

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi semakin hari semakin pesat. Hal ini ditandai dengan munculnya berbagai macam aktivitas manusia yang melibatkan teknologi didalamnya. Perkembangan teknologi informasi yang cepat memiliki dampak yakni merubah kebiasaan atau perilaku masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dan penerapannya di Indonesia berkembang pesat, menurut Internet World Stats, hingga akhir 2011 pengguna internet di Indonesia diperkirakan mencapai 55 juta orang, atau sekitar 22,4% dari populasi Indonesia. Ini semua karena semakin murah nya tarif dan perangkat seperti koneksi internet modem dan netbook saat ini, ditambah dengan kehadiran perangkat tablet PC yang populer saat ini. Dan kebanyakan orang sudah menjadikannya sebagai media transaksi belanja seperti e-tiket dan e-banking. (Prabantoro & Hariyanto, 2015)

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia



Sumber : APJII

Berdasarkan data yang disajikan oleh APJII pada tahun 2017 pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa pertumbuhan pengguna internet selama lima tahun terakhir mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada tahun 2013 pengguna internet berkisaran 82 juta pengguna dan pada tahun 2017 pengguna internet meningkat menjadi 143,26 juta pengguna dari total populasi 262 juta orang.

Perkembangan teknologi internet ini diikuti pula oleh industri perbankan di Indonesia, peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di Indonesia baik bank pemerintah maupun swasta. Saat ini, pelayanan perbankan dituntut lebih cepat, mudah dan fleksibel. Untuk menghadapi situasi diatas berbagai inovasi yang dilakukan perbankan salah satunya adalah perkembangan pelayanan perbankan berbasis teknologi dalam bentuk internet banking, mobile banking, ATM (Authomatic Teller Machine) dan lain sebagainya merupakan keharusan bagi bank-bank di Indonesia untuk merebut pangsa pasar.

Peluang tersebut diikuti juga oleh PT Bank Negara Indonesia (BNI). Nasabah yang memiliki rekening BNI dapat menggunakan ATM, telepon atau *handphone* bahkan internet untuk melakukan transaksi yang berkaitan dengan operasional perbankan berbasis Online. Teknologi telah membuka pasar baru, produk baru, layanan baru dan saluran pengiriman yang efisiensi bagi industri perbankan. Bank telah berubah dari penyedia solusi perbankan berbasis kertas ke teknologi terbaru. Perkembangan perbankan semakin mempermudah nasabah dalam menggunakan berbagai produknya kapan saja dan dimana saja (M, Bharti. 2016).

Kotler dan Keller (2016) menjelaskan, teknologi mengubah aturan permainan bagi layanan dengan cara yang mendasar. Perbankan berubah memiliki kemampuan untuk menjadi bank *online* dan via aplikasi *mobile*. Beberapa nasabah sudah jarang terlihat di lobi bank atau berinteraksi dengan karyawan lagi.

Mobile Banking BNI merupakan salah satu aplikasi yang banyak di gunakan dikalangan milenial saat ini, aplikasi ini mempermudah setiap transaksi perbankan yang dapat diakses melalui ponsel yang terhubung ke internet. Fitur

yang dimiliki mobile banking BNI beragam dan selalu Up to date, aplikasi ini juga diamankan oleh Mpin dan Password transaksi sehingga pengguna aplikasi mobile banking BNI merasa aman saat melakukan transaksi perbankan.

Mobile banking adalah tindakan melakukan transaksi keuangan online dengan bantuan perangkat telekomunikasi *mobile* seperti ponsel atau 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 (Dahlberg, Mallat, Ondrus & Zmijewska, 2008; Luarn & Lin, 2005; Shaikh & Karjaluto, 2015). dalam (Fadlan, n.d.)

Gambar 1.2 Presentase Pertumbuhan *Mobile Banking* di Indonesia



Sumber : Sharingvision.com

Dari gambar di atas pada tahun 2015 pengguna SMS/Mobile banking BNI di Indonesia tercatat sekitar 3.25 Juta dengan presentase 21.7% terhadap total nasabah 2015. Hal tersebut menunjukkan bahwa SMS/Mobile Banking BNI pada tahun 2015 memiliki pengguna yang paling sedikit dibandingkan dengan Bank Mandiri, BCA dan BRI.

BNI KCU Jakarta pusat merupakan salah satu kantor cabang utama yang ada di Wilayah Jakarta Senayan, yang membawahi 16 kantor cabang pembantu

dan kantor kas. Semakin hari nasabah perorangan yang datang ke bank semakin sedikit, hal tersebut disebabkan oleh banyaknya nasabah yang telah menggunakan Aplikasi Mobile Banking BNI, Internet Banking dan SMS Banking.

Mobile Banking BNI Tidak hanya digunakan oleh kalangan milenial, tetapi juga digunakan oleh semua generasi, Setiap nasabah yang datang ke bank untuk mengaktifkan mobile banking BNI terdiri dari berbagai jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan, yaitu Pelajar/Mahasiswa, Karyawan BUMN/SWASTA, PNS, Pedagang, Ibu Rumah Tangga dan Lain-lain, hal tersebut membuktikan bahwa kemudahan dan kegunaan yang di berikan oleh Aplikasi mobile banking BNI banyak di percayai oleh nasabah BNI KCU Jakarta Pusat.

Penelitian sebelumnya (Anggun Pertiwi dan Tri Fitri Sukmawati, 2018), menyatakan bahwa persepsi daya guna dan persepsi kemudahan dianggap faktor utama yang berpengaruh terhadap minat menggunakan system tersebut serta menimbulkan kepuasan terhadap yang menggunakannya, sedangkan persepsi kepercayaan dianggap sebagai factor yang kurang berdampak terhadap membuat konsumen (nasabah) ingin menggunakannya. Mendukung pernyataan tersebut, penelitian (Banani, 2018) menyatakan bahwa variabel kepercayaan, keamanan, kemudahan, berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking. Variabel kepercayaan, keamanan, kemudahan berpengaruh parsial terhadap penggunaan mobile banking Bank Muamalat.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti melakukan penelitian terkait pengaruh persepsi konsumen (nasabah) terhadap minat menggunakan Mobile Banking BNI, dengan judul “ **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BNI di KCU Jakarta Pusat** ”.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah dipaparkan maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

- a. Apakah *Persepsi Kemudahan* berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan Mobile Banking BNI di KCU Jakarta Pusat?
- b. Apakah *Persepsi Kegunaan* berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan Mobile Banking BNI di KCU Jakarta Pusat?
- c. Apakah *Kepercayaan* berpengaruh terhadap minat menggunakan Mobile Banking BNI di KCU Jakarta Pusat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh *Persepsi Kemudahan* terhadap minat penggunaan Mobile Banking BNI di KCU Jakarta Pusat.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *Persepsi Kegunaan* terhadap minat penggunaan Mobile Banking BNI di KCU Jakarta Pusat.
- c. Untuk mengetahui *Kepercayaan* terhadap minat penggunaan Mobile Banking BNI di KCU Jakarta Pusat.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini juga diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk mengimplementasikan pengetahuan tentang ilmu yang penulis peroleh selama masa perkuliahan, khususnya dalam bidang perbankan. Selain itu sebagai wahana untuk menambah wawasan pengetahuan serta pemikiran yang berhubungan dengan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam menerapkan strategi yang tepat dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas Mobile Banking.

c. Bagi Pembaca

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi tambahan mengenai Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness And Trust. Selain itu dapat memberikan informasi mengenai penggunaan Mobile Banking di Indonesia.