

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Konteks untuk penelitian ini adalah kemajuan pesat baik kemajuan ekonomi dan teknis. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika, terdapat 202,6 juta pengguna internet di Indonesia pada tahun 2001, atau 73,7% dari total populasi negara sebesar 274,9% Lieny *et al.* (2021). Industri perbankan harus menunjukkan kinerja dan pelayanan yang semakin baik di era globalisasi. Sejak diperkenalkan, industri perbankan Indonesia telah berkembang dan persaingan menjadi semakin ketat (Adiwijaya, 2018).

Diperkirakan bahwa klien akan lebih mudah menggunakan layanan keuangan dengan berbagai saluran yang tersedia. Layanan *mobile banking* sangat bermanfaat dalam melakukan transaksi perbankan dengan mengutamakan mobilitas satu tangan dimanapun dan kapanpun. Hal ini konon ditunjukkan oleh peningkatan kesadaran pelanggan dari manfaat yang ditawarkan (Pranoto & Setianegara, 2020).

Setelah *internet banking*, *mobile banking* adalah layanan terbaru yang tersedia. Seiring kemajuan teknologi seluler, memungkinkan layanan perbankan melalui perangkat ponsel cerdas, operator ponsel cerdas, dan bank yang sebelumnya tidak memiliki hubungan bisnis telah bergabung sebagai mitra aliansi, berbagi manfaat yang sama dan menurunkan biaya transaksi. Akibatnya, ketersediaan *mobile banking* secara mendasar mengubah jenis layanan perbankan yang tersedia (Mundir *et al.*, 2022).

Salah satu faktor psikologis yang dapat memotivasi orang untuk mencapai tujuan adalah minat pelanggan. Jika sesuatu tidak membuatnya merasa baik, dia tidak akan tertarik. Seseorang yang tertarik pada sesuatu cenderung lebih memperhatikan atau menikmatinya. Minat dapat digambarkan sebagai keinginan yang dihasilkan dari fokus seseorang pada hal-hal atau sebagai dorongan untuk terlibat dalam aktivitas tertentu. Pelanggan bank mendapatkan keuntungan besar dari *mobile banking* dalam hal pengurangan biaya, penghematan waktu, dan keuntungan lainnya. Oleh karena itu, para peneliti tertarik pada topik ini karena memiliki potensi untuk meningkatkan pemahaman konsumen tentang *mobile banking* dan kepercayaan terhadap layanan keuangan (Iriani, 2018).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking* yaitu keamanan, persepsi kemudahan dan fitur layanan, sedangkan kepercayaan sebagai variabel moderasi. Berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menemukan hasil yang beragam seperti yang penelitiannya Pranoto & Setianegara (2020) yang menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Penelitian Lieny *et al.* (2021) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Penelitian Marthauli *et al.* (2021) menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Faktor ke pertama yang dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking* yaitu keamanan. Dalam sistem berbasis informasi dimana informasi itu sendiri tidak memiliki substansi fisik, keamanan adalah sesuatu yang bisa menghentikan penipuan (*cheating*) atau setidaknya menemukan penipuan (Mukhtisar *et al.*, 2021). Faktor ke kedua yang dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking* yaitu persepsi kemudahan. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Pranoto & Setianegara, 2020).

Selain keamanan dan persepsi kemudahan, fitur layanan juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Menurut Kotler & Keller (2012:8) fitur adalah kualitas produk yang meningkatkan fungsi utamanya. Dari faktor-faktor diatas melalui variabel intervening dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking* yaitu kepercayaan. Kepercayaan adalah komponen penting kehidupan yang berdampak baik bagi karyawan maupun organisasi (Permatasari & Purwanto, 2022). Kepercayaan dipandang sebagai faktor yang sangat penting dalam proses membangun dan memelihara hubungan perusahaan, karyawan dan nasabah, meskipun juga sulit untuk konsisten dalam menjalin hubungannya (Maharani, 2020).

Pelanggan yang menggunakan aplikasi *BCA Mobile* untuk melakukan transaksi perbankan pada hari itu tidak menggunakannya hingga keesokan harinya karena fenomena yang terjadi di tahun 2019 dengan *BCA Mobile*, dan pelanggan

yang menggunakan layanan tersebut mengeluhkan fitur tertentu dari layanan BCA *Mobile* yang tidak berjalan sebagaimana mestinya, seperti tersedianya fitur pembukaan rekening secara online melalui BCA *Mobile* (Marthauli *et al.*, 2021).

Dapat kita lihat pengguna *mobile banking* setiap tahun mengalami kenaikan, tetapi beberapa masyarakat ada yang belum terbiasa mengenai pemakaian *mobile banking* dalam kegiatan transaksi sehari-hari, maka untuk meningkatkan pengguna *mobile banking* terutama pada Breakdown Rencana Bisnis Bank BPD DIY Cabang Wates ditahun 2023 menargetkan untuk digital rencana bisnis bank dengan rincian sebagai berikut (*Breakdown Rencana Bisnis Bank BPD DIY Cabang Wates*, 2023):

Tabel 1.1
Breakdown Target Digital RBB Tahun 2023

No.	Kantor/Unit	Mobile Banking 2023
1	Cabang	9.850
2	Galur	2.500
3	Nanggulan	2.300
4	Sentolo	2.350
5	Temon	1.200
6	Tugu Pensil	850
7	Bendungan	625
8	Dekso	675
9	Pengasih	150
	Total	20.500

Sumber: *Breakdown Rencana Bisnis Bank BPD DIY Cabang Wates (2023)*

Setiap bisnis harus mempunyai tujuan. Tujuan-tujuan ini dapat dibagi menjadi kategori jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah untuk memaksimalkan pendapatan saat ini, sedangkan tujuan jangka panjangnya adalah untuk menarik minat klien terhadap *mobile banking*. Peneliti

menarik untuk mengkaji kembali variabel-variabel yang mempengaruhi minat nasabah dalam memanfaatkan *mobile banking* mengingat fenomena tersebut dan hasil penelitian sebelumnya yang tidak menentu.

Alasan dalam penelitian ini memilih Bank BPD DIY sebagai objek penelitian adalah Salah satu alat penunjang otonomi daerah dalam industri perbankan yaitu Bank BPD DIY yang memiliki tanggung jawab sebagai penggerak, percepatan pembangunan daerah, berperan sebagai pemegang kas/penabung daerah, sumber pendapatan daerah, dan beroperasi sebagai usaha komersial. Memilih cabang wates karena daerah yang paling rendah menggunakan *mobile banking* BPD DIY.

Berdasarkan penelitian yang diacu oleh peneliti yang diteliti oleh Vinasti *et al.*, (2022) yang berjudul *perception analysis of ease of use on interest to use through trust in users mobile banking*. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan menambah dua variabel independen yaitu keamanan dan fitur layanan, objek penelitian yang berbeda penelitian terdahulu bank BNI sedang penelitian yang sedang dilakukan bank BPD DIY, maka peneliti ini mengangkat judul penelitian "Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank BPD DIY Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening*".

B. Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah keamanan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah menggunakan *mobile banking*?

2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah menggunakan *mobile banking*?
3. Apakah fitur layanan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah menggunakan *mobile banking*?
4. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*?
5. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*?
6. Apakah fitur layanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*?
7. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*?
8. Apakah Keamanan berpengaruh pada minat menggunakan *mobile banking* dengan *intervening* kepercayaan?
9. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh pada minat menggunakan *mobile banking* dengan *intervening* kepercayaan?
10. Apakah fitur layanan berpengaruh pada minat menggunakan *mobile banking* dengan *intervening* kepercayaan?

C. Tujuan Penelitian

Bersarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh keamanan terhadap kepercayaan nasabah menggunakan *mobile banking*.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah menggunakan *mobile banking*.
3. Untuk menganalisis pengaruh fitur layanan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah menggunakan *mobile banking*.
4. Untuk menganalisis pengaruh keamanan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.
5. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.
6. Untuk menganalisis pengaruh fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.
7. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.
8. Untuk menganalisis pengaruh keamanan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* dengan intervening kepercayaan.
9. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* dengan intervening kepercayaan.
10. Untuk menganalisis pengaruh fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* dengan intervening kepercayaan.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan luas dan berkembangnya informasi, pemikiran, serta ilmu pengetahuan kepada pihak yang bersangkutan tentang keamanan, persepsi kemudahan, fitur layanan, minat nasabah menggunakan *mobile banking* dan kepercayaan.
- b. Dapat digunakan sebagai bahan acuan atau perbandingan untuk penelitian-penelitian yang akan dilakukan selanjutnya tentang keamanan, persepsi kemudahan, fitur layanan, minat nasabah menggunakan *mobile banking* dan kepercayaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis/peneliti

Diharapkan penulis dapat menerapkan hasil penelitian dan berguna untuk meluasnya ilmu pengetahuan tentang keamanan, persepsi kemudahan, fitur layanan, minat nasabah menggunakan *mobile banking* dan kepercayaan.

b. Bagi Perusahaan Perbankan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan untuk pertimbangan dalam meningkatkan kualitas perusahaan perbankan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.