

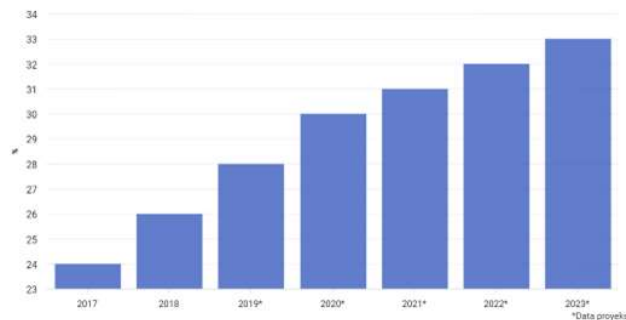
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat sudah dikelilingi oleh berbagai cara yang mudah dalam menjalankan kehidupannya baik dari segi pendidikan, transportasi, teknologi, dan aspek bisnis dalam era digital ini. Topik utama dalam penelitian ini ialah perkembangan teknologi pada sektor teknologi informasi. Kemajuan sistem dalam era digital telah membawa perubahan pada perusahaan yang bergerak pada bisnis modern. Hal ini telah menjadi suatu target yang ingin dicapai bagi pembisnis, serta para praktisi bisnis (Erdem *et al.*, 2019). Selain itu juga merupakan dampak positif bagi pengguna *smartphone* yang dimana perangkat tersebut ringan dan dapat digunakan dimana saja serta fiturnya yang memiliki berbagai manfaat bagi kehidupan manusia di dunia digital ini. Berdasarkan grafik dibawah ini telah ditunjukkan bahwa pengguna *smartphone* diperkirakan mencapai 28% dari total penduduk indonesia pada tahun 2019, namun pada tahun 2023 pengguna *smartphone* telah meningkat sebanyak 33% dari total penduduk indonesia yang dilampirkan sebagai berikut:

Gambar 1.1 Pertumbuhan Penetrasi Smartphone di Indonesia



Sumber: Databoks (2023)

Pokok utama yang mempermudah aktivitas manusia menggunakan *smartphone* ialah dengan adanya Internet. Internet merupakan sebuah sistem yang dirancang dalam mengakses berbagai proses teknologi baik dari kebutuhan informasi dan komunikasi di bidang perbankan. Berdasarkan data survei *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII)* pada Gambar 1.2 menunjukkan bahwa pada tahun 2022 hingga 2023 pengguna internet telah meningkat sebanyak 215,63 juta orang artinya pengguna internet telah meningkat sebanyak 2,67% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Berikut data yang ditampilkan:

Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet Tahun 2017-2023



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2023)

Sistem teknologi informasi di bidang keuangan atau perbankan memuat ATM (*Automated Teller Machine*), *call center*, *mobile banking*, *telephone banking*, dan *internet banking*. Hal tersebut yang membawa peluang baru dalam mempermudah nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan yang dimana bukan hanya faktor kecepatan yang tercantum dalam unsur tersebut, melainkan efisien dan

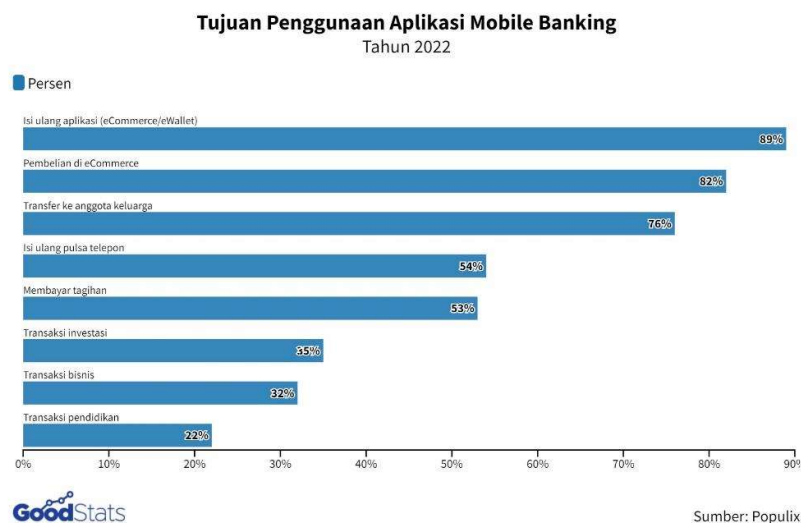
kenyamanan nasabah dalam memproses transaksi finansial maupun non finansial secara *online*. Dikarenakan banyaknya konsep yang sama dalam perusahaan yang bergerak di bidang perbankan, maka perusahaan berusaha untuk menerapkan dan meningkatkan teknologi informasi yang dapat memajukan dunia perbankan dengan memunculkan aplikasi *Mobile Banking*.

Dengan terciptanya *Mobile Banking*, dunia perbankan pun memiliki banyak respon positif terhadap aplikasi tersebut, karena saat ini *mobile banking* menjadi hal yang paling diperhatikan dalam menjadi prioritas dalam peningkatan yang baik, karena memiliki keuntungan yang dapat diakses kapanpun dan dimana saja hanya memakai *gadget*. Apabila *gadget* telah disambungkan dengan jaringan internet maka nasabah sudah bisa melakukan kegiatan finansial dengan cepat terutama pada pertengahan tahun 2020 yang dimana terjadi pandemi *covid* di seluruh dunia yang dimana para masyarakat berada di rumah dan mengandalkan teknologi untuk bekerja atau beraktivitas (Anggareni *et al.*, 2023). Hal tersebut telah berdampak besar bagi beberapa usaha. Dalam mengatasi permasalahan ekonomi tersebut, sistem perbankan menjalankan peran penting dalam kondisi tersebut dengan tujuan pencapaian harapan dan kebutuhan masyarakat serta meningkatkan pendapatan yang didapatkan dari sistem digital sehingga perusahaan perbankan menciptakan aplikasi *Mobile Banking* dalam rangka mempermudah kegiatan masyarakat (Setyono, 2023).

Sebelum adanya kehadiran *mobile banking*, apabila nasabah ingin mengecek saldo rekeningnya sendiri, nasabah perlu menghubungi nomor yang tertera untuk sms langsung ke bank atau nasabah atau perlu ke *ATM* hanya untuk

mengecek saldo. Ketidakefisienan tersebut yang menurunkan keminatan dalam menabung di bank. Akan tetapi, pada tahun 2011 aplikasi *Mobile banking* muncul dalam mempermudah nasabah yang bisa diakses kapan saja serta keamanan data yang diatur oleh sistem perbankan dikelola dengan baik.

Gambar 1.3 Tujuan Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Tahun 2022



Sumber: Populix (2022)

Seperti yang ditunjukkan pada gambar diatas, telah dibuktikan bahwa tingkat persentase efektivitas dalam pemakaian *aplikasi mobile banking* memperoleh hasil yang tinggi dikarenakan aplikasi tersebut praktis digunakan, efisien, mudah diakses, aman, dan bagus untuk dipakai ke layanan *e-Commerce* dan *e-Wallet*. Nasabah lebih banyak menggunakan aplikasi *mobile banking* juga karena ada rasa aman dari pemakaian aplikasi tersebut serta kemudahan dan kemanfaatan yang diperoleh dari penggunaan aplikasi tersebut (Wandi *et al.*, 2022). Situasi tersebut telah mengindikasikan bahwa layanan pemakaian *mobile banking* akan kemudahan, keamanan, dan kemanfaatannya yang telah meningkatkan minat nasabah yang semakin tinggi dalam mengaplikasikan *mobile banking*. Kepercayaan

merupakan unsur yang didukung dalam segi apabila penawaran dari bank yang memenuhi keinginan nasabah maka minat nasabah dalam melakukan pertimbangan untuk menggunakan aplikasi tersebut juga berpengaruh (Hamka *et al.*, 2022).

Mobile banking merupakan sebuah sistem yang diaplikasikan dalam rangka mempermudah nasabah dalam menjalankan kegiatan finansial baik dari segi penyaluran dana, pembayaran tagihan, dan fitur lainnya yang bersangkutan positif dari para nasabah karena akan kemudahannya dalam mengakses aplikasi tersebut baik dimanapun dan kapanpun asal dengan tersedianya internet. Sebuah software yang diciptakan dalam bentuk aplikasi *mobile banking* memiliki beragam fitur yang berguna bagi kebutuhan nasabah yang efisien dan efektivitas (Kota dan Kusumastuti, 2022). Salah satu faktor utama dalam menggunakan *mobile banking* ialah memudahkan segala transaksi nasabah dalam mengatur keuangan mereka dengan fitur-fitur yang sudah dirancang atau diperbarui oleh industri perbankan. Dalam perekonomian suatu negara khususnya negara Indonesia adalah memunculkan kegiatan usaha yang dapat mendukung para masyarakat dalam mengedepankan transaksi mereka sendiri secara efisien agar pencapaian himpunan dana dapat dikelola dengan layanan baik. Layanan baik berupa kemudahan fitur dan kinerja dari para pengguna aplikasi tersebut menjadi suatu langkah yang dapat mengubah antar aspek kuantitas efektivitas penggunaan *mobile banking* itu sendiri.

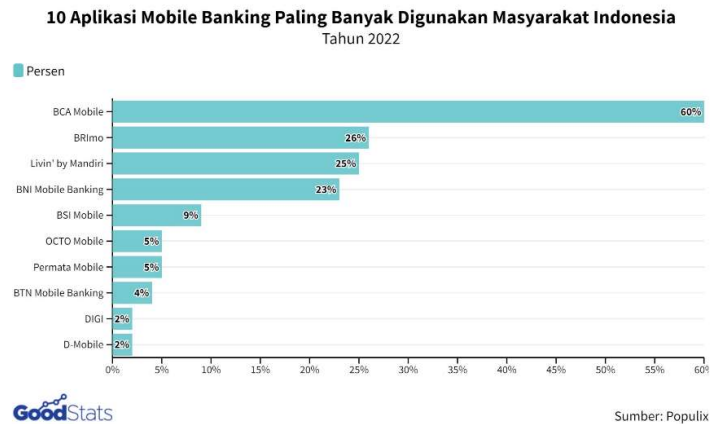
Proses kelancaran menabung dan menyalurkan dana baik dilakukan oleh nasabah dari segi kegiatan simpanan yang dilakukan secara langsung atau kredit yang tidak langsung yang memuat pelayanan transfer, pelayanan pembayaran, servis penagihan, dan pelayanan debit kredit sebagainya. Karena persaingan dunia

bank yang sangat besar, perusahaan yang bergerak di bagian perbankan akan semakin meningkat untuk berupaya dalam memberikan nilai plus (*value*) kepada nasabah dengan menjalani pelayanan yang sesuai dengan nasabah dalam rangka memenuhi kepuasan nasabah. Berdasarkan pendapat Pranoto dan Setianegara (2020), apabila sebuah aplikasi memiliki berbagai manfaat dan kemudahan sistem yang diterapkan maka hal tersebut sangat membantu meningkatkan perilaku konsumen untuk memiliki keminatan dalam menggunakan aplikasi tersebut. Dalam penentuan sebuah produk biasanya terdapat unsur penting yang membuktikan hasil produk tersebut bagus atau tidak tergantung pada penilaian konsumen yang melakukan berbagai pengamatan. Salah satunya penentuan keberhasilan sebuah produk ialah hasil penilaian dari konsumen yang dimana ketika sebuah produk memiliki nilai review yang positif yang tinggi dari berbagai konsumen maka tingkat keminatan pada individu akan tertarik dalam penggunaan produk tersebut (Hermawan *et al.*, 2020).

Bank berperan menjadi pihak penengah dalam menyangkut penyaluran dana kepada pihak yang membutuhkan dengan sistem pembiayaan bisnis atau sebagainya (Purba dan Tipa, 2024). Karena itu respond nasabah terhadap penggunaan aplikasi *Mobile banking* telah membawa banyak efek di perusahaan perbankan, sehingga perusahaan perbankan berusaha bersaing dalam menciptakan aplikasi yang dapat mempermudah layanan transaksi nasabah. Secara spesifik, *mobile banking* memiliki berbagai jenis yang berupa *BCA Mobile*, *BRI Mo*, *Livin' by Mandiri*, *BSI Mobile*, *OCTO Mobile*, *Permata Mobile*, *BTN Mobile Banking*,

DIGI, dan sebagainya. Berikut ini tabel persentase aplikasi *mobile banking* yang banyak digunakan oleh pengguna yang ditampilkan sebagai berikut:

Gambar 1.4 Persentase Popularitas Aplikasi M-Banking di Indonesia



Sumber: Populix (2022)

Berdasarkan data analisis *Populix* (2022), *Bca mobile* merupakan aplikasi terpopuler atau dapat dikatakan sebagai aplikasi perbankan yang paling banyak dipakai oleh pengguna sebesar 60%. Selain itu, *Brimo* menempatkan posisi kedua sebesar 26% pengguna. *Livin by Mandiri* berada di posisi ketiga sebesar 25%. Posisi keempat ialah *BNI Mobile Banking* yang mencapai sebesar 23%. Keempat aplikasi tersebut masih tergolong bagus dikarenakan masih banyaknya pengguna yang memakainya. Namun, untuk aplikasi *BSI Mobile*, *OCTO Mobile*, *Permata Mobile*, dan *BTN Mobile banking* telah mendapatkan popularitas dibawah 10%. Hal yang mempengaruhi perbedaan popularitas yang jauh antar aplikasi *mobile banking* tersebut adalah tingkat pemasaran, tampilan aplikasi yang terbatas, keamanan data, dan dukungan pelanggan yang memadai. Namun, pada penelitian kali ini akan lebih menjerumus lebih dalam terkait dengan bagaimana tanggapan nasabah terhadap penggunaan *mobile banking* BNI yang berlangsung saat ini.

Aplikasi Mbanking BNI menciptakan sebuah sistem layanan yang bergerak dibidang perbankan dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah secara efisien untuk menyalurkan dana dengan *gadget*. Keefesienan tersebut berkaitan dengan kebebasan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan baik dari segi tempat dan waktu. Untuk pendaftaran sebagai pengguna aplikasi Mbanking BNI tidak sulit, tetapi hanya berdasarkan langkah-langkah yang tertera dalam sistem Mbanking tersebut, seperti input nama, pin, dan sebagainya tanpa harus ke bank BNI langsung. Aplikasi m-banking BNI juga tidak menyerah dalam meningkatkan performa yang bagus dalam aplikasinya. Hal ini telah didukung oleh beberapa respond pengguna aplikasi Mbanking BNI etelah menggunakan aplikasi Mbanking BNI tersebut. fitur layanan yang dapat diakses dalam *mobile banking* BNI yakni sebagai berikut:

- Informasi saldo
- Pembukaan rekening Taplus
- Qris BNI M-Banking
- Top-up E-wallet
- Pembelian token listrik
- BNI Debit Online
- Transfer BI-Fast
- Dan lainnya

Fitur-fitur tersebut telah membawa keunggulan yang lebih untuk aplikasi *m-banking BNI*. Terdapat juga fitur yang berguna bagi mahasiswa yang dimana mahasiswa melakukan pembayaran biaya kuliahnya dengan menggunakan *epayment* yang dimana mahasiswa dapat membayar dengan pembayaran secara

virtual account. *Virtual account* ini merupakan sebuah layanan yang dimiliki dan dapat diakses dalam setiap aplikasi *mobile banking*.

Fitur-fitur aplikasi *mobile banking BNI* tersebut telah memiliki fitur yang cukup bagus untuk digunakan oleh nasabah, namun ada juga permasalahan yang dialami oleh nasabah ketika mengaksesnya ialah aplikasinya tidak dapat diakses karena terdapat informasi yang mengatakan pada saat pendaftaran *mobile banking* diperangkat sendiri terdapat gangguan dalam pendaftaran tersebut. Salah satunya yang sering terjadi gangguan pada saat pendaftaran aplikasi *mobile banking* ialah verifikasi diri. Hal tersebut dapat diatasi ketika nasabah datang ke kantor cabang untuk keluhan tersebut, namun tidak semua nasabah memiliki ketersediaan waktu untuk ke kantor cabang tersebut.

Walaupun fitur-fitur dalam aplikasi Mbanking BNI banyak, namun permasalahan lain yang ditemukan dalam memakai aplikasi tersebut ialah banyaknya pengguna yang sudah menginstall aplikasi Mbanking BNI, namun fitur dalam aplikasi tersebut masih tidak dapat diaplikasikan dengan baik seperti pembukaan rekening deposito, pembelian tiket pesawat dan sebagainya. Bagi beberapa pengguna dapat memahami cara penggunaan fitur tersebut sehingga akan merasakan fitur tersebut bermanfaat baginya, tetapi bagi yang belum bisa cara menggunakan fitur tersebut akan merasa fitur tersebut tidak bermanfaat dalam aplikasi Mbanking tersebut.

Dalam dunia perbankan, data keuangan dan data pribadi tergolong penting untuk dijaga. Untuk menarik ketertarikan nasabah untuk menggunakan aplikasi

perbankan, perusahaan akan berusaha menciptakan aplikasi perbankan dengan keamanan tinggi. Namun, permasalahan keamanan yang ditemukan dalam dunia perbankan ialah modus *phishing*. Hal ini banyak terjadi pada nasabah bank BNI yang dimana terdapat nomor yang *random* yang mengaku sebagai salah satu pihak bank dalam memberikan informasi palsu, seperti link yang dikirim oleh pelaku tersebut ke nomor kita, dan apabila kita klik link tersebut maka akan membuat data pribadi kita telah diretas pelaku tersebut.

Permasalahan modus yang terjadi pada aplikasi perbankan juga mempengaruhi rasa kepercayaan nasabah terhadap penggunaan aplikasi perbankan tersebut yang dimana nasabah merasa sistem aplikasi yang dikelola pihak perbankan tersebut masih rendah, sehingga pelaku dapat melakukan segala cara dalam mensabotase permasalahan perbankan yang banyak ditemui dalam kasus penggunaan Mbanking BNI baik dari segi penyamaran, membuat halaman *website* yang palsu, dan *link* yang berbahaya.

Terkait dengan permasalahan yang telah peneliti jabarkan sebelumnya telah menemukan hasil penelitian sebelumnya masih tidak sepenuhnya konsisten, maka peneliti berminat untuk meneliti penelitian ulang dengan judul “Analisis Faktor-Faktor dan Persepsi Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah disampaikan oleh peneliti, penelitian ini mempunyai berbagai masalah dalam bentuk perincian, yakni:

1. Kesulitan yang masih dialami oleh para nasabah ketika mendaftarkan diri pada aplikasi *mobile banking*.
2. Beberapa nasabah yang masih belum bisa memanfaatkan aplikasi *Mobile Banking* dengan baik.
3. Keamanan yang kurang memadai ketika smartphone kita telah diretas atau dihack oleh *hacker*.
4. Masih banyaknya nasabah yang lebih memilih aplikasi lain ketimbang memilih aplikasi tersebut dikarenakan kurangnya kepercayaan yang didapatkan dari aplikasi tersebut.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini ditentukan dengan batasan masalah supaya ruang lingkup penelitian lebih terpusat pada masalah yang ditunjukkan pada penelitian ini. Batasan masalah yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen dalam penelitian ini ialah:
 - Faktor : Keamanan, dan Kepercayaan.
 - Persepsi : Persepsi kemudahan dan Persepsi kemanfaatan
2. Variabel Dependen dalam penelitian ini ialah Minat Nasabah.
3. Objek penelitian dalam penelitian ini ialah Mahasiswa yang menggunakan *Mobile Banking BNI* di Batam.
4. Waktu dalam penelitian ialah: Tahun 2019 - 2023

1.4 Rumusan Masalah

Berlandaskan penjelasan yang terkait latar belakang penelitian yang disampaikan oleh penulis, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah yakni:

1. Apakah Persepsi Kemudahan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* di Batam?
2. Apakah Persepsi Kemanfaatan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* di Batam?
3. Apakah Keamanan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* di Batam?
4. Apakah Kepercayaan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* di Batam?
5. Apakah Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Keamanan, dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* di Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah penelitian yang telah disampaikan maka tujuan penelitian akan ditujukan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* di Batam.
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah Persepsi Kemanfaatan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* di Batam.

3. Untuk menguji dan menganalisis apakah Keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* di Batam.
4. Untuk menguji dan menganalisis apakah Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* di Batam.
5. Untuk menguji dan menganalisis apakah Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Keamanan, dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap Minat Nasabah menggunakan *Mobile Banking* di Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Objek Penelitian di Batam

Penulis berharap peneliti selanjutnya dapat memberikan wawasan dan referensi yang lebih ekstensif dan akurat dalam membagikan teori yang memadai mengenai mengenai penelitian terhadap Minat Nasabah.

2. Bagi Mahasiswa Akuntansi

Penulis berharap mahasiswa Akuntansi dapat membagikan macam-macam referensi yang terkait dengan topik penelitian pengaruh minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* meliputi Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Keamanan, dan Kepercayaan dalam dunia perbankan.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti,

Peneliti berharap penelitian ini dapat secara praktis mengimplementasikan secara langsung dalam rangka efektivitas kegiatan keuangan dengan variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini.

2. Bagi Institusi Universitas Putera Batam,

Peneliti berharap penelitian ini dapat membantu merealisasikan materi perkuliahan yang berkaitan dengan perbankan serta dapat membantu mahasiswa dalam mendapatkan pengetahuan terkait dengan permasalahan perbankan.

3. Bagi Pembaca,

Peneliti berharap pembaca dapat menangkap atau memahami sumber bacaan dari pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, keamanan, dan kepercayaan dalam menggunakan *mobile banking* terhadap minat nasabah.