

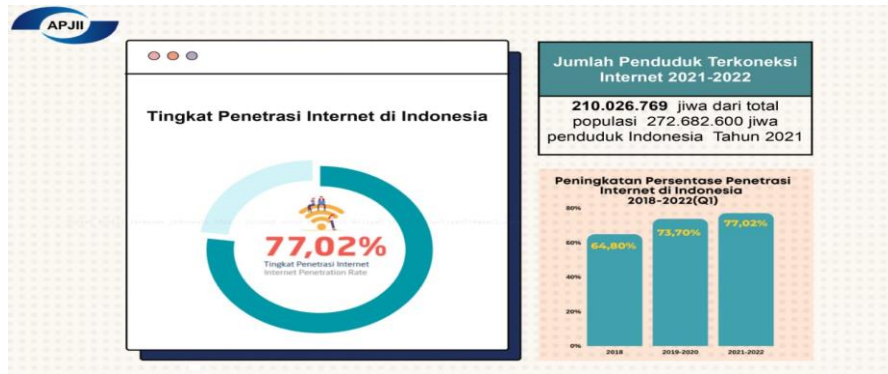
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era perkembangan teknologi saat ini, sebagai segmen ekonomi harus siap menghadapi perubahan dinamis di era kemajuan teknologi saat ini. Selain itu, keuangan dan perbankan harus menyesuaikan dengan peningkatan teknologi baru-baru ini. Konsumen saat ini mengantisipasi perusahaan untuk mulai menyesuaikan diri dengan aktivitas digital, menurut penelitian oleh *salesforce* dalam laporan perbankan digital 62% konsumen memiliki harapan ini. Oleh karena itu, perbankan harus siap menghadapi transformasi digital selain pergeseran kebutuhan, mobilitas, dan gaya hidup calon nasabah atau nasabah. Dalam situasi ini, teknologi baru seharusnya semakin memudahkan nasabah untuk mendapatkan layanan keuangan, Industri perbankan harus tumbuh untuk mengintegrasikan teknologi digital dengan interaksi nasabah. Banyak bank sekarang mengeksplorasi kemampuan perbankan digital. Bank melakukan investasi jangka panjang untuk masa depan melalui teknologi. Saluran digital seharusnya menurunkan biaya transaksi. Pelanggan dapat melakukan bank dengan cepat dan aman secara digital, dan ini juga menarik banyak pelanggan baru. (Prima, 2019)

Hampir semua orang terpengaruh oleh teknologi, sehingga tidak hanya mempengaruhi sebagian orang saja. Teknologi tidak hanya mempermudah pekerjaan, tetapi juga menyediakan berbagai informasi. Sumber daya teknis yang sering digunakan adalah Internet. Internet sekarang digunakan untuk berbagai tugas, termasuk transaksi keuangan. Seluruh sektor industri di Indonesia dan seluruh dunia saat ini dipengaruhi oleh berbagai aplikasi TIK untuk menjalankan bisnis, salah satunya adalah perbankan. Dalam dunia perbankan, teknologi informasi atau digitalisasi memegang peranan yang sangat penting dan tidak dapat dipisahkan. Teknologi pengetahuan adalah kekuatan pendorong di balik sistem perbankan, sehingga harus berperan dalam memajukan perbankan global. (Mutiasari, 2020)



Sumber : Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia

Gambar 1.1 Pengguna Internet Di Indonesia

Berdasarkan Laporan Apji, total jumlah penduduk indonesia saat ini diestimasikan mencapai 272,68 juta jiwa pada tahun 2021. Ini artinya, angka penetrasi internet di indonesia pada periode 2021 hingga kuartal i-2022 ini mencapai 77,02 persen. Angka penetrasi internet tersebut meningkat dari awal 2019 hingga kuartal ii-2020 sebelumnya yang sebesar 73,7 persen. Pada periode tersebut, masyarakat indonesia yang sudah terhubung dengan internet dilaporkan mencapai 196,71 juta jiwa.pada 2018, jumlah pengguna internet di indonesia adalah 171,17 juta, dengan penetrasi hanya sebesar 64,8 persen.(Riyanto, 2022)



Sumber : Sensus Indonesia, 2010-2023

Gambar 1.2 Penduduk Indonesia 2010-2023

Dari data BPS jumlah penduduk yang dilakukan sensus jumlah penduduk bertambah setiap 5 tahun. Bahkan BPS sudah memprediksi populasi untuk tahun

2020. Tentang populasi untuk indonesia, data terakhir yang tercatat adalah tahun 2015, sekitar 238.518.000 di indonesia. Harapanya lebih banyak di tahun 2020 sekitar 271.066.000. (Serafica Gischa, 2020)



Sumber:jenius financial Study : indonesia digital savvy behaviour 2018

Gambar 1.3 pengguna smartphone dan internet

Pertumbuhan pengguna smartphone meningkat selama 5 tahun berturut-turut baru-baru ini, meningkat dari 19% pada tahun 2014 menjadi 56% pada tahun 2018. Pertumbuhan juga berdampak positif bagi nasabah bank dan pengguna bankseluler dan internet. Berdasarkan hasil kerjasama *jenius financial study: intelligent digital behavior* oleh indonesia nielsen, jumlah pelanggan meningkat dari 23% di tahun 2014 menjadi 36% di tahun 2018. Jumlah pengguna bank juga meningkat dari 28% di tahun 2014 menjadi 30% di tahun 2018. (Bareksa, 2019)

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (BRI) mencatat transaksi nasabah BRI bergeser ke arah digital dengan pesat. Direktur Digital dan Teknologi Informasi BRI Arga M. Nugraha mengungkapkan saat ini, sebanyak 96,7% aktivitas nasabah telah menggunakan *digital channel*. Sementara 3,3% sisanya masih datang ke unit kerja.(Khoeirul Anam, 2020)

Seiring dengan adanya perkembangan teknologi tersebut banyak terjadi perkembangan di bidang teknologi informasi yang pesat menyebabkan masyarakat harus bertindak cepat, efektif, dan efisien dalam hal bertransaksi. Salah satu pihak yang sangat mengikuti adanya perkembangan teknologi adalah perbankan. Salah satunya adalah kompetisi usaha yang sejajar dengan sistem perbankan konvensional yang secara komprehensif dilakukan dengan mengacu

pada analisis kelemahan dan kekuatan perbankan di Indonesia saat ini. *Mobile banking* berpeluang menjadi peran utama. Berbagai tren teknologi telah dilalui oleh *mobil banking*. Awal mulannya *mobile banking* diakses melalui layanan sms dengan pin agar dapat mengakses konten atau layanan. Lalu beralih pada *mobile web*, pengguna bisa mendownload dan menginstall aplikasi dihandphone agar dapat mengakses layanan *mobile banking*. (Hendra Iskandar, 2016)

**Mobile Banking Akan Menjadi
PLATFORM MAINSTREAM di Indonesia:
Penggunaan Layanan SMS/Mobile Banking**



Sumber : sharing vision 2019

Gambar 1.4 Pengguna Mobile Banking Di Indonesia

Mobile banking adalah dunia perbankan untuk saat ini dan perkembangan teknologi dan komunikasi yang modern. Layanan termasuk *mobile banking* mencakup pembayaran, transfer uang, dan lain sebagainya. *Mobile banking* membantu pelanggan menghasilkan lebih banyak transaksi bank dan mudah dilakukan terlepas dari lokasi atau waktu, dengan tujuan meningkatkan kenyamanan dengan *mobile banking* bagi nasabah yang tidak perlu datang langsung ke bank. (Kurniawati et al., 2017)

Mobile banking memiliki banyak kelebihan dan manfaat memudahkan nasabah bertransaksi kapan saja dan dimana saja, tetapi sangat disayangkan masih memiliki banyak nasabah bank yang belum menggunakan layanan *mobile banking* dan lebih memilih menggunakan atm atau secara langsung ke cabang bank dari pada menggunakan aplikasi *mobile banking* untuk bertransaksi atau sekadar mendapatkan informasi tentang saldo bank, meskipun ini akan memakan waktu

lebih lama. Fakta ini erat kaitannya dengan penerimaan nasabah terhadap aplikasi *mobile banking*. (Adi et al., 2019)

Pengguna *mobile banking* dianggap rumit dan pemberitahuan mengenai keluhan dari pelanggan berkaitan dengan penggunaan *mobile banking*, adalah soal transfer uang dari rekening BRI tidak sampai ke rekening tujuan. Pihak BRI minta maaf atas ketidaknyamanannya pelanggan. Keluhan tersebut sudah diselesaikan dan dana telah dikreditkan. Menurut monitor It Rudi Adianto, mengatakan ke pihak cnbc indonesia, sistem *mobile banking* saat ini tidak dianggap aman. Menurutnya, autentikasi melalui nomer handphone yang digunakan *mobile banking* harus ditambah dengan mekanisme perlindungan yang lainnya, jika dilihat dari kebanyakan kasus pembobolan *mobile banking* di indonesia itu berawal dari nomer handphone yang diambil alih. Segala macam masalah yang terjadi saat ini Rudi berani katakan itu tidak aman. (Budiansyah, 2020)

Salah satu bank yang meluncurkan suatu aplikasi ini yaitu PT.Bank rakyat indonesia (persero) tbk dengan meluncurkan fasilitas layanan *mobile banking* dengan nama “*Bri Mobile*” layanan elektronik itu lengkap atau menarik dengan menu transaksi, dan bisa dinikmati dengan melalui ponsel pintar ataupun smartphone. Layanan tersebut memenuhi kebutuhan dimasyarakat dalam tengah perkembangannya suatu teknologi. Manusia tentu menggunakan produk akan pasti menilai dengan berbagai pertimbangannya dalam menggunakan sebuah produk tertentu. Dengan adanya minat didalam seseorang akan menentukan menggunakannya ataupun tidak menggunakan suatu produk tersebut. (Nurdin et al., 2020)

Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat penerimaan nasabah terhadap aplikasi *mobile banking*, salah satunya yang mempengaruhi minat dalam penggunaan *mobile banking* yaitu adalah manfaat dan kepuasan. Manfaat merupakan segala sesuatu tingkatan yang mana seorang dapat mempercayai bahwa dalam mempergunakan sebuah teknologi akan mampu meningkatkan suatu kinerja. Yang berarti bahwa akan terdapat manfaat dalam fasilitas *internet banking* yang dapat meningkatkan suatu produktivitas kinerjanya untuk seseorang yang dapat menggunakan fasilitas itu. Dapat diketahui dalam riset (Bakkara & Wijayangka, 2020) terbukti persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat

menggunakannya, sedangkan menurut penelitian (Fachmy et al., 2019) yang membuktikan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakannya.

Menurut penelitian (Ledesman, 2018) pengaruh manfaat terhadap nasabah menggunakan layanan *mobile banking* dengan kepuasan terbukti berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan penelitian yang dilakukan (Zuliani & Purwati, 2021) terbukti tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan hasil dari penelitian, (Melawati & Wijaksana, 2020) mengungkapkan bahwa manfaat berpengaruh terhadap kepuasan. Sedangkan penelitian (Ginting & Nugraha, 2019) mengungkapkan bahwa manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Dari variabel diatas penulis menambahkannya variabel intervening dalam sebuah riset ini, menurut tukman didalam (Sugiyono, 2013) variabel intervening merupakan suatu variabel yang bisa berpengaruh suatu hubungannya diantara variabel yang independent dengan variabel dependen yang akan menjadikan hubungannya yang secara tidak langsung atau tidak bisa mengamati atau mengukur. Dalam riset ini penulis menambahkan variabel minat sebagai variabel intervening, yang dimaksud minat adalah perasaan tertarik atau terhubung dengan suatu hal atau peristiwa tanpa ada perintah, dan seseorang dapat mengkomunikasikan minatnya dengan pernyataan atau dengan terlibat dalam suatu kegiatan. Kajian yang terkait dengan kepuasan dan minat diperoleh pernyataan hasil riset (Natalia & Ginting, 2018) terdapat arah positif kepuasan dengan minat menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan adanya uraian diatas tersebut maka penulis ingin meneliti terkait minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* dengan objek penelitian yakni pada Generasi Milenial di Kota Cirebon Lokasi penelitian dianggap representatif terhadap judul yang diangkat peneliti, karena pengguna *mobile banking* BRI dikota Cirebon merupakan yang banyak dan baik untuk dijadikan penelitian di samping objek yang dianggap tepat, juga memberikan nuansa baru peneliti dalam menambah pengalaman penelitian.

Untuk itu berdasarkan analisis paparan diawal dan data-data yang ada peneliti tertarik guna melakukan sebuah riset lebih lanjut mengenai “pengaruh manfaat terhadap kepuasan menggunakan layanan *mobile banking* dengan minat

nasabah sebagai variabel intervening (survey pada generasi millennial nasabah BRI di kota Cirebon)”

B. Identifikasi Masalah

Menurut data penggunaan internet mengalami peningkatan dan dalam Penggunaan *mobile banking* menurut data yang didapatkan juga selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya meskipun tinggi dalam penggunaan *mobile banking* namun masih terdapat permasalahan yaitu berupa masyarakat masih enggan memakai karena ada kasus yang dimana ketika transfer uang menggunakan *mobile banking* itu tidak sampai ke rekening tujuan.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*?
2. Apakah faktor minat nasabah berpengaruh terhadap kepuasan dalam menggunakan *mobile banking*?
3. Apakah faktor manfaat berpengaruh terhadap kepuasan menggunakan layanan *mobile banking* dengan minat nasabah sebagai variabel intervening?

D. Pembatasan Masalah

supaya penelitian ini dapat berjalan dengan lancar dan akurat maka dilakukan pembatasan masalah. berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah disebutkan di atas peneliti hanya akan menganalisis dan mengetahui pengaruh manfaat terhadap Kepuasan menggunakan layanan *mobile banking* dengan minat nasabah sebagai variabel intervening (Survey pada Generasi Milenial nasabah BRI di kota Cirebon)

E. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data dan mengetahui informasi relevan yang berkenaan dengan pengaruh manfaat terhadap kepuasan menggunakan layanan *mobile banking* dengan minat nasabah sebagai variabel intervening (survey pada generasi milenial nasabah bri di kota Cirebon).

Adapun Tujuannya

1. Untuk mengidentifikasi faktor manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking
2. Untuk mengidentifikasi faktor minat nasabah berpengaruh terhadap kepuasan dalam menggunakan mobile banking
3. Untuk mengidentifikasi Apakah faktor manfaat berpengaruh terhadap kepuasan menggunakan layanan mobile banking dengan minat nasabah sebagai variabel intervening

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka dapat diambil manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta dapat mengetahui seberapa besar pengaruh manfaat terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking dengan minat nasabah sebagai variabel intervening (survey pada generasi milenial nasabah BRI di kota Cirebon)

b. Bagi Pembaca

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan informasi yang positif serta dapat memberikan manfaat bagi para pembaca untuk menambah ilmu terutama dibidang ekonomi syariah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi perusahaan mengenai kekurangan dan kelebihan dalam menerapkan manajemen pemasaran sehingga pihak perusahaan bisa mengevaluasi strategi mana yang tepat untuk diterapkan