

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Teknologi informasi mengalami kemajuan yang pesat seiring dengan kemajuan dan perkembangan zaman. Kemajuan teknologi mempunyai efek yang sifatnya *multiplier* (pengganda), yang artinya kemajuan teknologi menyebabkan kemajuan di bidang lainnya, salah satu bidang tersebut adalah sistem pembayaran. Kemajuan teknologi di bidang komunikasi, terutama internet dan telepon genggam sangat berpengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran (Sumarwan, 2011: 346).

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI) terdapat 38 dompet digital (e-wallet) dengan lisensi resmi. Riset iPrice dan App Annie menyebutkan bahwa terdapat 4 layanan E-Payment Indonesia di Media Sosial yang sangat populer saat ini yaitu Go-Pay, OVO, DANA dan LinkAja. Berikut Data Persentase Pengguna E-Payment :

<b>E-Payment</b>	<b>Persentase Penggunaan</b>
Go-Pay	79,39%
OVO	58,42%
TCash	55,52%
DANA	34,18%
LinkAja	19,27%
PayTren	3,70%

Sumber: Data Riset iPrice dan App Annie 2021

Pengembangan layanan perbankan tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank adalah layanan online banking. Online banking adalah layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah. Bentuk layanan perbankan

berbasis online adalah *Automatic Teller Machine (ATM)* dan *electronic banking (e-banking)* Irmadhani dan Nugroho, 2012. Tirtana dan shinta permata sari, 2014, Bank Indonesia membagi layanan e-banking menjadi 4 kategori, yaitu internet banking, mobile banking, phone banking dan SMS banking. Akan tetapi perkembangan teknologi informasi saat ini yang sangat pesat membuat keempat layanan tersebut semakin sulit untuk dibedakan.

Mobile banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan M-Banking merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui sms (pesan singkat) pada handphone. Dengan adanya handphone dan layanan mobile banking, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan handphone nasabah dapat menghemat waktu dan biaya. Layanan mobile banking memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain (Mubiyantoro dan Syaefullah, 2013: 2).

Fenomena perkembangan teknologi yang terjadi saat ini menunjukkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat tren penggunaan transaksi digital selama masa pandemi covid-19 mengalami peningkatan signifikan. Hal ini seiring dengan perubahan perilaku nasabah yang mulai beralih menggunakan transaksi secara virtual. Kepala Eksekutif Pengawas Perbankan OJK Heru Kristiyana mengatakan transaksi daring mengalami peningkatan pesat. Pada Maret 2020 terjadi peningkatan transaksi sebesar 320 persen. Lalu pada April 2020 naik menjadi 480 persen. Transaksi layanan digital yang mulai tumbuh pesat mengakselerasi layanan digital di beberapa bank. Transaksi layanan elektronik di beberapa bank sudah tumbuh dengan sangat pesat, bahkan ada yang transaksi digitalnya sudah enam juta per hari.

BRI mencatatkan pertumbuhan transaksi melalui aplikasi BRI Mobile (BRIMo) sebanyak 31 pada Mei 2020. Adapun transaksi layanan elektronik BNI mencapai sekitar enam juta transaksi per hari dengan nilai mencapai lebih dari Rp482 triliun per Mei 2020. Berikut data Total Pertumbuhan Pengguna Mobile Banking Bank BRI:

**Tabel 2. Total Pertumbuhan Pengguna Mobile Banking Bank BRI**

Tahun	Jumlah Pengguna	Persentase
2018	8.8 juta	18.9%
2019	11 juta	29.26 %
2020	24 juta	37,6

*Sumber: Sharing Vision, Retail E-Channel Survey Tahun 2020*

Kehadiran M-Banking membuat urusan perbankan menjadi lebih mudah dan sederhana. Smartphone yang dilengkapi dengan koneksi internet dan terinstal aplikasi layanan perbankan dapat digunakan untuk bertransaksi keuangan. Masyarakat seharusnya dimudahkan dalam hal pelayanan karena tidak harus pergi ke bank, dan mendaftar antrian. Manfaat lain dalam pembayaran tagihan dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun. Tidak terbatas dengan waktu jam operasional bank. Masyarakat yang sibuk dapat membayar tagihannya dengan tepat waktu dan cepat. Misalnya untuk pembayaran tagihan listrik, telepon, air, BPJS, atau tagihan kartu kredit.

M-Banking merupakan layanan yang ditawarkan oleh bank untuk melakukan berbagai transaksi yang berkaitan dengan transaksi perbankan melalui penawaran fitur-fitur yang dibutuhkan. Bagi masyarakat perkotaan yang sibuk, dan dengan semakin mudahnya berbelanja online di internet, pergi ke bank atau ke ATM akan menjadi hal yang sedikit merepotkan. Dengan kehadiran m-banking di smartphone mereka, meskipun kondisi sedang tidak memungkinkan untuk pergi ke luar, aktivitas perbankan tetap dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, misalnya saja jika dalam kondisi darurat harus segera melakukan transfer uang. Kehadiran M-Banking dapat membuat hal ini menjadi lebih cepat.

Ada beberapa faktor yang harus di perhatikan oleh nasabah ketika mereka ingin menggunakan layanan mobile banking atau yang di kenal dengan istilah M-Banking. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan m-banking seperti halnya persepsi Teknologi, kepercayaan penggunaan, dan resiko penggunaan dari mobile banking.

Penelitian Kesharwani dan Bisht (2012:3) yang dilakukan di India menyebutkan bahwa kepercayaan dan persepsi risiko memiliki dampak pada penggunaan internet banking. Menurut Featherman et al. (2010:16) secara khusus persepsi risiko adalah penilaian evaluatif subjektif seorang konsumen dari potensi kerugian informasi privasi rahasia identitas pribadi, termasuk

penilaian potensi penyalahgunaan informasi yang dapat mengakibatkan pencurian identitas. Ada beberapa risiko yang dikhawatirkan seperti gangguan kinerja, waktu yang terpakai, keadaan sistem keamanan saat ini, dan jaminan keamanan (Cunningham et al., 2015:65). Kesharwani dan Bisht (2012:93) mendefinisikan kepercayaan sebagai sejauh mana seorang individu merasa aman dan yakin tentang mengandalkan sesuatu yang ada atau disediakan.

Menurut Mubiyantoro dan Syaefullah (2014: 17) dalam penelitiannya tentang pengaruh persepsi kegunaan, persepsi Teknologi, dan persepsi resiko terhadap kepercayaan pengguna mobile banking (studi kasus di bank BRI kota Malang) menunjukkan bahwa adanya pengaruh pada konstruk persepsi kegunaan, persepsi Teknologi, dan persepsi resiko terhadap kepercayaan pengguna mobile banking. Peningkatan persepsi kegunaan, persepsi Teknologi, dan persepsi resiko pada transaksi mobile banking dalam sektor bisnis dapat berpengaruh pada sikap individu yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap meningkatnya penggunaan dan kepercayaan pengguna mobile banking.

Untuk diterimanya teknologi internet banking tersebut dalam masyarakat, dibutuhkan beberapa ukuran atau parameter yang dapat memotivasi masyarakat tersebut menerima pelayanan internet banking. Dalam penelitian ini digunakan parameter persepsi dari risiko, kepercayaan dan pemanfaatan serta kemudahan dalam menggunakan fasilitas internet banking tersebut. Persepsi risiko merupakan suatu permasalahan yang sangat mendasar dalam pemanfaatan teknologi khususnya fasilitas internet banking. Persepsi risiko sangat berdampak terhadap keamanan dan kenyamanan dari para nasabah, pada saat sekarang sering terjadinya permasalahan eksternal seperti serangan hacker dan lain sebagainya. Dengan adanya antisipasi dan jaminan dari bank terkait risiko tersebut, diharapkan dapat melahirkan sikap kepercayaan dari para nasabah untuk mencoba fasilitas internet banking. Sehingga nasabah dapat menerima manfaatnya. Manfaat tersebut salah satunya dapat memotivasi nasabah dalam menggunakan fasilitas internet banking tersebut.

Berdasarkan masalah tersebut, untuk itu penulis mengajukan judul penelitian yang berjudul "Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking".

## **B. Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat Risiko yang dikhawatirkan seperti gangguan kinerja, waktu yang terpakai, keadaan sistem keamanan, dan jaminan keamanan
2. Adanya kerugian informasi privasi rahasia identitas pribadi, termasuk penilaian potensi penyalahgunaan informasi yang dapat mengakibatkan pencurian identitas
3. Perkembangan teknologi informasi saat ini yang sangat pesat membuat layanan Banking semakin sulit untuk dibedakan.

### **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Persepsi Teknologi Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking?
2. Bagaimana Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking?
3. Bagaimana Pengaruh persepsi Teknologi dan Persepsi Risiko secara simultan Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan utama dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Persepsi Teknologi Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Persepsi Teknologi dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Peneliti**

Untuk mengasah kemampuan peneliti dalam menjawab permasalahan nyata dalam kehidupan sehari-hari, terutama yang terkait dengan pengaruh

persepsi teknologi, kepercayaan dan resiko terhadap minat menggunakan mobile banking

**2. Bagi Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi yang berkaitan dengan masalah pengaruh persepsi teknologi, resiko terhadap kepercayaan menggunakan mobile banking.

**3. Bagi Universitas**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak Institut, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Kota Metro sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk kerjasama dengan perbankan terkait fasilitas pelayanan untuk mahasiswa.

**A. Sitematika Penulisan**

Dalam Penulisan Skripsi penulis membagi 5 bab yaitu:

**BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab I ini Penulis akan menguraikan Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian serta Sitematika Penulisan.

**BAB II KAJIAN TEORITIK**

Dalam bab II ini penulis akan menguraikan tentang kajian teoritik yang diperlukan dalam menunjang penelitian dan konsep yang relevan untuk membahas permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, tinjauan atas penelitian terdahulu, Kerangka Pemikiran.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab III ini, membahas mengenai metode atau langkah-langkah apa saja yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu meliputi rancangan penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, instrument penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang deskripsi perusahaan, analisis data dan hasil analisis serta pembahasannya yang disesuaikan dengan metode penelitian pada bab tiga, sehingga akan memberikan perbandingan hasil penelitian dengan kriteria yang ada dan pembuktian kebenaran serta jawaban dari pertanyaan yang telah disebutkan dalam perumusan masalah.

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini memuat kesimpulan dari keseluruhan pembahasan, refleksi untuk memberikan saran berdasarkan kesimpulan penelitian yang kemudian perlu disampaikan sebagai bahan pertimbangan bagi pimpinan untuk kebijaksanaan perusahaan selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA