

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jumlah penggunaan internet di dunia selalu meningkat terutama di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Perkembangan teknologi juga membantu penggunaan untuk mengakses internet dari mana saja dan kapan saja. Data membuktikan bahwa perkembangan internet di dunia menunjukkan angka pertumbuhan yang signifikan. Data yang dikumpulkan dari agensi marketing daring yang melakukan survei bahwa tahun 2019 total populasi sebanyak 7,6 milyar dan penggunaan internet di dunia berjumlah lebih dari 4.3 milyar orang di dunia menggunakan internet dan di Indonesia total populasi sebanyak 268 juta dengan jumlah penggunaan internet sebanyak 150 juta, jumlah ini mengalami peningkatan sebesar 15% dari tahun 2018.

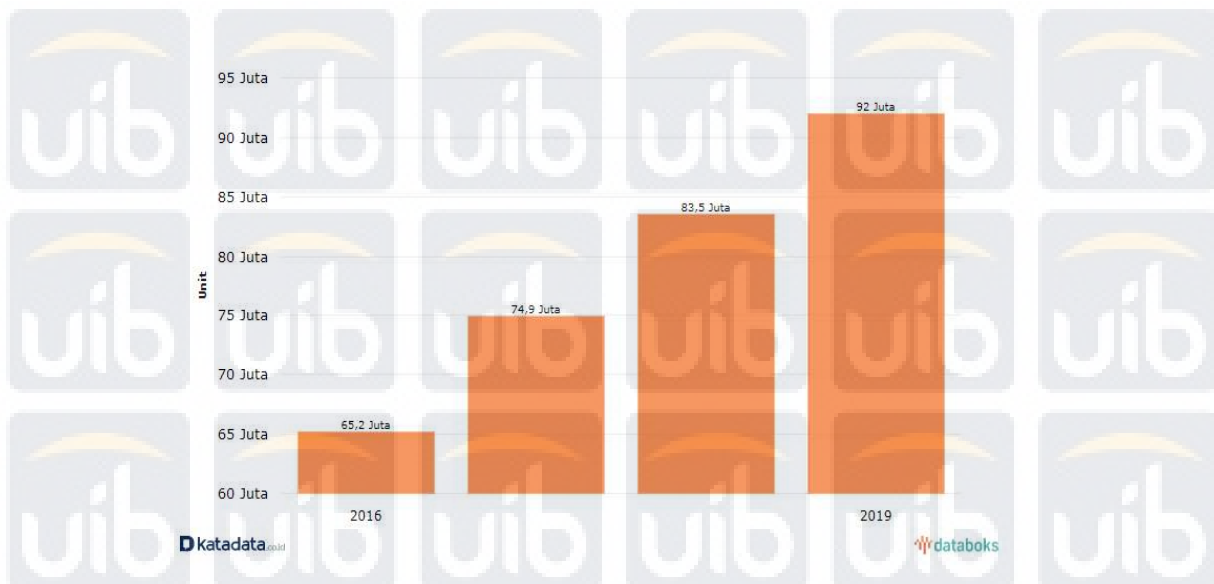


Gambar 1.1 Gambar Digital Around The World In 2019



Gambar 1.2 Gambar Jumlah Pengguna Internet di Indonesia, Sumber : Wearesocial.com (2016).

Smartphone adalah suatu kebutuhan masyarakat saat ini dalam melengkapi aktifitas sehari-hari. Perusahaan elektronik saat ini sudah melihat kebutuhan masyarakat saat ini sehingga menciptakan berbagai macam merek *smartphone*. Banyaknya tuntutan masyarakat terhadap kualitas pelayanan mengakibatkan teknologi informasi dan gaya hidup masyarakat semakin maju. Dapat dilihat dari Databoks.co.id (2016) yang membuktikan bahwa adanya peningkatan penggunaan *smartphone* dari gambar dibawah, Ini membuktikan bahwa masyarakat mulai menyukai *smartphone* dari tahun ke tahun karena perkembangan teknologi yang semakin canggih.



Gambar 1.3 Pengguna *Smartphone* meningkat dari tahun ke tahun, Sumber :
Databoks.co.id (2016).

Seiring perkembangannya zaman, masyarakat melakukan pembayaran tidak hanya menggunakan uang tunai tetapi juga menggunakan layanan *mobile banking*.

Perbankan di Indonesia sudah mulai peduli dengan kebutuhan masyarakat di Indonesia dalam penggunaan *mobile banking* dengan memberikan pelayanan berupa *mobile banking*. *Mobile banking* berguna untuk memudahkan nasabah dalam melakukan pembayaran secara *non-cash*. *Mobile banking* telah menyediakan berbagai fasilitas yang mempermudah konsumen melakukan transaksi seperti pembayaran tagihan, transfer dana, memeriksa saldo, dan lainnya. Layanan *mobile banking* juga memiliki keuntungan bagi pihak bank dari sisi keamanan dapat mengurangi resiko penipuan karena nasabah akan mendapatkan SMS ketika terdapat aktivitas pada rekening nasabah baik setoran, penarikan uang atau transfer antar rekening. Bank juga dapat mengurangi biaya operasional dan lebih ekonomis, menghemat biaya sewa gedung dan gaji karyawan serta dapat menjangkau nasabah mereka dengan *mobile banking*.

Setiap perbankan memiliki *mobile banking* tersendiri, mereka selalu berlomba-lomba untuk meningkatkan layanan fasilitas yang sudah tersedia.

Tabel 1.2 Pertumbuhan Persentase *Mobile banking* Perbankan tahun 2019

Jenis Bank	BNI	BCA	MANDIRI	BNI
Transaksi <i>M-Banking</i>	154,90%	31,85%	140,60%	78%
Nominal Transaksi	102,50%	51,50%	165,30%	61%
Jumlah Pengguna	2,02 Juta	9 Juta	2,51 Juta	7,5 Juta

Sumber : Republika.co.id (2020)

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa setiap perbankan selalu berusaha untuk meningkatkan persentase pengguna *m-banking* dari jumlah transaksi, nominal transaksi dan jumlah nasabah yang menggunakan *m-banking*. Namun masih tidak banyak penelitian yang mengambil lokasi di kota Batam, Padahal kota Batam merupakan salah satu pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi tercatat pada tahun 2018 sebesar 4,56% dan meningkat menjadi 5,92% ditahun 2019 (bi.co.id).

Kemudian, tercatat dari data Otoritas Jasa Keuangan telah terjadi pertumbuhan yang cukup pesat pada transaksi digital dari tahun sebelumnya ke tahun 2020. Adanya peningkatan penggunaan *mobile banking* pada Bank BNI, Bank BRI, Bank BCA, Bank Mandiri. Bank BNI mencatatkan pertumbuhan transaksi layanan elektronik yakni melalui *mobile banking* sebesar 84,4% pada tahun 2020 dibandingkan dengan periode sama tahun lalu. BRI membukukan pertumbuhan transaksi sebesar 31% pada 2020 dibandingkan tahun lalu, BCA mencatatkan pertumbuhan *mobile banking* sebesar 30% pada 2020 dan Bank Mandiri mencatat peningkatan transaksi *mobile baking* meningkat sebesar 75% dibandingkan tahun lalu.

Tabel 1.1 Berbagai Jenis Pembayaran,

Peningkatan pertumbuhan penggunaan <i>mobile banking</i> tahun 2020			
Bank BNI	Bank BRI	Bank BCA	Bank Mandiri
84,4%	31%	30%	75%

Sumber : Financial.bisnis.com (2020)

Ada beberapa faktor yang dapat mendorong keputusan masyarakat menggunakan *mobile banking* menurut penelitian terhadap AL-Akhras *et al.*

(2011) menggunakan variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived compatibility*, *perceived trust* memiliki hubungan signifikan terhadap *behavioural intention to use m-banking*. Namun penelitian yang lain M. Koksar

(2016) menyatakan bahwa masyarakat di Beirut, Lebanon lebih tertarik menggunakan *mobile banking* karena adanya *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived compatibility* dan *perceived trust* yang dikembangkan berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking*.

Dari pemaparan diatas tentu perbankan di kota Batam membutuhkan data yang akurat mengenai perilaku nasabah di kota Batam dalam penggunaan *mobile banking*. Tentu dibutuhkan data-data tersebut tetapi tidak banyak tersedia. Maka dari itu, penulis berkeyakinan bahwa penelitian yang bertema “**Analisis pengaruh minat masyarakat Kota Batam dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* diperbankan konvensional**” sangat penting bagi management perbankan dalam mengambil keputusan peningkatan pertumbuhan perbankan.

1.2 Permasalahan Penelitian

- a. Apakah terdapat pengaruh antara *perceived usefulness* terhadap *behavioural intention to use mobile M-banking*?
- b. Apakah terdapat pengaruh antara *perceived ease of use* terhadap *behavioural intention to use mobile M-banking*?

- c. Apakah terdapat pengaruh antara *perceived compatibility* terhadap *behavioural intention to use mobile M-banking*?
- d. Apakah terdapat pengaruh antara *perceived trust* terhadap *behavioural intention to use mobile M-banking*?

1.3 Tujuan Penelitian

Pada permasalahan yang telah dijelaskan, memiliki tujuan antara lain :

- a. Untuk mengetahui adanya pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioural intention to use mobile M-banking*.
- b. Untuk mengetahui adanya pengaruh *perceive ease of use* terhadap *behavioural intention to use mobile M-banking*.
- c. Untuk mengetahui adanya pengaruh *perceived compatibility* terhadap *behavioural intention to use mobile M-banking*.
- d. Untuk mengetahui adanya pengaruh *perceived trust* terhadap *behavioural intention to use mobile M-banking*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari tujuan di atas, penelitian ini mendapatkan beberapa manfaat, diantaranya:

- a. Perbankan

Dapat memberikan masukan untuk bank konvensional di Kota Batam agar dapat meningkatkan pelayanan dan mempromosikan teknologi *mobile banking* agar dapat menarik lebih banyak minat masyarakat Kota Batam.

b. Mahasiswa

Hasil dari penelitian ini dapat berguna menambahkan ilmu serta menjadi sumber aplikasi mahasiswa dan mahasiswi dalam perkuliahan dengan menyelesaikan penelitian dan memberi pengetahuan mengenai pengaruh minat masyarakat Kota Batam menggunakan *mobile banking*.

1.5 Sistematika Pembahasan

Peneliti menguraikan isi pada seluruh bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini diuraikan menjelaskan tentang latar belakang penelitian, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II KERANGKA TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Bab ini menjelaskan teori mengenai variabel penelitian, hubungan antar variabel, dukungan teori dari penelitian sebelumnya dan perumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dari bab ini menjelaskan rancangan penelitian, objek penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, metode analisis data serta pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dari bab ini menjelaskan hasil analisa data yaitu mengkaji hasil analisa data gunanya untuk meneliti masalah yang terdapat dalam penelitian, kemudian pembahasan dari hasil pengujian statistic deskriptif kuesioner, uji kualitas pada data dan pengujian data hipotesis.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab terakhir ini melakukan pembahasan terhadap penelitian yang telah dikaji pada masing-masing bab, keterbatasan pada penelitian, saran serta rekomendasi untuk peneliti selanjutnya.