

## **BAB I**

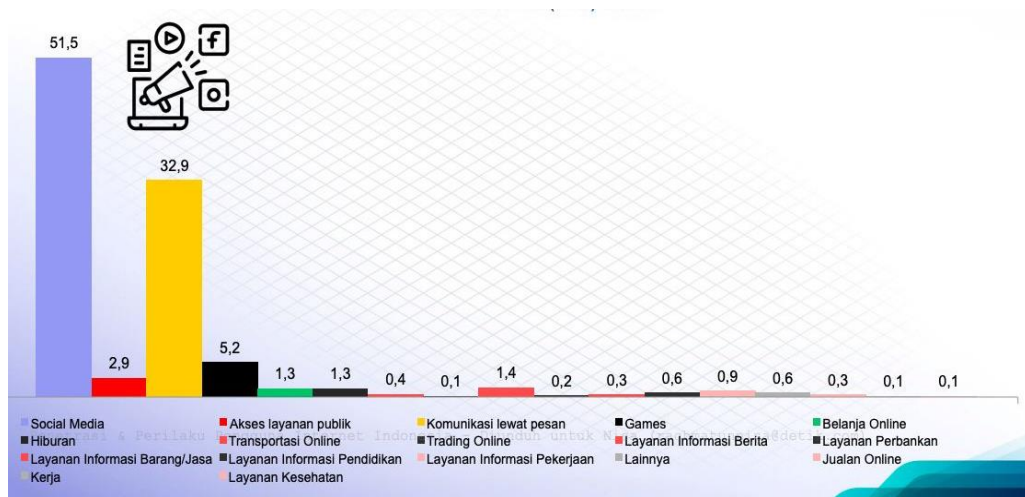
### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pandemi yang disebabkan oleh Covid-19 sejak akhir tahun 2019 telah merubah setiap aspek kehidupan. Pemerintah menetapkan pembatasan dalam setiap bidang agar lonjakan Covid-19 dapat ditekan. Hampir seluruh aktivitas masyarakat yang bisa dilakukan secara *online* maka akan dilakukan secara *online*, termasuk dalam transaksi keuangan. Untuk mencegah penularan yang lebih luas di masa pandemic Covid-19, maka dalam transaksi keuangan nasabah diharapkan untuk memilih melakukan transaksi secara *online*, yaitu dengan *mobile banking (M-Banking)*.

*M-Banking* yaitu salah satu teknologi seluler yang memberikan jalan keluar fungsional kreatif atau platform bisnis, dimana pihak bank dengan nasabahnya dapat melakukan interaksi secara praktis dan memiliki potensi untuk memberikan manfaat bagi kedua belah pihak dengan biaya operasional yang lebih rendah (Krishnan, 2014). *M-Banking* membuat nasabah memperoleh informasi, melakukan transaksi keuangan dan lain sebagainya dengan mudah dan cepat. Skinner (2014) menjelaskan bahwa *M-Banking* adalah layanan perbankan yang berbasis aplikasi, menggabungkan teknologi informasi dengan perangkat *smartphone* untuk mempercepat transaksi perbankan sehingga menjadi lebih praktis, efektif dan fleksibel karena bisa dilaksanakan di mana saja dan kapan saja. Terutama pada masa pandemic Covid-19 seperti saat ini.

Menurut hasil survey internet APJII tahun 2019-2020, diperoleh data terkait penetrasi pengguna internet di Indonesia yaitu sebesar 73,7% dari jumlah penduduk Indonesia dengan jumlah pengguna mencapai 196 juta dan rata-rata sebesar 8,9%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia yang menggunakan internet sudah banyak. Namun, dari jumlah tersebut, jumlah pengguna layanan jasa perbankan sebesar 0,2% masih di bawah pengguna layanan belanja *online* sebesar 1,3% (Wardani, 2021).



Sumber: APJII (2020)

Gambar 1.1  
Layanan Internet yang Banyak Diakses

Data di atas juga didukung oleh *data mobile* yang aktif terkoneksi ke internet sebanyak 338,3 juta (124%) dari jumlah penduduk Indonesia, sedangkan persentase pengguna aplikasi perbankan sebanyak 33% dari jumlah penduduk Indonesia (Wardani, 2021). Selain itu, nasabah lebih memilih bertransaksi dengan ATM atau antri di bank (Caroline, 2021). Data tersebut memperlihatkan bahwa jumlah pengguna internet untuk jasa perbankan masih

rendah. Dengan kata lain, minat nasabah untuk menggunakan *M-Banking* masih rendah.

Minat nasabah untuk menggunakan *M-Banking* dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah faktor kegunaan dan kemudahan penggunaan *M-Banking*. Seperti yang diungkapkan dalam teori Davis (Caroline, 2021), persepsi kemudahan dan kegunaan adalah faktor penting yang mempengaruhi keinginan individu untuk menggunakan *M-Banking*. Teori yang membahas persepsi kemudahan dan kegunaan adalah teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Teori ini bertujuan untuk melihat besarnya tingkat penerimaan dari pengguna terhadap suatu teknologi yang didasarkan pada aspek kegunaan teknologi dan kemudahan dalam menggunakan teknologi tersebut (Davis et al, 1989). Apabila pengguna percaya bahwa dengan menggunakan *M-Banking* akan mempercepat transaksi keuangannya dan *M-Banking* mudah untuk digunakan sehingga tidak memerlukan usaha yang besar dalam menggunakannya, maka pengguna akan memiliki minat yang tinggi terhadap penggunaan *M-Banking*.

Penelitian Kurniawati dkk (2017) membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan *M-Banking*. Demikian juga persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan *M-Banking*. Berbeda dengan hasil penelitian Nurdin dkk (2020) yang memperlihatkan bahwa manfaat dan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Hal ini

menunjukkan bahwa manfaat yang dilakukan oleh pihak bank belum tercapai maksimal untuk menimbulkan minat nasabah. Selain itu, nasabah belum mampu merasakan kemudahan dari *mobile banking* sehingga tidak dapat menimbulkan minat nasabah.

Selain itu, kesediaan nasabah untuk mengandalkan *M-Banking* dalam setiap transaksi keuangannya juga dapat mendorong nasabah untuk menggunakan *M-Banking*. Seperti yang diungkapkan oleh Dahlberg et al dalam Wardani (2021) bahwa faktor kepercayaan memberikan penjelasan penting dalam adopsi teknologi sistem pembayaran. Kepercayaan merupakan keyakinan seseorang terhadap sesuatu dimana sesuatu tersebut diyakini bisa memenuhi kewajibannya sesuai dengan harapannya. Kepercayaan adalah faktor utama yang bisa mempengaruhi transaksi *online*, karena tidak akan terjadi transaksi antara dua pihak atau lebih apabila tidak ada kepercayaan (Kuswanto dan Baridwan, 2016). Lebih lanjut Kuswanto dan Baridwan (2016) dalam penelitiannya juga membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat seseorang dalam bertransaksi secara *online*. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Fakhrurozi (2018) yang menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan nasabah terhadap *mobile banking* masih rendah, sehingga belum mampu menumbuhkan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

Selain dari faktor persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan, penggunaan *M-Banking* juga diduga dipengaruhi oleh faktor

keamanan. Lallmahamood (2007) dalam Oktabriantono dkk (2017) menyebutkan dalam konteks *M-Banking*, ancaman keamanan merupakan tindakan penyalahgunaan baik melalui jaringan transaksi ataupun transmisi data dengan akses yang ilegal ke rekening melalui cara yang tidak benar. Dalam transaksi *online*, keamanan merupakan salah satu aspek yang penting, karena semakin aman layanan *online* maka akan semakin banyak orang yang menggunakan layanan *online* tersebut. Penelitian Oktabriantono dkk (2017) memperlihatkan keamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan *E-banking*. Namun hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Mukhtisar dkk (2021) dimana variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan hasil-hasil penelitian terdahulu tersebut menunjukkan adanya perbedaan antara satu peneliti dengan peneliti lainnya. Hal ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian kembali terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *M-Banking* dengan menambah variabel *expertise* sebagai variabel moderasi. Alasan peneliti menggunakan *expertise* sebagai variabel moderasi dikarenakan dalam penelitian Nurdin dkk (2020) dan penelitian Fakhrurozi (2018) serta penelitian Mukhtisar dkk (2021) menunjukkan variabel persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, kepercayaan dan keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *M-banking*, sehingga kemungkinan ada variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap penggunaan *M-Banking*. Variabel tersebut adalah *expertise*.

*Expertise* adalah tingkat pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki seseorang (Hartini, 2011). Semakin tinggi tingkat pengetahuan dan keterampilan seseorang tentang transaksi dengan *M-Banking* maka akan menguatkan hubungan antara persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan dengan minat penggunaan *M-Banking* serta hubungan kepercayaan dengan minat penggunaan *M-Banking*.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali terkait minat penggunaan teknologi dengan tujuan untuk memperkuat hasil-hasil penelitian sebelumnya, dengan judul **“PENGARUH ELEMEN TAM, KEPERCAYAAN NASABAH DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN M-BANKING DENGAN EXPERTISE SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *M-Banking*?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *M-Banking*?
3. Apakah kepercayaan nasabah berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *M-Banking*?

4. Apakah keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *M-Banking*?
5. Apakah *expertise* mampu memoderasi hubungan antara persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dengan minat penggunaan *M-Banking*?
6. Apakah *expertise* mampu memoderasi hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dengan minat penggunaan *M-Banking*?
7. Apakah *expertise* mampu memoderasi hubungan antara kepercayaan dengan minat penggunaan *M-Banking*?
8. Apakah *expertise* mampu memoderasi hubungan antara keamanan dengan minat penggunaan *M-Banking*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) terhadap minat penggunaan *M-Banking*.
2. Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap minat penggunaan *M-Banking*.
3. Menganalisis pengaruh kepercayaan nasabah terhadap minat penggunaan *M-Banking*.
4. Menganalisis pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan *M-Banking*.

5. Menganalisis apakah *expertise* mampu memoderasi hubungan antara persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dengan minat penggunaan *M-Banking*.
6. Menganalisis apakah *expertise* mampu memoderasi hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dengan minat penggunaan *M-Banking*.
7. Menganalisis apakah *expertise* mampu memoderasi hubungan antara kepercayaan dengan minat penggunaan *M-Banking*.
8. Menganalisis apakah *expertise* mampu memoderasi hubungan antara keamanan dengan minat penggunaan *M-Banking*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi literatur akuntansi maupun sistem informasi, memperkuat bukti empiris yang mendukung teori TAM.

##### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah informasi bagi pihak bank dan nasabah tentang transaksi dengan *M-Banking*. Selain itu, bagi universitas hasil penelitian diharapkan dapat menjadi salah satu sumber referensi ilmiah bagi penelitian selanjutnya yang terkait penggunaan teknologi.