

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi ini semakin meningkat sejalan dengan kebutuhan manusia yang sudah banyak berkembang. Dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat saat ini, masyarakat harus bertindak cepat, efisien dan efektif dalam melakukan transaksi. Kemajuan teknologi di bidang komunikasi, terutama pada internet maupun smartphone sangat berpengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran. Instrumen atau alat pembayaran sudah mengalami perubahan-perubahan yang dimulai dari alat pembayaran berupa tunai yang berupa logam maupun kertas, kini telah berkembang yang lebih praktis yang merupakan alat pembayaran dengan menggunakan aplikasi (Atieq, 2021).

Salah satu bidang yang mengikuti perkembangan teknologi yaitu dunia perbankan. Periode sebelumnya, transaksi perbankan yang dapat diterapkan nasabah adalah datang ke bank untuk mengisi formulir maupun menunggu antrian. Hal tersebut dapat menyita waktu yang kurang efektif maupun efisien (Ekowati, 2021). Menurut Pranoto (2020) pada sistem teknologi informasi terdapat berbagai macam saluran didalam dunia perbankan, antara lain Automated Teller Machine (ATM), online/internet banking, call center, mobile banking maupun video banking. Layanan perbankan juga untuk mendukung kelancaran menghimpun atau menyalurkan dana, baik yang

berhubungan langsung atau tidak langsung dengan kegiatan simpanan maupun kredit antara lain jasa pembayaran, jasa transfer maupun jasa setoran. Pilihan dengan banyaknya saluran untuk mengakses layanan perbankan, maka nasabah harus semakin mudah dalam menggunakan layanan perbankan.

Menurut Natalia dan Tesniwati (2020) mobile banking merupakan sebuah layanan yang disediakan oleh bank untuk melakukan transaksi perbankan (non-tunai) melalui mobile phone (handphone) dan juga dapat memberikan manfaat bagi bank maupun nasabah. Bagi bank dapat bekerjasama antar bisnis, loyalitas pelanggan, keunggulan dalam berkompetitif dan pendapatan *fee base*, sedangkan bagi nasabah dapat memberikan peluang yang mudah dan cepat dalam proses transaksi yang bisa dilakukan dimana saja maupun kapan saja agar menghemat waktu dan biaya.

Tujuan mobile banking untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah terutama pada kalangan Mahasiswa. Karena mahasiswa termasuk kaum millennial yang dapat memanfaatkan penggunaan smartphone yang sudah canggih dan dalam melakukan transaksi mahasiswa terkadang jauh dari lokasi ATM tersebut sehingga hanya mengandalkan aplikasi pada smartphone penggunaannya. Keunggulan mahasiswa dalam penggunaan layanan mobile banking dapat mempercepat transaksi yang sedang dibutuhkan dalam keadaan mendesak seperti pembayaran tagihan listrik, transfer antar bank. Namun banyak juga mahasiswa yang kurang memanfaatkan dalam penggunaan mobile banking, hal ini dikarenakan kurangnya pengertian dalam penggunaan mobile banking (Ningrum, 2020).

Penggunaan mobile banking banyak digunakan nasabah kemungkinan banyak permasalahan-permasalahan yang terjadi terkait manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan. Permasalahan yang terjadi pada manfaat adalah dalam aplikasi mobile banking banyak nasabah yang belum tahu tentang manfaat fitur-fitur yang ada didalam layanan mobile banking. Permasalahan yang terjadi pada kemudahan penggunaan adalah dalam aplikasi mobile banking sering mengalami gangguan, khususnya di malam hari misalnya aplikasi yang tidak bisa dibuka maupun digunakan karena sistem dari bank masih kurang baik sehingga nasabah menjadi kesulitan dalam bertransaksi. Permasalahan yang terjadi pada kepercayaan adalah dalam aplikasi mobile banking banyak nasabah yang tidak percaya akan kerahasiaan dan keamanan pribadi yang tidak bertanggungjawab sehingga banyak nasabah kurang percaya akan penggunaan mobile banking (Halim, 2022).

Bank Rakyat Indonesia (BRI) menjadi salah satu bank yang menyediakan layanan berbasis mobile banking. BRI mempunyai pandangan dan pemanfaatan inovasi dalam menyampaikan informasi yang cukup dan berakomodasi dengan nasabah. Bank dalam mengembangkan pelayanannya tidak hanya dengan slogan yang mempunyai arti nyaman dan terpercaya, namun dapat memberikan apa yang harus disesuaikan dengan nasabah yang sudah berkembang dengan adanya teknologi maupun gaya hidupnya (Ramadhan, 2017). Pada awal tahun 2019, telah meluncurkan aplikasi digital banking yang disebut BRImo (www.bri.co.id).

Bank BRI merupakan layanan secara online dan penggunaan layanannya tersebut berbasis aplikasi pada smartphone. Aplikasi tersebut lebih dikenal dengan sebutan mobile banking dengan fitur yang versi lama. Untuk versi terbaru sekarang ini disebut dengan BRIMo yang merupakan pengembangan dari aplikasi BRI mobile yang berkolaborasi dengan mobile banking, internet banking maupun uang elektronik dalam satu menu transaksi. Mobile banking dalam Bank BRI yaitu salah satu produk jasa perbankan milik PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yang bertujuan untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi (Agdhanni, 2022).

Tujuan pengembangan aplikasi BRI Mobile BRIMo versi terbaru adalah untuk mempersiapkan *business model* baru ke depan, pergeseran habit nasabah yang sebelumnya bertransaksi melalui unit kerja BRI, kemudian shifting ke ATM dan SMS Banking, diharapkan ke depan seluruh nasabah mulai bertransaksi melalui *internet banking* (www.promo.bri.co.id).

Minat menggunakan mobile banking dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu antara lain persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan. Minat nasabah adalah motivasi yang terekam dalam benak konsumen dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat pada akhirnya seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benak konsumen (Indriyani, 2018). Minat merupakan cenderung tertarik pada sesuatu untuk lebih memperhatikan atau mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang dapat memperoleh kepuasan menggunakan teknologi (Ningrum, 2020). Berdasarkan hasil wawancara pada peneliti maka

minat pengguna terhadap layanan mobile banking yaitu meningkatnya kinerja dan kinerjanya orang yang menggunakannya, kemudahan dalam mengakses mobile banking.

Menurut Tangnga dan Tanihatu (2021) persepsi manfaat dapat didefinisikan sebagai konstruk kepercayaan pada pengguna teknologi yang dapat meningkatkan kinerja mereka. Faktor dalam minat nasabah merupakan manfaat yang dimaksud adalah didalam aplikasi mobile banking terdapat fitur-fitur lengkap seperti cek saldo, top-up, pembelian pulsa, token listrik dan paket data (Website Bank Syariah Indonesia, 2022). Berdasarkan penjelasan tersebut, bahwa persepsi manfaat mempunyai pengaruh yang kuat dan dapat mengetahui minat seseorang dalam menggunakan layanan mobile banking yang dimana dapat mempermudah kinerja. Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking pada Mahasiswa di Kota Purwokerto. Hasil penelitian terdahulu oleh Nursiah (2022), Ismail (2021), Pratama (2019) menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Marchelina dan Pratiwi (2018) menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan e-money, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ningrum (2020), Fernos (2021) menyatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.

Pranoto (2020) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya dalam menggunakan teknologinya akan bebas dari usaha. *Perceived ease of use* merupakan keyakinan pada diri sendiri bahwa dalam menggunakan teknologi informasi tidak akan merepotkan maupun membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakannya (Agdhanni dan Wardhani, 2022). Faktor dalam minat nasabah merupakan kemudahan yang dibutuhkan nasabah dalam menggunakan mobile banking. Kemudahan didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa smartphone maupun komputer yang dapat dipahami. Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking pada Mahasiswa di Kota Purwokerto. Hasil penelitian terdahulu oleh Oktavia (2020), Fernos (2021), Sulmi dkk (2021), Nursiah (2022), Winata (2018), Lim dan Lady (2022), Ismail (2021) menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnianingsih (2020) menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-money, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pranoto (2020) menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan mobile banking.

Menurut Tangnga (2021) kepercayaan adalah suatu keyakinan dari seorang pihak terkait maksud dan perilaku yang ditujukan pada pihak yang lain, kepercayaan konsumen mendefinisikan sebagai harapan konsumen dalam penyedia jasa dapat diandalkan maupun dipercaya dalam memenuhi janjinya.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lieny (2021), Fernos (2021), Kurnianingsih (2020), Lim dan Lady (2022) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Ningrum (2020) menyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, lalu penelitian yang dilakukan oleh Mahmudah (2021) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan mobile banking.

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari Tangnga dan Tanihatu (2021) yang meneliti tentang “Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan dan Kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money di Kota Ambon”. Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada objeknya dan respondennya. Pada objek penelitian ini, peneliti melakukan pada minat mobile banking BRI, sedangkan untuk respondennya, peneliti akan melakukan kepada Mahasiswa di Purwokerto. Sehingga, dengan adanya ketidak konsistenan hasil penelitian terdahulu sehingga peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BRI” (Studi pada Mahasiswa di Purwokerto)**.

B. Rumusan Masalah

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas terhadap pokok permasalahan tersebut, yang akan digunakan sebagai pedoman dalam pembahasan yang lebih lanjut, perumusan masalah yang diambil adalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan berpengaruh simultan terhadap minat menggunakan mobile banking?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking?
3. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking?

C. Pembatasan Masalah

Pada pembatasan masalah ini agar bertujuan untuk ruang lingkup peneliti tidak terlalu luas dan cukup dari pokok permasalahan yang cukup fokus dan tidak menyimpang dari kesalahan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Untuk itu, peneliti hanya memberikan batasan pada variabel yang digunakan yaitu pada pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan karena faktor berpengaruh tinggi terhadap minat menggunakan mobile banking BRI. Responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa di Purwokerto dan yang belum memiliki aplikasi mobile banking BRImo, tetapi nasabah harus pengguna rekening BRI.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh simultan persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking.

2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan mobile banking.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan mobile banking.
4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking.

E. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian tentang pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking ini mempunyai manfaat yaitu sebagai berikut :

Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Peneliti ini diharapkan mampu dapat memberikan gambaran bagi mahasiswa terhadap minat menggunakan mobile banking (BRImo) dalam melakukan transaksi perbankannya. Mahasiswa merupakan kaum millenial dalam melakukan kegiatannya diharapkan memiliki minat penggunaan mobile banking untuk mempermudah segala transaksi perbankan.

b. Bagi Akademis

Penulis diharapkan dapat menambah pemahaman terkait materi yang sudah diambil. Bagi Pembaca setelah membaca penulisan ilmiah ini mendapatkan nilai tambah dalam menganalisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat

menggunakan mobile banking. Agar dapat menjadi informasi perbandingan bagi penulis dan dapat disempurnakan dengan baik.

c. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini, digunakan sebagai syarat lulus untuk mendapatkan gelar Sarjana (S1) Manajemen di Universitas Muhammadiyah Purwokerto, dan dapat berguna sebagai bahan masukan bagi ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan selama menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

