

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi semakin pesat. Hal ini ditandai dengan munculnya berbagai macam aktivitas manusia yang melibatkan teknologi didalamnya. Perkembangan teknologi informasi yang cepat memiliki dampak yakni merubah kebiasaan atau perilaku masyarakat (Maharani, 2020). Perkembangan teknologi yang semakin cepat mendorong masyarakat untuk beradaptasi sehingga memunculkan istilah masyarakat *digital (digital society)*. Penggunaan perangkat seperti *gadget, smartphone, browser* dan istilah-istilah sejenis sekarang ini menjadi kosakata umum di masyarakat. Dampaknya hal ini mendorong aspek lainnya untuk tumbuh dan berkembang seperti dalam kegiatan transaksi maupun bisnis yang dilakukan secara *digital* (Ismail & Purwani, 2021).

Perkembangan teknologi internet ini diikuti pula oleh industri perbankan di Indonesia, peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di Indonesia baik bank pemerintah maupun swasta. Saat ini, pelayanan perbankan dituntut lebih cepat, mudah dan fleksibel. Nasabah yang memiliki rekening dapat menggunakan *handphone* dan internet untuk melakukan transaksi yang berkaitan dengan operasional perbankan berbasis *Online*. Teknologi telah membuka pasar baru, produk baru, layanan baru dan saluran pengiriman yang efisiensi bagi industri perbankan. Bank telah berubah dari penyedia solusi perbankan berbasis kertas ke teknologi terbaru salah satunya yaitu *mobile banking*. Perkembangan perbankan semakin mempermudah nasabah dalam menggunakan berbagai produknya kapan saja dan dimana saja (Maharani, 2020).

Mobile banking secara umum adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi penyampaian data melalui ponsel atau *General package radio service (GPRS)* dengan sarana telepon seluler (ponsel). *Mobile banking* juga merupakan fasilitas layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet yang dapat diakses 24 jam, *mobile banking* akan dapat

memberikan nasabah kemudahan, kepraktisan, keamanan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi secara *online*, dimanapun nasabah berada. Layanan ini memungkinkan nasabah sebuah bank dapat melakukan hampir semua jenis transaksi perbankan melalui sarana internet (Ramayani et al., 2020). *Smartphone* adalah salah satu media yang memungkinkan untuk menjalankan aktivitas *mobile banking* ini.

Berdasarkan (Wise, 2023), angka terbaru menunjukkan peningkatan jumlah pengguna *smartphone* dari tahun ke tahun. Pada tahun 2023, jumlah pengguna *smartphone* global mencapai 6,925 miliar. Berdasarkan data *Newzoo*, Indonesia masuk dalam daftar 8 negara dengan pengguna *smartphone* terbanyak di dunia. China menjadi negara dengan pengguna ponsel pintar (*smartphone*) terbanyak di dunia pada 2022. Ini terlihat dari jumlah pengguna *smartphone* di China yang mencapai 910,14 juta orang. Indonesia berada di urutan keempat dalam daftar ini. Tercatat ada 192,15 juta pengguna *smartphone* di dalam negeri pada tahun 2022 (Sadya, 2023). Namun, pada kenyataannya sebagian besar masyarakat di Indonesia saat ini belum menggunakan internet *banking* ataupun *mobile banking*.

Berdasarkan hasil survei Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dengan Katadata *Insight Center* (KIC) yang bertajuk “Status Literasi Digital di Indonesia 2021”, sebanyak 62,9% responden mengaku tidak pernah mengakses transaksi internet *banking* atau *mobile banking*. Berdasarkan survei, responden yang mengaku jarang menggunakan transaksi internet atau *mobile-banking* juga tinggi mencapai 15,8%. Kemudian, responden yang mengatakan sangat jarang menggunakan internet atau *mobile-banking* sebesar 8,20%. Sementara itu, responden yang mengatakan sering mencapai 11,4% dan yang sangat sering menggunakan internet atau *mobile banking* hanya 1,70% (Mutia, 2022).

Hal ini dikarenakan karakter masyarakat Indonesia yang masih kurang percaya akan transaksi menggunakan *mobile banking*. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh persepsi masyarakat mengenai kemudahan yang diberikan oleh *mobile banking* itu sendiri. Selain itu persepsi masyarakat tentang keamanan dalam menggunakan *mobile banking* masih kurang sehingga menimbulkan kekhawatiran.

Ketiga hal diatas merupakan penyebab pertumbuhan *mobile banking* menjadi cukup lambat.

Variabel pertama yang perlu diamati adalah kepercayaan. Menurut (Das & Teng, 1998) menyebutkan bahwa kepercayaan sebagai derajat dimana seseorang yang percaya menaruh sikap positif terhadap keinginan baik dan mengandalkan orang lain yang dipercayanya di dalam situasi yang berubah ubah dan beresiko. Kepercayaan dalam bisnis perbankan merupakan salah satu prinsip utama. Bank harus terus menjaga kepercayaan yang telah nasabah berikan karena berlandaskan kepercayaanlah nasabah menyimpan uangnya di bank dan menggunakan segala produk serta jasa yang disediakan oleh bank tersebut seperti *mobile banking* (Ningrum, 2020).

Variable kedua adalah kemudahan. Kemudahan penggunaan dideskripsikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan membebaskannya dari usaha yang berarti (Jogiyanto, 2007). Hal ini menjadi pemicu niat nasabah terhadap penggunaan *mobile banking*. Jika seseorang memiliki persepsi bahwa menggunakan *mobile banking* dapat memudahkannya dalam melakukan transaksi tanpa harus mengeluarkan usaha, maka penggunaan mobile banking akan meningkat. Persepsi kemudahan akan memberikan keyakinan jika sistem dalam *mobile banking* mudah digunakan, maka pengguna pasti akan menggunakan sistem tersebut (Lieny et al., 2021).

Variabel ketiga adalah keamanan. Menurut (Flavia'n & M., 2006), persepsi keamanan merupakan kepercayaan subjektif yang dimiliki pengguna bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dilihat, disimpan, dan dimanipulasi oleh pihak lain, sehingga secara konsisten menimbulkan harapan kepercayaan diri mereka. Persepsi keamanan ini perlu untuk diperhatikan sebab maraknya kejahatan yang mungkin dihadapi oleh pengguna internet sehingga persepsi keamanan dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *mobile banking* atau tidak.

Penelitian ini didasari oleh penelitian-penelitian terdahulu, karena terdapat persamaan variabel yang digunakan. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Lieny et al., 2021) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kenyamanan dan Kepercayaan Terhadap Niat dalam Menggunakan *Mobile*

Banking di BCA Pangkalpinang” menyatakan hasil bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mahmudah & Rahmatika, 2021) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Word of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah BRI KC Semarang)” menyatakan hasil bahwa Kepercayaan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Rozi & Ziyad, 2019) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN” menyatakan bahwa Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* Bank BTN KC Banjarmasin. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pranoto & Setianegara, 2020) dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran)” menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Semarang Pandanaran.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Kamarudin et al., 2022) dengan judul “Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kabupaten Mamuju)” menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* di Kabupaten Mamuju. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mukhtisar, 2020) dengan judul “Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* (Studi pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)” menyatakan bahwa keamanan

tidak berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

Objek pada penelitian ini yaitu mahasiswa STIE Malangkecewara. STIE Malangkecewara merupakan perguruan tinggi bidang ekonomi terkemuka di Indonesia, saat ini menduduki peringkat satu STIE terbaik di Indonesia menurut kementerian Pendidikan. STIE Malangkecewara memiliki jumlah mahasiswa yang tergolong cukup banyak di Malang. Mahasiswa STIE Malangkecewara datang dari berbagai kota lain di Indonesia, bahkan terdapat mahasiswa asing dari negara lain yang menempuh pendidikan di STIE Malangkecewara. Banyaknya mahasiswa dari luar Malang yang menempuh pendidikan di STIE Malangkecewara membuat mereka harus bisa menyesuaikan dengan teknologi perbankan yang ada seperti *mobile banking* untuk memudahkan mereka melakukan transaksi perbankan jarak jauh.

Selain itu, terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian-penelitian sebelumnya sehingga penulis merasa tertarik melakukan kajian lebih lanjut dengan obyek yang berbeda. Penelitian ini mencoba untuk mengetahui dan memahami tentang penerimaan para mahasiswa di STIE Malangkecewara terhadap layanan *mobile banking* dalam rangka mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi sikap mahasiswa STIE Malangkecewara untuk menggunakan *mobile banking*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan oleh peneliti dalam latar belakang, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*?
3. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking*.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan *mobile banking*.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap penggunaan *mobile banking*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi maupun tambahan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pihak Bank, untuk mengetahui penerapan *mobile banking* apakah sudah efektif aplikasi *mobile banking* yang dikeluarkan oleh bank.
- b. Bagi masyarakat, untuk menambah wawasan tentang kepercayaan, kemudahan dan keamanan menggunakan *mobile banking*.