

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang menghasilkan informasi di era modern saat ini sangat berkembang pesat dalam kehidupan kita sehari - hari. Di Indonesia, teknologi informasi sangat membantu dalam pengembangan sistem dalam bidang perkantoran, pendidikan maupun tempat umum. Adanya perkembangan teknologi ini juga diterapkan dalam *industri* termasuk sektor perbankan. Perkembangan dalam sektor perbankan telah tumbuh dengan pesat dan mendominasi kegiatan perekonomian di Indonesia. Jika dulu bank berlomba-lomba untuk ekspansi dengan membuka kantor cabang untuk dekat dengan nasabahnya. Nasabah jika ingin menabung maka harus mendatangi bank dan menyetorkan uang melalui teller. Begitupula jika nasabah ingin menarik uang, melakukan transfer, maupun melakukan pembayaran. Kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang umumnya dilakukan pada transaksi perbankan secara manual.

Namun sekarang selama hampir dua decade terakhir transaksi di cabang kini tidak banyak menjadi pilihan nasabah. Antrean panjang bak ular dikantor cabang kini sudah jarang terlihat. Hal ini didorong dengan adanya perkembangan terutama teknologi digital. Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat membuat perbankan mulai beralih untuk mengembangkan layanan perbankan dengan sentuhan digital. Berdasarkan data yang ditampilkan dalam (www.cnbcindonesia.com), saat ini jumlah bank komersial sudah berkurang yang sebelumnya berjumlah 120 bank pada tahun 2014 kini menjadi 111 bank pada tahun 2019. Begitupula dengan kantor cabang pada Oktober 2015 mencapai 32.963 kantor dan pada Agustus 2019 turun menjadi 31.411 cabang.

Fenomena penurunan ROA berpengaruh positif terhadap peningkatan CAR bank. Fenomena ini sesuai dengan hasil riset menunjukkan bahwa ROA berpengaruh

positif terhadap CAR (Rizky 2015, Khaled *et al* 2013 dan Bateni 2014). Selain itu berkembangnya fintech dengan persyaratan yang lebih mudah juga dapat menarik minat masyarakat dalam menggunakannya. Jika dibandingkan dengan persyaratan *M-Banking*, nasabah lebih dahulu perlu membuat rekening lalu barulah bisa nasabah menggunakan *M-Banking* sedangkan untuk penggunaan fintech sendiri jauh lebih mudah dan sederhana. Pengguna cukup melakukan registrasi sederhana pada aplikasi *fintech*, lalu pengguna dapat menggunakan untuk berbagai transaksi.

Dari sisi lain peran kantor cabang mulai tergantikan oleh bank yang ada dalam genggam tangan alias ponsel. Dulu sebelum adanya internet banking dan *M-Banking* (*mobile banking*), untuk mentransfer uang saja nasabah perlu pergi ke cabang bahkan ke ATM. Namun sekarang dengan adanya internet banking dan *M-Banking*, nasabah tidak perlu repot-repot untuk datang ke cabang atau ke ATM untuk melakukan transaksi perbankan pada umumnya. Hingga saat ini dunia perbankan di Indonesia bahkan di dunia telah menyediakan layanan *M-Banking* (*Mobile Banking*) yang berguna untuk mempermudah segala transaksi keuangan melalui aplikasi pada *smartphone*. Peluncuran *Mobile Banking* ini merupakan layanan perbankan yang memanfaatkan teknologi berbasis digital yang sangat berguna bagi masyarakat.

Mobile Banking merupakan layanan transaksi keuangan yang dikemas dalam bentuk aplikasi yang dapat diunduh melalui *smartphone* nasabah. Banyak manfaat yang diperoleh nasabah apabila menggunakan *Mobile Banking*, antara lain yaitu dapat menghemat waktu karena transaksi keuangan yang biasanya dilakukan dengan datang ke bank atau ke ATM yang membutuhkan waktu yang lama kini dapat dengan cepat dengan menggunakan *Mobile Banking*, selain itu kita dapat melakukan transaksi dengan *Mobile Banking* kapanpun dan dimanapun tanpa ada batasan waktu dan tempat. Selain itu, masih banyak fitur-fitur yang tersedia antara lain informasi layanan saldo, mutasi rekening, *m-commerce*, *m-payment* atau pembayaran tagihan (listrik, telepon, air, internet, asuransi) dan lain-lain.

Dalam era globalisasi, dunia perbankan dituntut untuk menunjukkan kinerja dan pelayanan yang semakin baik. Perkembangan perbankan di Indonesia sejak

dilaksanakan deregulasi menjadikan persaingan semakin kompetitif. Hal ini sudah tentu menuntut proses pendewasaan dari perbankan Indonesia kearah *profesionalisme*, karena dilaksanakan melalui penciptaan iklim bersaing yang wajar antara bank bank di Indonesia baik bank pemerintah, swasta nasional maupun bank asing.

Perkembangan teknologi saat ini, mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan aplikasi *Mobile Banking* sebagai alat transaksi keuangan saat ini, mengingat fitur layanan tersebut memiliki banyak manfaat yang diperoleh, oleh karena itu terjadi peningkatan jumlah transaksi keuangan menggunakan uang elektronik, dari tahun ke tahun. Menurut data Bank Indonesia terjadi peningkatan yang begitu tinggi sampai dengan tahun 2019, kenaikan pengguna Uang elektronik beredar naik hingga mencapai Rp 145.165.468 (dalam jutaan) yang didominasi penggunaan *Mobile Banking*.

Tabel 1.0 Data Penggunaan Uang Elektronik Beredar

Periode	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019
Volume	535,579,528	683,133,352	943,319,933	2,922,698,905	5,226,699,919
Nominal	5,283,018	7,063,689	12,375,469	47,198,616	145,165,468

Sumber: Bank Indonesia (<https://www.bi.go.id/id>) data telah diolah

Keterangan: Volume dalam satuan transaksi, Nominal (dalam jutaan Rp)

Dari tabel diatas dapat dilihat dari 5 (lima) tahun terakhir, banyaknya transaksi menggunakan uang elektronik (*e-money*) untuk tahun 2015 mengalami transaksi sebanyak 535,579,528, tahun 2016 terjadi transaksi sebanyak 683,133,352, untuk tahun 2017 sebanyak 943,319,933, untuk tahun 2018 terjadi transaksi sebanyak 2,922,698,905 dan untuk tahun 2019 sebanyak 5,226,699,919. Jadi setiap tahun mengalami peningkatan transaksi dari tahun pertahun.

Menurut Fadlan (2018) menyatakan penyelenggaraan *Mobile Banking* atau *M-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. Mengingat pada era modern saat ini *M-Banking* memiliki banyak manfaat untuk kebutuhan hidup, namun ada contoh kasus yang bahkan mengakibatkan kerugian bagi pihak bank maupun nasabah bank.

Meskipun banyak keuntungan yang didapat oleh nasabah, namun pada kenyataannya layanan ini sangat jarang digunakan oleh nasabah dan cenderung tidak diminati. Nasabah lebih senang melakukan transaksi via ATM atau dengan antri di bank. Pada kenyataannya jumlah pengguna *M-Banking* di Indonesia lebih sedikit dibanding dengan pengguna internet. Pengguna internet di Indonesia mencapai 25 juta dengan populasi 272,1 juta jiwa (Detik.com, 2020) sedangkan pengguna Aplikasi *M-Banking* pada Bank Mandiri sebanyak kurang lebih 5 juta. Kenyataannya banyak nasabah yang mempunyai fasilitas *M-Banking* namun tidak pernah memanfaatkannya, dikarenakan pengoperasian sistem yang kadang terkesan rumit dan tidak semua orang paham cara menggunakannya. Faktor lain adalah tingkat kemampuan nasabah dalam menggunakan *mobile phone*, faktor ini juga mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *M-anking*. Nasabah yang tidak mampu menggunakan *mobile phone*, akan mengalami kesulitan dalam mengoperasikan layanan *M-Banking*.

PT. Bank Mandiri Tbk Yogyakarta sebagai salah satu badan usaha milik negara terus memperkuat perannya sebagai Lembaga intermediasi untuk mendorong perekonomian nasional hal ini ditunjukkan Hal itu ditunjukkan dengan penyaluran KUR sebesar Rp 2 miliar sejak awal Agustus 2019 dan akan terus mendorong sehingga lebih besar lagi. Peneliti memilih kota Yogyakarta sebagai lokasi penelitian karena merupakan kota dapat digolongkan sebagai salah satu kota metropolitan yang sedang berkembang dengan adanya *Mobile Banking* dan belum ada penelitian yang dilakukan tentang minat para pengguna aplikasi *M-Banking* di kota Yogyakarta. Permasalahan tentang bagaimana nasabah dapat menerima dan memanfaatkan layanan *M-Banking* ini secara maksimal dapat dijelaskan dengan menggunakan kerangka TAM (*Theory Acceptance Model*) dan TPB (*Theory of Planned Behavior*).

TAM merupakan sebuah teori sistem informasi yang didesain guna menerangkan cara pengguna mengaplikasikan dan mengerti sebuah teknologi informasi. Tujuan TAM yaitu menjelaskan dan memprediksi penerimaan hubungan dengan basis informasi dalam suatu pengguna terhadap suatu teknologi serta menjelaskan tingkah laku pemakai akhir (*end user*) dengan variasi yang luas serta jumlah populasi pemakai. Ada dua komponen inti yang berkaitan dengan model penerimaan teknologi yaitu Persepsi Kegunaan (*Perceived Of Usefulness*) dan Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) dalam penggunaan teknologi informasi. Yang dimana kedua komponen ini bila dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Teori ini merupakan pengembangan dari TRA. TPB ini mengembangkan TRA dengan menambahkan sebuah konstruk yang kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavior control*) akan mempengaruhi minat dan perilaku.

Berdasarkan penelitian dari Enrico (2019) dengan menggunakan 5 (lima) faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *emoney* yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, risiko, kepercayaan dan gender. Alasan menggunakan faktor *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* karena berdasarkan teori Davis dua faktor tersebut merupakan faktor yang paling signifikan yang mempengaruhi keinginan untuk mengadopsi *Mobile Banking*.

Salah satu model yang banyak digunakan adalah teori aksi beralasan (*Theory of Reason Action-TRA*). Teori ini adalah sebuah model sosial kognitif yang menyediakan sebuah framework dalam memahami perilaku sadar seorang individu (Ajzen, 1975). Sedangkan *Theory of planned behavior (TPB)* adalah perluasan dari TRA (Ajzen & Fishbein, 1980). Seperti halnya TRA faktor sentral di dalam teori ini adalah intensi/maksud untuk melakukan suatu perilaku. Semakin kuat intensi yang dimiliki maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 1991).

Tabel 1.1. Research Gap

No.	Research Gap	Hasil	Peneliti
1	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i> terhadap <i>Attitude</i>	Berpengaruh Positif	Singasatia dan Melami (2013)
		Tidak Berpengaruh	Tyas dan darma (2017)
2	Pengaruh <i>Perceived Usefulness (PU)</i> terhadap <i>Attitude</i>	Berpengaruh Positif	Santoso (2010)
		Tidak Berpengaruh	Tyas dan darma (2017)
3	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i> terhadap <i>Perceived Usefulness (PU)</i>	Berpengaruh Positif	Tyas dan darma (2017)
		Tidak Berpengaruh	Mandasari dan Giantari (2017)
4	Pengaruh <i>Perceived Usefulness (PU)</i> terhadap <i>Intention to Use (ITU)</i>	Berpengaruh Positif	Kusumawati (2017)
		Tidak Berpengaruh	Ramadhan, et al.(2016)
5	Pengaruh <i>Attitude (A)</i> terhadap <i>Intention to Use (ITU)</i>	Berpengaruh Positif	Singasatia dan Melami (2013)
		Berpengaruh Negatif	

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori TAM dan TPB yang berbeda dengan penelitian sebelumnya menggunakan teori TAM dan TRA, dan menambahkan variabel *Subjective Norm (SN)* dan *Perceived Behavioral Control (PBC)* untuk sampel yang digunakan berbeda dari penelitian sebelumnya, dalam penelitian ini dilakukan di Yogyakarta.

Peneliti memilih kota Yogyakarta sebagai lokasi penelitian karena penggunaan M-Banking bank Mandiri di kota Yogyakarta masih rendah sehingga belum mencapai target bank Mandiri, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mampu mempengaruhi masyarakat Yogya untuk menggunakan *m-banking* Mandiri. Penggunaan *M-banking* pada bank Mandiri masih sangat terbatas, hal ini dikarenakan sistem informasi m-banking masih terbilang kurang lengkap dan masih lama pengelolanya. Hal ini menghambat pembayaran yang akan dilakukan oleh pengguna *m-banking*, sehingga konsumen lebih memilih untuk membayar langsung dibandingkan dengan menggunakan *m-banking*. Penggunaan *M-Banking* bank Mandiri di Yogya masih rendah sehingga belum mencapai target pasar bank Mandiri, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor apakah yang mampu mempengaruhi masyarakat Yogya untuk menggunakan *m-banking* Mandiri.

TPB memiliki faktor pembentuk yaitu PBC dan NS, sedangkan TAM faktornya adalah PEOU, PU dan *Attitude*. Penjelasan PBC ke PEOU adalah semakin tinggi PBC mengindikasikan bahwa semakin baik kontrol perilaku seseorang sehingga akan meningkatkan kemudahan penggunaan. Semakin baik kontrol perilaku (PCB) mengindikasikan seseorang dalam menggunakan M-Banking dapat dikontrol lebih baik, sehingga akan meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan *M-Banking*. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Persepsi kontrol perilaku (PBC) berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) M-Banking. Berdasarkan latar belakang diatas, maka untuk penelitian ini difokuskan dengan judul: **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MENGGUNAKAN M-BANKING BANK MANDIRI BERDASARKAN TEORI TAM dan TPB (Studi kasus pada Nasabah Bank Mandiri yang menggunakan M-Banking)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merumuskan masalah berupa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Perceived Ease of Use (PEOU)* berpengaruh positif terhadap *Attitude (A)*?
2. Apakah *Perceived Usefulness (PU)* berpengaruh positif terhadap *Attitude (A)*?
3. Apakah *Perceived Ease of Use (PEOU)* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness (PU)*?
4. Apakah *Perceived Usefulness (PU)* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use (ITU)*?
5. Apakah *Subjective Norm (SN)* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness (PU)*?
6. Apakah *Subjective Norm (SN)* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use (ITU)*?
7. Apakah *Attitude (A)* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use (ITU)*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor – faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah Bank Mandiri sebagai alat pembayaran dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*, sehingga dapat memberikan saran bagi pihak Perbankan.

1. Untuk mengetahui pengaruh positif *Perceived Ease of Use (PEOU)* terhadap *Attitude (A)*.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif *Perceived Usefulness (PU)* terhadap *Attitude (A)*.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif *Perceived Ease of Use (PEOU)* terhadap *Perceived Usefulness (PU)*.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif *Perceived Usefulness (PU)* terhadap *Intention to Use (ITU)*.
5. Untuk mengetahui pengaruh positif *Subjective Norm (SN)* terhadap *Perceived Usefulness (PU)*.

6. Untuk mengetahui pengaruh positif *Subjective Norm (SN)* terhadap *Intention to Use (ITU)*.
7. Untuk mengetahui pengaruh positif *Attitude (A)* terhadap *Intention to Use (ITU)*.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

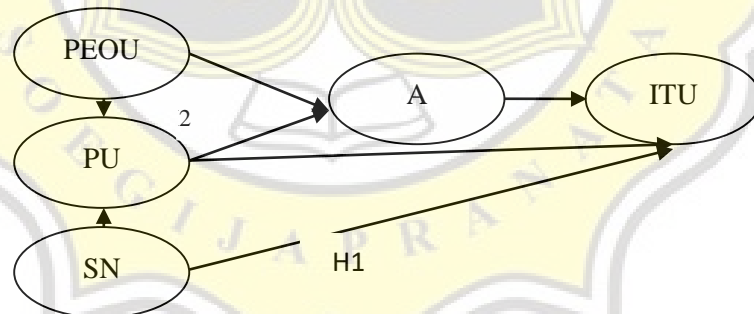
a. Manfaat teoritis

Untuk dapat membantu pihak Bank Mandiri mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan aplikasi.

b. Manfaat praktis/kebijakan

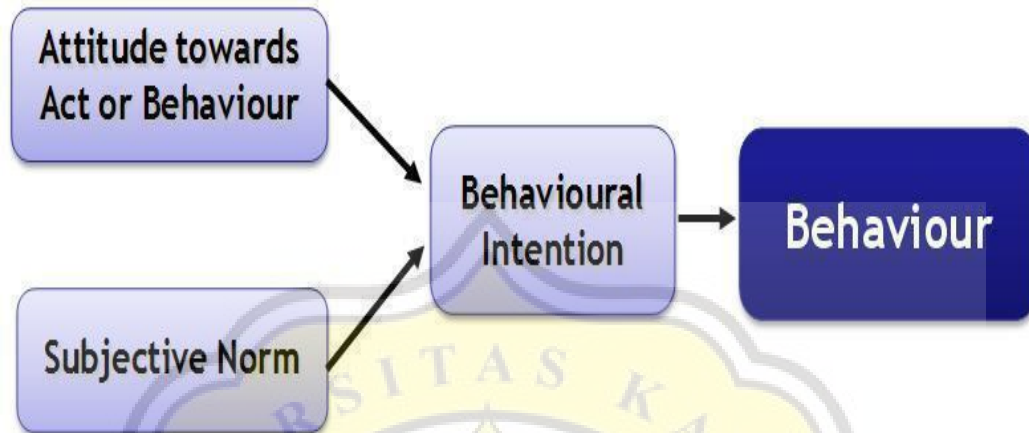
Untuk dapat memperluas pengetahuan dan wawasan mengenai sistem informasi dalam pembayaran m-banking khususnya dengan adanya aplikasi Mandiri Online dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5. Kerangka Pikir



Gambar 1.1. Kerangka Pikir

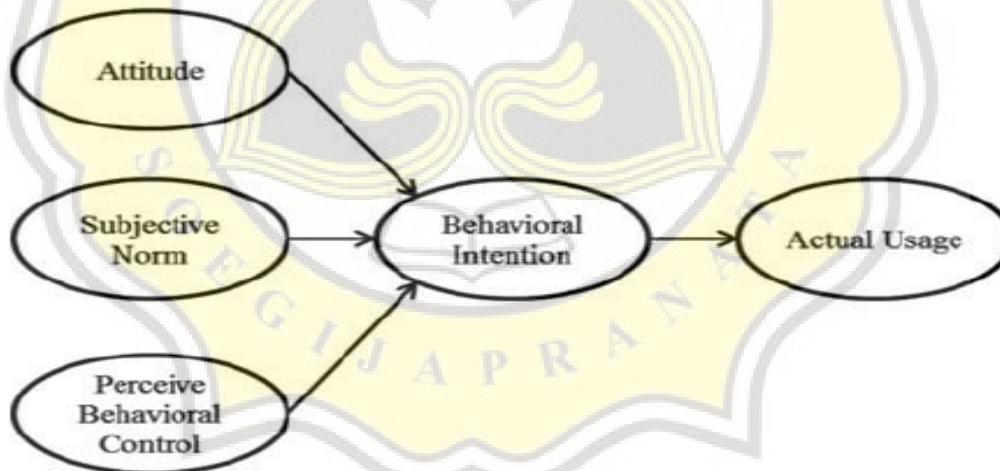
TRA



Gambar 1.2 TRA

TPB

TPB adalah turunan dari TRA dg tambahan variabel PBC



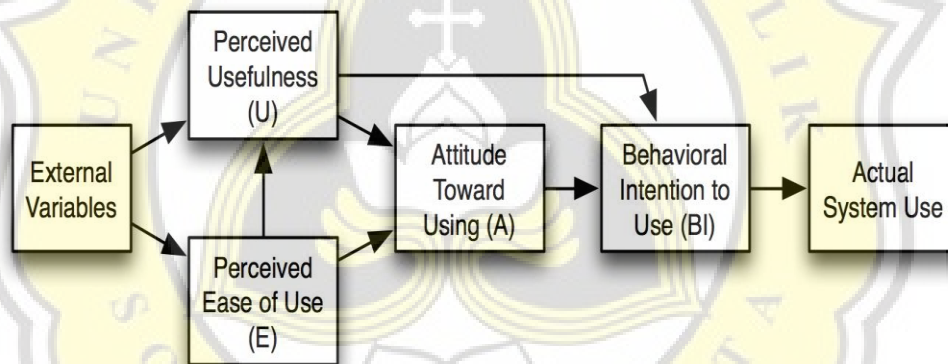
Gambar 1.3 TPB

TAM

TAM adalah turunan dari TPB (yang adalah turunan dari TRA), khusus untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan sebuah teknologi. TAM menarik variabel *Attitude* ke faktor-faktor apa yang membentuk *Attitude* (yaitu PU dan

PEOU). Perhatikan bahwa TAM men-drop variabel Subjective norm dan PBC. Menurut Ajzen (2002) *perceived behavioral control* didefinisikan sebagai persepsi kemudahan atau kesulitan untuk melakukan perilaku.

PU bisa timbul dari persepsi/pengalaman internal/pribadi, tapi bisa juga dipengaruhi oleh eksternal/orang lain (NS). Namun di TAM, NS tidak dimunculkan tersendiri. Para pelaku bisnis dapat bertindak sebagai pelaku penyedia layanan *m-banking* atau bisa membuat program yang sesuai, misal memakai model dari berbagai kalangan (pebisnis sampai pelaku UMKM atau masyarakat biasa, mahasiswa, dll) untuk promosi, sebagai role-model, untuk meyakinkan orang untuk menggunakan *m-banking*.



Gambar 1.4 TAM

Berdasarkan kerangka pikir dapat dijelaskan bahwa pada penelitian ini akan menganalisis pengaruh *perceived ease of use (PEOU)*, *perceived usefulness (PU)*, *subjective norm (SN)* terhadap *intention to use (ITU)* dengan *attitude (A)* sebagai variabel intervening. Semakin tinggi *perceived ease of use (PEOU)*, *perceived usefulness (PU)*, *subjective norm (SN)*, akan meningkatkan *attitude (A)*, dan berdampak pada peningkatan ITU (*intention to use*).

1.6. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini dibagi dalam lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang gambaran secara menyeluruh mengenai isi penelitian dan gambaran permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pikir serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bagian ini menjelaskan teori dan konsep setiap variabel dependen dan independen yang digunakan sebagai dasar dari riset penelitian. Teori dan konsep tersebut akan digunakan untuk mengembangkan hipotesis yang akan digunakan untuk mengembangkan hipotesis yang akan digunakan untuk menjelaskan fenomena riset.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai metode penelitian mencakup variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan dalam pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Bab ini menjelaskan tentang objek penelitian, analisis data dan menginterpretasikan hasil pengujian hipotesis sesuai dengan model empiris yang telah ditetapkan. Hasil dan pembahasan bertujuan untuk menjawab setiap perumusan masalah dalam penelitian.

BAB V KESIMPULAN, SARAN, KETERBATASAN, DAN IMPLIKASI

Kesimpulan menunjukkan keberhasilan tujuan dari riset dan menjelaskan hipotesis apa saja yang didukung oleh penelitian sebelumnya. Selain itu, juga dijelaskan mengenai keterbatasan dan saran bagi peneliti berikutnya serta implikasi penelitian bagi pembaca.