

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi ini mendorong Indonesia untuk ikut serta dalam kemajuan ekonomi dan teknologi yang cukup pesat. Tak sedikit dari mereka yang memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut untuk menyelesaikan permasalahan dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai industri pun kini mulai memberikan inovasi-inovasi terhadap layanan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menunjang kepuasan konsumennya. Perbankan merupakan salah satu industri yang memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut. Dengan memadukan antara teknologi telepon seluler dengan teknologi internet, pihak bank menciptakan inovasi layanan jasa perbankan berbasis teknologi.

Produk yang memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi itu disebut *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank memperoleh informasi serta melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone* (ojk.co.id, 2015). Layanan *mobile banking* itu sendiri berisikan informasi yang dapat diperoleh nasabah berupa saldo rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga serta informasi mengenai lokasi kantor cabang bank yang bersangkutan, sedangkan transaksi perbankan yang dapat nasabah akses berupa transfer dana, pembayaran tagihan, dan pembelian pulsa. Fitur yang sederhana namun tetap memaksimalkan fungsi dari sebuah layanan mendorong nasabah bank untuk terus melakukan transaksi perbankan melalui aplikasi *mobile banking* (Ekonomi.kompas, 2015).

Table 1.1

Perkembangan Frekuensi Transaksi Mobile Banking di Indonesia 2012-2014

Tahun	Frekuensi
2012	224,876,666
2013	325,550,038
2014	473,196,941

Sumber : ojk.go.id (2015)

Berdasarkan Tabel diatas, pada tahun 2012 jumlah frekuensi *mbanking* yaitu 224,876,666 transaksi *mbanking*, pada tahun 2013 jumlah frekuensi yakni 325,550,038 transaksi dan pada tahun 2014 peningkatan jumlah frekuensi konsisten bertambah yakni menjadi 473,196,941 transaksi *mbanking*. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan *mbanking* di Indonesia dari tahun 2012 s/d 2014 secara umum mengalami peningkatan. Menurut laporan MEF (*Minimum Essential Forces*), pada tahun 2018 terdapat 80% responden di Indonesia mengungkapkan bahwa telah menggunakan sarana *mobile banking* jelas ini telah terjadi peningkatan bila dibandingkan pada tahun 2013, angkanya hanya mencapai 58% (www.dailysocial, 2015). Peningkat penggunaan ini jelas didukung oleh perkembangan layanan *mobile banking* yang diberikan setiap bank kepada nasabahnya namun seiring dengan meningkatnya jumlah transaksi perbankan serta jumlah pengguna *mobile banking* menyebabkan menurunnya jumlah kantor cabang bank umum yang berada di Indonesia. Perkembangan jumlah kantor cabang bank umum di Indonesia disajikan dalam Tabel 1.2 dibawah ini.

Table 1.2

Perkembangan Jumlah Kantor Cabang Bank Umum di Indonesia 2014-2017

Tahun	Jumlah Kantor Cabang
2014	32.739
2015	32.949
2016	32.730
2017	32.242

Sumber : tirto.id (2018).

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa adanya peningkatan jumlah kantor cabang bank umum pada tahun 2014 sebanyak 32.739 kantor menjadi 32.949 kantor pada tahun 2015 namun peningkatan itu hanya terjadi sekali jumlah kantor bank umum pada 2016 sebanyak 32.730 kantor, dan pada tahun 2017 menjadi 32.242 kantor dimana jumlah ini mengalami penurunan. Dapat dilihat bahwa masyarakat mulai meninggalkan kebiasaan antri di kantor cabang dan mulai beralih menggunakan aplikasi *mobile banking*.

Secara umum, adopsi mengacu pada proses dimana individu memutuskan untuk menerima atau menolak ide baru (Goswami & Raghavendran, 2014). Adopsi *mobile banking* di Indonesia adalah salah satu adopsi teknologi yang ada pada tahap permulaan dengan potensi pengembangan yang sangat menjanjikan. Keputusan masyarakat untuk mengadopsi aplikasi *mobile banking* tentu didorong oleh beberapa faktor yang dianggap memberi pengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi *mobile banking*. Para peneliti terdahulu menemukan bahwa variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *perceived risk* memiliki hubungan

signifikan terhadap variabel *adopsi of mobile banking*. *Perceived usefulness* mengacu pada sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja kerjanya. Ditemukan bahwa semakin tinggi *perceived usefulness* yang dirasakan oleh individu maka akan semakin tinggi pula keputusan nasabah dalam mengadopsi aplikasi *mobile banking*. Lalu adanya *perceived ease of use* diartikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu tidak akan membutuhkan banyak usaha. Dalam penelitian ini, *perceived ease of use* mengacu pada mudah dipelajari, mudah digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha semakin tinggi *perceived ease of use* yang dirasakan individu akan menyebabkan semakin tinggi pula tingkat penggunaan *mobile banking*. Adapun *perceived risk* yang didefinisikan sebagai ketidakpastian tentang hasil penggunaan teknologi. Dalam penelitian ini, *perceived risk* mengacu pada empat aspek risiko termasuk risiko kinerja, risiko keuangan, risiko keamanan atau risiko privasi, dan risiko waktu. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa adanya hubungan signifikan negatif antara *perceived risk* terhadap *adoption of mobile banking* yang artinya semakin tinggi *perceived risk* yang dirasakan individu maka akan menurunnya tingkat pengguna *mobile banking* (Toroitich & Jelaga, 2016).

Berlandaskan dari latar belakang yang telah dipaparkan, penulis ingin memahami lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan *mobile-banking* khususnya di kota Batam, sehingga penulis mengusung judul penelitian yaitu “ **Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam penggunaan Aplikasi *Mobile-Banking* di kota Batam**”

1.2 Permasalahan Penelitian

Berlandaskan pada paparan latar belakang penelitian di atas, dapat disimpulkan dalam penelitian ini permasalahan yang akan di bahas yakni :

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile-banking* ?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile-banking* ?
3. Apakah *perceived risk* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile-banking* ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile-banking*;
2. Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile-banking*;
3. Untuk mengetahui apakah *perceived risk* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile-banking*;

1.3.2 Manfaat Penelitian

Studi ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Secara terurai manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Akademisi

Penelitian yang dilakukan ini hendaknya dapat dijadikan sebagai acuan maupun referensi tambahan sehingga dapat mempermudah dan membantu para akademisi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

2. Bank yang ada dikota Batam

Penelitian yang dilakukan ini hendaknya dapat dijadikan sebagai masukan oleh pihak bank untuk terus mengembangkan inovasi yang telah diberikan kepada nasabah agar dapat meningkatkan kepercayaan nasabah akan aplikasi *mobile banking* dan mencapai tujuan bank.

1.4 Sistematika Pembahasan

Sistematika ini dirumuskan dengan tujuan untuk memberikan deskripsi mengenai keseluruhan studi ini. Sistematika pembahasan dalam penelitian ini telah dirancang sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri atas latar belakang penelitian, rumusan permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan atas penyusunan metodologi penelitian ini.

BAB II : KERANGKA TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pada bab ini penulis menguraikan penelitian terdahulu yang sudah dilakukan konsep-konsep dari teori, hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan masalah pemikiran, model penelitian serta perumusan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis menguraikan rancangan penelitian, objek penelitian, definisi operasional variabel, serta teknik pengumpulan data dan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menguraikan penjelasan tentang analisa data yang telah diuji dan menjelaskan hipotesis yang telah diuji.

BAB V : KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

Pada bab ini merupakan bagian akhir dari metodologi penelitian ini yang memuat kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan yang ditemukan pada penelitian, serta rekomendasi yang diberikan untuk penelitian berikutnya di masa akan datang.