

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dari tahun ke tahun mendukung keberhasilan sebuah organisasi dalam persaingan bisnis. Semakin mudah dan cepatnya mendapatkan informasi dengan menggunakan teknologi berdampak pada peningkatan interaksi antar individu untuk mendapat informasi yang dibutuhkan. Hal ini memberikan pengaruh terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, baik dalam kegiatan ekonomi maupun sosial masyarakat termasuk kegiatan transaksi keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Salah satu yang mengikuti perkembangan teknologi informasi ini adalah perbankan. Perkembangan teknologi ini dilakukan perbankan dengan tujuan mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Hal ini diwujudkan dalam pengembangan sistem pelayanan terhadap nasabah dalam bentuk *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan layanan perbankan yang dapat diakses melalui *smartphone*. Dengan menggunakan *mobile banking* nasabah bisa bertransaksi non tunai seperti di ATM. Dengan begitu nasabah tidak perlu datang ke kantor bank ataupun ke ATM untuk bisa bertransaksi non tunai, dan layanan *mobile banking* dapat diakses 24 jam tanpa terbatas oleh waktu dan dimanapun asalkan terhubung ke internet.

Dengan kelebihan layanan *mobile banking* tersebut diharapkan nasabah dapat memaksimalkan layanan *mobile banking* dengan cara

menggunakan layanan *mobile banking* yang dapat mempermudah transaksi perbankan.

Tetapi dalam kenyataannya masih sedikit nasabah yang sudah menggunakan layanan *mobile banking*. Berdasarkan survey yang dilakukan pada tahun 2017 oleh *Mastercard Mobile Shopping Survey* memperoleh hasil 25% responden di Indonesia menggunakan aplikasi *mobile banking* untuk bertransaksi (Nisaputra, 2017). Serta survey yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017 dari total pengguna internet di Indonesia yang menggunakan layanan internet perbankan hanya 7,39% (Setiawan, 2018).

Begitu pula dengan mahasiswa di Universitas Katolik Widya Mandala Madiun. Hanya sedikit mahasiswa di Universitas Katolik Widya Mandala Madiun yang mengaktifkan layanan *mobile banking*. Padahal mahasiswa berkesempatan untuk dapat menggunakan layanan *mobile banking*. Hal tersebut dikarenakan adanya kerjasama antara pihak bank dengan pihak Universitas Katolik Widya Mandala Madiun. Mahasiswa di Universitas Katolik Widya Mandala Madiun diberikan fasilitas kartu ATM yang berfungsi sebagai kartu tanda mahasiswa (KTM) yang sekaligus menjadikan mahasiswa sebagai nasabah. Dengan difasilitasi kartu ATM dan buku tabungan tersebut mahasiswa dapat mengaktifkan layanan *mobile banking*. Karena salah satu syarat untuk mengaktifkan layanan *mobile banking* yaitu mempunyai buku tabungan atau kartu ATM. Sebagai mahasiswa tentunya selalu aktif dalam penggunaan *smartphone* dan internet. Oleh sebab itu

mahasiswa berpotensi untuk mengaktifkan layanan *mobile banking* yang dapat mempermudah transaksi perbankan.

Hanya sedikit mahasiswa di Universitas Katolik Widya Mandala Madiun yang mengaktifkan layanan *mobile banking* diprediksi karena kemungkinan mahasiswa belum mempunyai saldo, mahasiswa belum terlalu membutuhkan karena jarang bertransaksi *online*, kurangnya pengetahuan akan kemudahan dan manfaat dari layanan *mobile banking*, dan merasa takut untuk melakukan transaksi non tunai akan mengalami masalah atau kegagalan.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian terhadap mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun sebagai subjek penelitian. Peneliti memilih Universitas Katolik Widya Mandala Madiun dikarenakan adanya kerjasama antara pihak Bank dengan Universitas Katolik Widya Mandala Madiun dalam pembuatan dan pengelolaan kartu tanda mahasiswa (KTM) yang berfungsi sebagai kartu ATM yang merupakan perluasan kerja sama antara pihak Bank dengan Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.

Pada penelitian ini peneliti akan menguji faktor-faktor yang mempengaruhi para mahasiswa dalam minat penggunaan layanan *mobile banking*. Permasalahan tentang bagaimana mahasiswa dapat menerima dan memanfaatkan layanan *mobile banking* ini dapat dijelaskan dengan menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). Teori ini menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana untuk penerimaan

teknologi dan perilaku para penggunanya (Davis, 1989 dalam Rahayu, 2015). Kerangka TAM merupakan model yang dirancang untuk memprediksi penerimaan aplikasi komputer dan faktor-faktor yang berhubungan dengannya (Widyarini, 2005 dalam Rahayu, 2015).

Salah satu faktor yang mempengaruhi para mahasiswa dalam minat penggunaan layanan *mobile banking* adalah faktor persepsi manfaat. Pada dasarnya, sebuah layanan yang mampu memberikan manfaat kepada nasabah pasti akan diterima dengan baik. Semakin nasabah merasa *mobile banking* bermanfaat maka fasilitas perbankan tersebut akan sering digunakan. Begitu juga sebaliknya, apabila nasabah menganggap *mobile banking* kurang memberi manfaat, maka nasabah cenderung tidak mau menggunakan layanan *mobile banking*. Menurut penelitian Rahayu (2015) membuktikan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Hasil tersebut didukung oleh penelitian Romadloniyah dan Prayitno (2018) dengan objek *e-money*.

Faktor lain yang mempengaruhi para mahasiswa dalam minat penggunaan layanan *mobile banking* adalah persepsi kemudahan penggunaan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang terhadap kemudahan suatu sistem, maka akan meningkatkan minatnya untuk menggunakan sistem tersebut. Sehingga, kemudahan dalam penggunaan dianggap sebagai faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Menurut penelitian Kurniawati, Winarno, dan Arif (2017) membuktikan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat

nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Hasil tersebut didukung oleh Romadloniyah dan Prayitno (2018) dengan objek *e-money*.

Faktor lain yang mempengaruhi para mahasiswa dalam minat penggunaan layanan *mobile banking* adalah persepsi kredibilitas. Persepsi kredibilitas merupakan tingkat kepercayaan seseorang terhadap bahwa sistem yang digunakan tetap menjamin keamanan dan privasinya (Wang et.al, 2003 dalam Rahayu 2015). Alasan keamanan tentu saja karena kemungkinan adanya penipuan dan pencurian data dalam penggunaan *mobile banking*. Nasabah akan diberikan sandi sebelum melakukan transaksi. Pihak bank harus merahasiakan data dan privasi nasabah yang diberikan nasabah, sehingga mengurangi kemungkinan terjadinya penipuan maupun pencurian data nasabah. Jika tingkat persepsi kredibilitas tinggi maka minat menggunakan *mobile banking* juga tinggi. Menurut penelitian Rahayu (2015) membuktikan bahwa variabel persepsi kredibilitas berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Hasil tersebut didukung oleh Fitriana (2015) dengan objek *internet banking*.

Faktor lain yang mempengaruhi mahasiswa dalam minat penggunaan layanan *mobile banking* adalah informasi tentang *mobile banking*. Informasi tentang *mobile banking* merupakan jumlah informasi yang dimiliki nasabah tentang *mobile banking* itu sendiri. Jika nasabah mendapatkan informasi tentang kemudahan dan manfaat menggunakan *mobile banking* maka minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* akan meningkat. Menurut penelitian Rahayu (2015) membuktikan bahwa variabel informasi tentang

*mobile banking* berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.

Kesiapan teknologi informasi juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi para mahasiswa dalam minat penggunaan layanan *mobile banking*. Kesiapan Teknologi Informasi yang dimaksud adalah sumber daya manusia yang paham akan teknologi, tersedianya *software* dan *hardware* yang diperlukan, serta sistem teknologi informasi yang siap digunakan. Jika kesiapan teknologi informasi telah siap maka minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* akan meningkat. Menurut penelitian Wibisono dan Toly (2014) dengan objek *e-filling* membuktikan bahwa variabel kesiapan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap minat wajib pajak dalam penggunaan *e-filling*.

Rahayu (2015) membuktikan bahwa persepsi manfaat, persepsi kredibilitas dan informasi tentang *mobile banking* berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan *mobile banking*, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif terhadap minat perilaku menggunakan *mobile banking*, Hal ini berarti tingginya persepsi manfaat, persepsi kredibilitas dan informasi tentang *mobile banking* akan meningkatkan minat perilaku penggunaan *mobile banking*. Sedangkan tingginya persepsi kemudahan penggunaan akan menurunkan minat perilaku penggunaan *mobile banking*.

Penelitian ini mereplikasi penelitian Rahayu (2015) yang berjudul “Minat nasabah menggunakan *mobile banking* dengan menggunakan

kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) (Studi kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)”. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Rahayu (2015) adalah pada populasi dan sampel penelitian, lokasi penelitian, dan penambahan variabel. Pada penelitian Rahayu (2015) meneliti nasabah BSM Cabang Yogyakarta yang sudah maupun yang belum memiliki fasilitas *mobile banking*, sedangkan pada penelitian ini meneliti mahasiswa yang belum memiliki fasilitas *mobile banking*. Penelitian Rahayu (2015) dilakukan di PT Bank Syariah Mandiri cabang Yogyakarta. Sedangkan pada penelitian ini dilakukan di Universitas Katolik Widya Mandala Madiun. Di samping itu juga menambahkan variabel kesiapan teknologi yang berasal dari penelitian (Wibisono dan Toly, 2014).

Berdasarkan latar belakang masalah dan ketidak konsistenan hasil-hasil penelitian, maka peneliti tertarik untuk meneliti kembali dengan judul: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Empiris pada Universitas Katolik Widya Mandala Madiun).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*?

3. Apakah persepsi kredibilitas berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*?
4. Apakah informasi tentang *mobile banking* berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*?
5. Apakah kesiapan teknologi berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris bahwa:

1. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
2. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
3. Persepsi kredibilitas berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
4. Informasi tentang *mobile banking* berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
5. Kesiapan teknologi informasi berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan, antara lain:

1. Bagi manajemen bank

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi bank dalam usaha meningkatkan minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

2. Bagi nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi sehingga dapat memberikan wawasan bahwa *mobile banking* dapat mempermudah nasabah untuk bertransaksi non tunai.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

#### **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Bagian utama dalam penulisan proposal skripsi terdiri dari:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bagian pendahuluan membahas tentang masing-masing sub bab yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan proposal skripsi.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pada bab II akan membahas teori-teori yang berasal dari literature-literatur yang relevan dengan permasalahannya tentang pengertian *elektronik banking* dan macam-macam jenis *elektronik banking* dan pengertiannya. Selain teori-teori tersebut, bab ini juga menjelaskan hipotesis penelitian serta kerangka konseptual atau model penelitian.

## BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III ini membahas tentang desain penelitian; populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel; variabel penelitian dan definisi operasional; lokasi dan waktu penelitian; data dan prosedur pengumpulan data; dan teknis analisis.

## BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV membahas tentang data penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V membahas tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan pada bab IV dan keterbatasan peneliti serta saran.