukan transaksi perbankan dengan cara datang ke bank. Konsumen (nasabah) hanya

perlu menggunakan *smartphone* miliknya, baik *handphone* maupun TAB, dengan dihubungkan ke jaringan internet untuk dapat menjalankan aplikasi *mobile banking*, (Laksana, Astuti dan Dewantara, 2015).

Menurut Shaikh dan Karjaluoto dalam Charissa (2019), teknologi *mobile banking* merupakan salah satu fasilitas yang dilakukan secara *self service*. Perubahan teknologi ini memungkinkan bank untuk menyenangkan nasabah dengan solusi mudah untuk nasabah melalui fasilitas *mobile banking* ini. Dalam beberapa tahun terakhir *mobile banking* memang telah populer dikalangan public karena *mobile banking* memiliki layanan seperti pada ATM dan menawarkan sejumlah keuntungan bagi pelanggan yakni memudahkan, menghemat waktu, kenyamanan, dan mobilitas (Sahoo, dalam Charissa, 2019).

Kemp dalam Charissa (2019), memaparkan bahwa 61% penduduk Indonesia pada Januari 2019 menggunakan Aplikasi *Mobile Banking (M-Banking)*. Kualitas layanan *mobile banking* yang tinggi atau baik dapat meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, beberapa penelitian menunjukkan bahwa manfaat, kemudahan, resiko, kepercayaan, keamanan, efisiensi terhadap layanan *mobile banking* merupakan penentu minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Dalam masa pandemi Covid-19, layanan digital perbankan telah menjadi andalan nasabah untuk bertransaksi. Masyarakat tidak perlu keluar rumah karena sekarang pemerintah membuat kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Terkait dengan adanya kebijakan tersebut masyarakat jadi sangat di batasi untuk melakukan aktivitas seperti berbelanja, pembayaran listrik, pembayaran PDAM, Wifi dan lain-lain. Dengan adanya *Mobile Banking* ini juga masyarakat tidak perlu berpergian ke bank untuk mentransfer pembayaran, sangat berisiko juga jika melakukan pembayaran ke bank langsung karena harus menyentuh mesin atm dan bertemu dengan orang-orang.

Covid-19 telah mendorong pemanfaatan teknologi digital bagi masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan melalui bank. Terjadi lonjakan frekuensi bank melalui aplikasi *mobile banking* maupun *internet banking* sejak Covid-19 masuk ke Indonesia pada Maret tahun lalu.

Pada Maret 2020 terdapat peningkatan transaksi *mobile banking* 67,2 secara tahunan (yoy) atau 15% dari bulan sebelumnya (mom) menjadi 267 juta transaksi. Sedangkan transaksi *internet banking* juga mengalami peningkatan sebesar 48,4% (yoy) atau 11,9% (mom) menjadi 121 juta transaksi. Lima bulan setelahnya atau pada Agustus, transaksi *mobile banking* meningkat 54,3% (yoy) atau 5,7% (mom) menjadi 302,6 juta transaksi dan transaksi *internet banking* naik 49,3% (yoy) atau 4% (mom) menjadi 135 juta transaksi.

PT Bank Negara Indonesia 46 Tbk (BNI 46) misalnya, sejak status pandemi keluar di bulan Maret 2020 sampai dengan Oktober 2020 sudah meluncurkan beragam fitur baru yang mempermudah nasabah untuk mengakses dan bertransaksi melalui *mobile banking*. Tercatat per September 2020 total nasabah *mobile banking* BNI 46 sudah berjumlah 6,79 juta, naik 56,7% secara year on year (yoy). Dengan nilai transaksi yang mencapai Rp 335 triliun naik 80,4% yoy dan jumlah transaksi menembus 211 juta naik 48,1% secara tahunan.

Peningkatan ini tak lepas dari pergeseran perilaku konsumen/ nasabah yang beralih pada sistem digital selama pandemi berlangsung. Dimana masyarakat tidak memerlukan kontak fisik, sehingga dapat turut serta menekan penyebaran covid-19. Layanan *mobile banking* diharapkan mampu memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Berdasarkan hasil pra *survey* diketahui jumlah nasabah bank BNI 46 cabang Musi Palembang pada bulan Maret tahun 2021 yang menggunakan layanan *mobile banking* yaitu sebanyak adalah 62.605 nasabah. Sejak terjadinya pandemic Covid-19 ini setiap nasabah yang baru membuka rekening pada Bank BNI 46 cabang Musi Palembang langsung secara otomatis dibuatkan juga *mobile banking*.

Menurut penelitian Venkatesh dan Davis, dalam Annur (2019) teori TAM menunjukkan bahwa keinginan (minat) perilaku individual untuk menggunakan suatu sistem ditentukan oleh dua keyakinan, yaitu: (a) Manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*), yang didefinisi sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya dan (b) Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tidak diperlukan usaha

apapun (*free of effort*). Faktor lain yang dapat mempengaruhi dalam penggunaan teknologi baru adalah persepsi risiko privasi. Persepsi risiko privasi merupakan suatu keadaan ketidakpastian berkaitan dengan privasi yang dipertimbangkan konsumen (nasabah) untuk menggunakan atau tidak layanan *mobile banking*.

Menurut penelitian Wulandari (2018) bahwa Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking* adalah karena kemudahan dan manfaat yang diberikan oleh layanan *Mobile Banking*, karena kenyamanan dan keamanan yang diberikan sehingga nasabah tidak ragu untuk menggunakan *Mobile Banking*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* BNI 46 Cabang Musi Palembang” .

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh dari masing-masing variabel kemudahan, manfaat dan resiko secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap minat nasabah untuk menggunakan *Mobile banking*?
2. Bagaimana pengaruh dari variabel kemudahan, manfaat dan resiko secara simultan atau bersama-sama terhadap minat nasabah untuk menggunakan *Mobile banking*?

1.3. Ruang Lingkup Pembahasan

Agar penulisan skripsi tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulisa membatasi masalah yang ada pada :

1. Bagaimana pengaruh dari masing-masing variabel kemudahan, manfaat dan resiko secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap minat nasabah untuk menggunakan *Mobile banking*?

2. Bagaimana pengaruh dari variabel kemudahan, manfaat dan resiko secara simultan atau bersama-sama terhadap minat nasabah untuk menggunakan *Mobile banking*?

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari masing-masing variabel kemudahan, manfaat dan resiko secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap minat nasabah untuk menggunakan *Mobile banking*?
2. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh dari variabel kemudahan, manfaat dan resiko secara simultan atau bersama-sama terhadap minat nasabah untuk menggunakan *Mobile banking*?

1.4.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perbankan
Menjadi bahan untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan pengguna *mobile banking*.
2. Bagi Akademisi
Menambah literatur terkait penelitian tentang minat menggunakan *mobile banking* dan bahan referensi untuk keperluan studi dan penelitian selanjutnya.
3. Bagi Peneliti
Sebagai sumber informasi penelitian-penelitian yang akan datang, serta memberikan kontribusi keilmuan bagi semua aktivitas akademik dan sebagai sarana aktualisasi penerapan ilmu yang diperoleh penulis selama perkuliahan.