

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara teknis sistem teknologi informasi telah berkembang dengan pesat. Secara kualitas sistem teknologi informasi juga telah mengalami peningkatan secara drastis. Seiring dengan peningkatan tersebut kemajuan dan perkembangan teknologi juga mempengaruhi industri perbankan. Seperti halnya *mobile banking* yang merupakan salah satu contoh dari kemajuan dan perkembangan tersebut yang belakangan ini banyak digunakan oleh nasabah untuk mempermudah transaksi dalam dunia perbankan (Hartono, 2008).

Transaksi perbankan melalui internet (*internet banking*) telah ada di dunia sejak tahun 1994. *Federal Credit Union* merupakan lembaga keuangan pertama di dunia yang menggunakan *internet banking* melalui situsnya yang dirilis pada oktober 1994. *Mobile banking* diluncurkan pertama kali oleh *Excelcom* pada akhir tahun 1995 (Tecualu, 2011:199).

Kemunculan *mobile banking* dilatarbelakangi oleh keinginan bank untuk mendapatkan kepercayaan penuh dari nasabahnya dalam bertransaksi salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi. Sejarah penerapan *mobile banking* di Indonesia sendiri telah dimulai sejak tahun 1998. Bank *International Indonesia* (BII) merupakan bank pertama di Indonesia yang menerapkan sistem informasi *mobile banking*. Kemudian penerapan *mobile banking* tersebut juga dilakukan oleh Bank *Central Asia* dan Bank Niaga pada tahun 2000, Bank

Bukopin pada tahun 2001, Bank Mandiri pada tahun 2003, Bank permata pada tahun 2005, Bank Negara Indonesia pada tahun 2007, Bank Danamon pada tahun 2008, Bank Rakyat Indonesia pada tahun 2009 dan yang terakhir Bank Mega pada tahun 2010 (Gunawan, 2014).

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* atau “Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto”, suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga keuangan tersebut berdiri tanggal 16 desember 1895 yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI. Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Sejak 1 agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK., yang masih digunakan sampai dengan saat ini (Bri.co.id).

Mobile banking merupakan sebuah layanan yang disediakan oleh bank untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui berbagai fitur pada ponsel

pintar (*smartphone*). *Mobile banking* tidaklah sama dengan *sms banking*, layanan *sms banking* hanya dapat dilakukan melalui pesan singkat (SMS), sedangkan layanan *mobile banking* dapat menggunakan fitur yang lebih canggih. Layanan *mobile banking* dapat menjadi solusi untuk nasabah yang menginginkan layanan cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat serta dapat diakses dari mana saja hanya dengan menggunakan telepon seluler saja. Hal ini dapat meminimalisir waktu yang digunakan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan yang biasanya membutuhkan waktu kurang lebih 10 menit berada dalam antrian yang akan berdampak merugikan nasabah jika waktu mereka tersita hanya untuk bertransaksi di bank (Wibiadila, 2016).

Pratiwi (2012), mendefinisikan *mobile banking* sebagai sebuah terminal yang digunakan sebagai *performing balance checks*, transaksi keuangan, pembayaran dan sebagainya. *Mobile banking* memberikan kemudahan kepada setiap orang untuk sekedar mengecek saldo tabungan, membayar tagihan, mentransfer dana ke rekening lain ataupun kegiatan lainnya. Artinya, kegiatan yang dulunya harus dilakukan di depan *teller*, saat ini dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun tanpa harus datang ke bank ataupun ATM (Anjungan Tunai Mandiri). Setiap produk dari bank tentunya memiliki keunggulan masing-masing, *mobile banking* dan *internet banking* BRI dapat diakses melalui jaringan internet maupun melalui SMS. *BRI mobile* juga cukup mudah dalam melakukan registrasi. Dengan desain yang mudah dimengerti dan mudah digunakan, sehingga pemakainya tidak perlu membaca buku manual untuk menggunakan menu dasar

yang ada. Pengguna BRI *Mobile* juga dapat dilakukan setiap saat pada berbagai situasi dan keadaan (Bri.co.id).

Dengan adanya berbagai manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh *mobile banking*, pengguna *mobile banking* juga semakin meningkat dari tahun ke tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah sangat mendukung kemunculan *mobile banking* yang dapat membantu transaksi perbankan secara mudah dan tidak membutuhkan banyak waktu. Total pertumbuhan pengguna SMS/*mobile banking* di Indonesia mencapai angka 23,65 juta pengguna di awal tahun 2015. Jumlah tersebut naik 25% dari tahun 2014 yang hanya mencapai 18,8 juta pengguna. Meskipun terdapat kenaikan jumlah pengguna *mobile banking*, survei menyatakan sekitar 32% responden mengaku kurang yakin dengan layanan perbankan *mobile* (Aieni, 2017).

Menurut data yang di sampaikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah nasabah pengguna *mobile banking* meningkat 270% dari 13,6 juta nasabah pada tahun 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada tahun 2016. Di samping itu, frekuensi transaksi penggunaan *mobile banking* pun meningkat 169% dari 150,8 juta transaksi pada tahun 2012 menjadi 405,4 juta transaksi pada tahun 2016 (Setiawan, kompas.com 2017).

Permasalahan tentang bagaimana nasabah dapat menerima dan memanfaatkan layanan *mobile banking* dengan maksimal dapat dijelaskan dengan menggunakan kerangka TAM (*technology acceptance model*). Model penerimaan teknologi ini dikembangkan oleh Davis *et. al.*, (1989) berdasarkan model TRA (*theory of reasoned action*) (Hartono, 2008).

Faktor persepsi pengguna terhadap manfaat yang di peroleh (*perceived usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) diyakini menjadi dasar dalam menentukan penerimaan dan penggunaan bermacam-macam teknologi informasi. Sejak dikenalkannya TAM pada tahun 1986 oleh Davis, banyak sekali yang mencoba menerapkan TAM ke berbagai penelitian empiris baik untuk menguji teorinya ataupun untuk menjelaskan fenomena yang akan diteliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Szajna menemukan bahwa konstruk kegunaan persepsian dan konstruk kemudahan penggunaan persepsian signifikan untuk menjelaskan sikap terhadap penggunaan sistem, minat menggunakan sistem, pemakaian sistem dilaporkan dan pemakaian sistem diprediksi. Chin dan Todd menerapkan *Structural Equation Modeling (SEM)* untuk meneliti menggunakan TAM. Penelitian tersebut menemukan bahwa konstruk kegunaan persepsian merupakan konstruk yang valid. Chau memodifikasi TAM untuk membedakan antara kegunaan persepsian jangka pendek dan kegunaan persepsian jangka panjang, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konstruk kemudahan penggunaan persepsian tidak signifikan mempengaruhi minat untuk menggunakan sistem, tetapi signifikan untuk mempengaruhi kegunaan persepsian jangka pendek. Gefen dan Straub menyelidiki pengaruh perbedaan gender di model TAM. Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa wanita akan cenderung lebih dapat bekerja sama dan laki-laki cenderung untuk lebih berkompetisi. Agarwal dan Prasad mengembangkan TAM dengan menghubungkan konstruk persepsi keuntungan relatif, kemudahan penggunaan, dan kompatibilitas dengan

keputusan untuk mengadopsi suatu inovasi. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel keinovasian personal secara positif memoderasi hubungan ketiga konstruk tersebut terhadap keputusan mengadopsi suatu inovasi. Venkatesh dan Davis mengembangkan TAM dengan memasukkan dua konstruk baru yaitu pengaruh sosial dan proses-proses instrumental kognitif untuk menentukan keputusan seseorang menerima atau menolak suatu sistem teknologi informasi. Kedua dimensi dari konstruk pengaruh sosial adalah norma subjektif, kesukarelaan, dan *image*. Hasilnya adalah kedua konstruk signifikan (Hartono, 2008).

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) cabang Kota Pangkalpinang. Objek dari penelitian ini adalah nasabah BRI cabang Kota Pangkalpinang. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada objek penelitian, kerangka TAM yang digunakan oleh peneliti serta alat analisis yang digunakan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kerangka TAM yang dikemukakan oleh Davis et. al., dan menggunakan alat analisis *software* SPSS 24 *for windows*. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk mengambil judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah BRI dalam Menggunakan *Mobile banking* dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah sikap (*attitude*) berpengaruh positif secara langsung terhadap minat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan *mobile banking*?
2. Apakah kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) berpengaruh positif secara langsung terhadap minat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan *mobile banking*?
3. Apakah kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) berpengaruh positif secara langsung terhadap sikap (*attitude*) untuk menggunakan *mobile banking*?
4. Apakah kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) berpengaruh positif secara langsung terhadap sikap (*attitude*) untuk menggunakan *mobile banking*?
5. Apakah kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap minat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan *mobile banking* melalui kegunaan persepsian (*perceived usefulness*)?
6. Apakah kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap sikap (*attitude*) untuk menggunakan *mobile banking* melalui kegunaan persepsian (*perceived usefulness*)?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan analisis mengenai faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dengan menggunakan kerangka TAM, maka dalam penelitian ini peneliti membatasi masalah yang akan dibahas yaitu:

1. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah PT. BRI cabang Kota Pangkalpinang yang menggunakan *mobile banking* dan yang berminat menggunakan *mobile banking*.
2. Variabel bebas (*independen*) dalam penelitian ini ada 3 yaitu kegunaan persepsian (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) serta sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*), sedangkan variabel terikat (*dependen*) dalam penelitian ini yaitu sikap dan minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Dalam penelitian ini terdapat variabel *intervening* yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) dan kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) yang mempengaruhi hubungan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen* menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu:

1. Untuk menguji dan mengidentifikasi apakah sikap (*attitude*) berpengaruh positif secara langsung terhadap minat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan *mobile banking*.
2. Untuk menguji dan mengidentifikasi apakah kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) berpengaruh positif secara langsung terhadap minat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan *mobile banking*.
3. Untuk menguji dan mengidentifikasi apakah kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) berpengaruh positif secara langsung terhadap sikap (*attitude*) untuk menggunakan *mobile banking*.
4. Untuk menguji dan mengidentifikasi apakah kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) berpengaruh positif secara langsung terhadap sikap (*attitude*) untuk menggunakan *mobile banking*.
5. Untuk menguji dan mengidentifikasi apakah kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap minat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan *mobile banking* melalui kegunaan persepsian (*perceived usefulness*).
6. Untuk menguji dan mengidentifikasi apakah kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap sikap (*attitude*) untuk menggunakan *mobile banking* melalui kegunaan persepsian (*perceived usefulness*).

1.5 Kontribusi Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang terdapat di rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Kontribusi Teoritis

Sebagai bahan kajian ilmiah khususnya *mobile banking* dan bahan pertimbangan yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian berikutnya penelitian yang tertarik dengan teori penerimaan teknologi dan perilaku konsumen serta menambah wawasan dan kepustakaan bagi pihak yang berkepentingan.

2. Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh langsung maupun tidak langsung antara kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) cabang Kota Pangkalpinang sehingga dapat dijadikan bekal bagi peneliti dalam menerapkan ilmu kependidikan yang diperoleh dikemudian hari.

3. Kontribusi Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dengan menggunakan kerangka TAM. Sementara untuk nasabah sendiri, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dalam memanfaatkan layanan *mobile banking*.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun penelitian ini dibagi menjadi 5 bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan informasi umum yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang konsep-konsep dari masing-masing variabel yaitu kegunaan persepsian (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*), sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) cabang Kota Pangkalpinang yang mendukung penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variable penelitian, definisi operasional, dan skala pengukuran, uji kualitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian berupa analisis data dan interpretasi data serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan kesimpulan yang diambil dari seluruh pembahasan sebelumnya, keterbatasan, saran, dan implikasi penelitian yang dapat diajukan.

