

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi di dunia perbankan relatif lebih maju dibandingkan sektor lainnya. Berbagai jenis teknologi di antaranya *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Banking Application System*, *Real Time Gross Settlement System*, Sistem Kliring Elektronik dan *Internet Banking*. (Sri Maharsi dan Fenny, 2006) berpendapat bahwa penggunaan *mobile banking* memberikan keuntungan bagi nasabah dan bank. Bagi nasabah, *mobile banking* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi perbankan. Keuntungan bagi bank adalah *mobile banking* dapat menjadi solusi murah pengembangan infrastruktur dibandingkan dengan membuka outlet ATM.

Termasuk di dalam kegiatan *mobile banking* yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* yang juga dikenal sebagai *M-Banking*, *SMS banking*, dan lain sebagainya, merupakan sebuah terminal yang dapat digunakan sebagai *performing balance checks*, transaksi keuangan, serta pembayaran dengan menggunakan alat bergerak seperti *mobile phone*. *Mobile banking* saat ini kebanyakan ditunjukkan via SMS atau *Mobile Internet* tetapi dapat juga menggunakan program aplikasi *mobile device* (Buse dan Tiwari, 2007) dalam (Pratiwi 2012).

Praktek *mobile banking* ini jelas akan mengubah strategi bank dalam menjalankan kegiatannya. Setidaknya ada faktor baru yang bisa mempengaruhi pengkajian suatu bank untuk membuka cabang baru atau menambah ATM. *Mobile banking* memungkinkan nasabah untuk melakukan pembayaran-pembayaran secara *online*. Selain itu, dengan *mobile banking*, bank bisa meningkatkan kecepatan layanan dan jangkauan dalam aktivitas perbankan.

Penyelenggaraan *mobile banking* yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi, dalam kenyataannya pada satu sisi membuat jalannya transaksi perbankan semakin mudah, akan tetapi di sisi

yang lain membuatnya juga semakin berisiko. Dengan kenyataan seperti ini, faktor keamanan harus menjadi faktor yang paling perlu diperhatikan. Bahkan mungkin faktor keamanan ini dapat menjadi salah satu fitur unggulan yang dapat ditonjolkan oleh pihak bank.

Mobile banking adalah tindakan melakukan transaksi keuangan *online* dengan bantuan perangkat telekomunikasi *mobile* seperti telepon seluler (ponsel) ataupun tablet. Melalui ponsel, pengguna perbankan dapat mengakses layanan keuangan dan non keuangan seperti manajemen rekening, informasi saldo, pemindahan, pembayaran tagihan, perubahan PIN dan permintaan buku cek (Shaikh & Karjaluo, 2015).

Mobile banking terlihat menjadi saluran perbankan populer dikalangan konsumen *mobile commerce*. Karena potensi *mobile commerce* telah menarik banyak perhatian dari para peneliti dalam menyelidiki *mobile banking* di kalangan konsumen. Antusiasme nasabah indonesia menggunakan layanan *mobile banking* juga terlihat pada situs BCA, Mandiri, dan BNI. Ketiga situs tersebut masuk dalam peringkat 100 top *website* indonesia versi alexa.com (layanan pemeringkat situs). Berdasarkan catatan pada alexa.com, layanan *mobile banking* BCA (www.klikbca.com) menduduki peringkat 12, Mandiri (www.bankmandiri.co.id) peringkat 24, dan BNI (www.bni.co.id) peringkat 69.



Gambar 1.1
Persentase Pengguna SMS/mobile banking terhadap Total Nasabah
2015

Sumber: Sharingvision.com

Gambar tersebut menunjukkan total pertumbuhan pengguna *SMS/mobile banking* dari 4 bank. Bank Mandiri sebanyak 6,6 juta nasabah, Bank BCA sebanyak 5,2 juta nasabah, Bank BNI sebanyak 3,25 juta nasabah, Bank BRI 8,8 juta nasabah. Berdasarkan gambar 1 dapat disimpulkan bahwa Bank BNI paling kecil dalam presentase pengguna *mobile banking* yaitu 22,7% dengan 3,25 juta nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* Bank BNI. Data tersebut menunjukkan bahwa pengguna *mobile banking* di Indonesia yang dicerminkan dengan keempat bank tersebut masih relatif sedikit persentasenya jika dibandingkan dengan keseluruhan nasabah pada bank tersebut. Pengguna *mobile banking* pada keempat bank tersebut tidak sampai separuh dari keseluruhan nasabah pada bank tersebut.

Di Indonesia sendiri saat ini sudah banyak bank yang menyediakan fasilitas *mobile banking* dalam aktivitas pelayanannya sehari-hari, namun nasabah lebih memilih untuk datang ke sektor tujuan atau ke bank untuk melakukan transaksi secara langsung atau manual meskipun hal tersebut memakan lebih banyak waktu dan tenaga. Faktanya berbagai macam keuntungan diberikan apabila nasabah bank menggunakan *mobile banking* dan dengan kelebihan-kelebihan yang dimilikinya tersebut seharusnya membuat layanan *mobile banking* ini akan dapat mencapai sukses dalam waktu yang relatif singkat. Namun, fakta tentang sedikitnya jumlah pengguna *mobile banking* ini, berkaitan erat dengan tingkat penerimaan konsumen terhadap inovasi teknologi ini. Padahal, sebagai sebuah teknologi yang maju, inovasi layanan *mobile banking* ini pasti telah melalui tahap identifikasi kebutuhan. Namun mengapa masih terdapat celah yang besar antara harapan dan kenyataan di lapangan, hal ini menjadi salah satu perhatian mendasar dalam penelitian ini.

Mengacu kepada penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh (Abdulkadir et al, 2013) yang meneliti tentang Adopsi *mobile banking* dengan studi kasus pada mahasiswa University Utara Malaysia (Leiva et al, 2016) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku

adopsi *mobile banking* dengan studi kasus di Spanyol, serta Puspita dan Lestari (2016) yang meneliti tentang adopsi *internet banking* pada mahasiswa Universitas Lampung. Penelitian ini menggunakan model dari *Technology Acceptance Model*.

Model untuk penelitian ini didasarkan pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM) sama seperti penelitian sebelumnya. Hal ini disebabkan karena pertama, model ini terkait dengan sikap interest dan relevansinya terhadap interaksi personal (Guriting and Ndubisi, 2006). Kedua, TAM lebih dari pada model lain yang mana akan menjadi lebih mudah dalam mengaplikasikannya (Venkatesh and Morris, 2003). Maka penelitian ini akan menggunakan model *Technology Acceptance Model* yang menentukan sikap nasabah bank dalam memutuskan untuk mengadopsi layanan *mobile banking*. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Puspita dan Lestari (2016), penelitian ini mengambil dua variabel dari *Technology Acceptance Model* yang menentukan minat nasabah dalam mengadopsi *mobile banking*, yaitu persepsi minat dan persepsi kemudahan.

Objek pada penelitian ini yaitu nasabah Bank BNI Cirebon. Banyaknya nasabah membuat mereka harus bisa menyesuaikan dengan teknologi perbankan yang ada seperti *mobile banking* untuk memudahkan mereka melakukan transaksi perbankan jarak jauh, seperti melakukan transaksi perbankan dari dan ke kota manapun.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil penelitian tentang **“PENGARUH MINAT DAN KEMUDAHAN TERHADAP PERILAKU PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA BANK NEGARA INDONESIA (BNI)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang dapat teridentifikasi sebagai berikut:

1. Masih sedikitnya nasabah yang mengenal *mobile banking*.
2. Minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* masih sedikit.
3. Pandangan nasabah yang terbatas terhadap *mobile banking*.

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, maka perlu dilakukan pembatasan masalah yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini. Penelitian di fokuskan pada Pengaruh Minat dan Kemudahan Nasabah Terhadap Perilaku Sistem Penggunaan *Mobile Banking*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka pokok masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah minat berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*?
2. Apakah kemudahan berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*?
3. Apakah minat dan kemudahan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh minat berpengaruh positif terhadap sistem penggunaan *mobile banking*
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan dalam penggunaan *mobile banking*

3. Untuk menganalisis pengaruh minat dan kemudahan terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan dapat mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama kuliah dengan realita di lapangan serta sebagai sarana atau media pembelajaran untuk memahami lebih dalam mengenai *mobile banking*.

2. Manfaat Ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan ilmiah bagi nasabah Bank BNI khususnya di Kota Cirebon.

3. Manfaat Akademik

Sebagai bentuk perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi di IAIN Syekh Nurjati Cirebon, khususnya program Studi Perbankan Syariah sebagai sumbangsih pikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan.



F. Jadwal Penelitian

Berikut disajikan jadwal pelaksanaan kegiatan penelitian yang dilakukan selama 4 (empat) bulan:

No	Nama Kegiatan	Bulan ke-			
		1	2	3	4
		Maret	April	Mei	Juni
1.	PRA PENELITIAN				
	Penyusunan proposal penelitian				
2.	PELAKSANA AN PENELITIAN				
	Pencarian data di web terkait				
	Pencarian data di instansi yang terkait				
	Pengolahan data				
3.	PASCA PENELITIAN				
	Penyusunan penelitian skripsi				
4.	OUTCOME PENELITIAN				
	Skripsi dan jurnal penelitian				

G. Sistematika Penulisan

Guna memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Dalam bab ini diuraikan mengenai landasan teoritis yang digunakan oleh penulis untuk menganalisis masalah yang akan dibahas dalam tugas akhir ini, serta sebagai kerangka acuan dalam penulisan dalam Bab IV mengenai Hasil Penelitian dan Pembahasan

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini terdapat lokasi dan waktu penelitian, metode penelitian, jenis penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, operasional variable penelitian, populasi dan sampel, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini akan disajikan mengenai analisis data serta pembahasannya, yang akan dibahas dalam bab ini yaitu mengenai gambaran umum perusahaan, gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, deskripsi data penelitian, analisis data, pembahasan, dan analisis ekonomi.

BAB V : PENUTUP

Bab Penutup ini terdiri dari Kesimpulan dan Saran-Saran. Kesimpulan merupakan jawaban dari permasalahan yang ada dalam penelitian ini, sedangkan saran-saran berisi tentang hal-hal yang mungkin berguna dalam meningkatkan Minat dan Kemudahan Nasabah dalam Penggunaan *Mobile Banking*



