

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha perbankan di Indonesia dewasa ini semakin pesat dengan banyaknya bank swasta yang berdiri. Banyaknya persaingan yang ketat baik bank swasta maupun bank pemerintah, mengharuskan para pelaku perbankan mulai meningkatkan pelayanan dan transaksi yang mudah, aman, efektif serta efisien. Dalam perkembangan industri jasa sekarang ini, kecenderungan yang sering terjadi pada pola perilaku konsumen adalah *brand switching* dimana konsumen tidak lagi memiliki loyalitas yang tinggi terhadap jasa tertentu, banyak konsumen yang mulai berani mencoba dan tidak segan-segan untuk beralih kebank lain dengan mudahnya.

Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu lembaga keuangan Syariah yang dikenal banyak oleh masyarakat, dan tentunya nasabah yang dimiliki Bank tersebut pun tidak sedikit jumlahnya, dalam menghadapi persaingan yang cukup ketat dengan bank-bank syariah lainnya, Bank Syariah Mandiri harus memperhatikan benar-benar apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan nasabah hingga mereka memberikan kepercayaan pada bank tersebut dan memilih bank tersebut sebagai tempat menabung dan transaksi lainnya, serta mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabahnya agar mereka mendapatkan apa yang

Dewasa ini penggunaan teknologi informasi terasa semakin dibutuhkan, hampir semua perusahaan membutuhkan teknologi informasi, baik yang bergerak dibidang jasa, dagang maupun manufaktur. Dengan penggunaan teknologi informasi tersebut, diharapkan dapat membantu pelaksanaan manajemen perusahaan, maupun untuk membantu tercapainya tujuan perusahaan. Persaingan industri perbankan, khususnya sektor pelayanan bank saat ini semakin ketat. Hal tersebut terjadi seiring dengan tuntutan pada tersedianya kemudahan dan kesederhanaan prosedur yang semakin lama semakin meningkat. Namun dalam penggunaan sebuah teknologi, kesuksesan suatu sistem informasi tidak hanya ditentukan oleh bagaimana sistem tersebut dapat menghasilkan informasi dengan baik, tetapi juga ditentukan oleh para pengguna sistem. Walaupun secara teknis sistem tersebut sempurna, tetapi belum dapat dikatakan berhasil jika pemakai sistem tidak menggunakannya.

Berdasarkan permasalahan di atas, di dalam Al-Qur'an telah ditegaskan mengenai dalil-dalil tentang suatu kemudahan, hal tersebut diterangkan di dalam Al-Qur'an sebagai berikut.

- a. Surat Al-Baqarah ayat 185

الْعُسْرَ بِكُمْ يُرِيدُ وَلَا الْيُسْرَ بِكُمْ اللَّهُ يُرِيدُ

(Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu).

- b. Dan di surat An-Nisa ayat 28 juga menerangkan;

ضَعِيفًا الْإِنْسَانَ وَخُلِقَ عِنْدَكُمْ يُخَفِّفَ أَنْ اللَّهُ يُرِيدُ

(Allah hendak memberikan keringanan kepadamu dan manusia dijadikan bersifat lemah).

- c. Di surat lainnya juga diterangkan untuk mendukung ke 2 surat diatas yakni, mengutip ayat Al-Qur'an Surat Alam Nasyrh 5-6 yang artinya.

“Karena sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan;

Sehubungan dengan persepsi seseorang untuk dapat memanfaatkan atau menggunakan teknologi informasi, maka terdapat sebuah model yang dikembangkan oleh Davis (1989) dalam Bayu, 2008: 15) dengan sebutan *the Technology Acceptance Model (TAM)*. *TAM* dapat diartikan sebagai sebuah model penelitian yang menjelaskan perilaku adopsi sistem informasi atau teknologi informasi. *TAM* merupakan adaptasi dari *Theory of Reasoned Action Model (TRA)* yang dikembangkan oleh (Fishbein & Ajzen dalam Sanjaya, 2005), Vankatesh & Morris (2000: 30), dalam konteks pemberdayaan penerimaan teknologi computer Igrabaria (1995). *TAM* merupakan salah satu model yang baku (*established*) karena telah diuji secara empiris misalkan,

Technology Acceptance Model (TAM) diperkenalkan pertama kali oleh Fred D. Davis pada tahun 1989 dalam Wijayanti (2009), sebagai adaptasi dari *Technology of Reason Action (TRA)*. Menurut Davis (1989), tujuan utama *TAM* adalah untuk memberikan dasar penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. *TAM* mendeskripsikan terdapat dua faktor yang secara dominan mempengaruhi integrasi teknologi. Faktor pertama adalah persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi (*Perceived Usefulness*,

disingkat *PU*), dan faktor kedua adalah persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi (*Perceived Ease of Use*, disingkat *PEU*) Kedua faktor tersebut mempengaruhi minat untuk memanfaatkan teknologi. Selanjutnya minat untuk memanfaatkan teknologi mempengaruhi penggunaan yang sesungguhnya.

Oleh karena itu *Model TAM* dalam persepsi lain adalah dapat dengan mudah beradaptasi dengan lingkungan masyarakat dan juga dapat memudahkan kinerja masyarakat. Model ini secara lebih jelas menggambarkan bahwa penerimaan penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh kemanfaatan (*Usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*Ease of Use*). Keduanya memiliki determinan yang tinggi dan validitas yang sudah teruji secara empiris, Kebermanfaatan menunjukkan keyakinan pengguna pada kontribusi sistem informasi terhadap kinerja pengguna sistem informasi tersebut. Sedangkan kemudahan menunjukkan tingkat dimana penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras (Arif, 2009).

Beberapa waktu sebelumnya sebagian nasabah sudah cukup puas bertransaksi dengan menggunakan Anjungan Tunai Mandiri (*ATM*), tetapi belakangan ini bertransaksi dengan menggunakan *ATM* tidak jauh berbeda dengan datang ke bank, karena nasabah harus tetap antri dan menunggu giliran untuk bertransaksi. Situasi semacam itu berbanding terbalik dengan keinginan nasabah yang semakin lama menuntut kepraktisan dalam bertransaksi di perbankan.

Keberadaan *Short Message Service (SMS)* dalam kehidupan kita di zaman yang serba *instan* ini tentu bukanlah suatu hal yang asing, seiring dengan semakin meluasnya daerah jangkauan operator telepon seluler, dan semakin meluas ke

berbagai kalangan tanpa mengenal batasan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan dan lain sebagainya. Bahkan keberadaannya sudah menjadi bagian dari gaya hidup si pemilik seluler misalnya sebagai media untuk melakukan transaksi perbankan yang saat ini lebih dikenal dengan istilah *Short Message Service (SMS) Banking*.

Para era informasi ini, perilaku konsumen mulai banyak berubah. Dalam melakukan suatu transaksi, mereka kini sangat mengedepankan kemudahan, *fleksibel*, *efisiensi*, dan kesederhanaan. Kenyataan ini tentunya merupakan tantangan besar bagi industri perbankan. Seperti diketahui, bank mempunyai peranan yang strategis dalam “memanjakan” nasabahnya. Oleh karena itu, kehadiran sistem layanan *online* misalkan layanan *sms banking*, *internet banking* maupun *mobile banking* sebagai media alternatif dalam memberikan manfaat dan kemudahan bagi nasabah suatu bank sepertinya menjadi suatu solusi yang cukup efektif. Hal ini tidak terlepas dari kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh teknologi informasi itu sendiri, dimana seseorang ketika ingin melakukan transaksi melalui layanan tersebut, dapat melakukannya kapan dan dimana saja.

Mempertimbangkan fenomena telepon seluler sebagai alat komunikasi yang paling diminati saat ini, maka sangat besar peluang para nasabah yang akan menggunakan layanan *sms banking/mobile banking*. Teknologi dan komunikasi memang seharusnya digunakan untuk mempermudah penggunaannya. Seperti halnya Bank Syariah Mandiri, untuk mempermudah transaksi bagi nasabahnya bank tersebut merancang layanan online jasa produk *Mobile Banking* yang sebelumnya telah menerangkan *Short Message Service (SMS) Banking*. Dengan

layanan *Mobile Banking* ini diharapkan dapat memuaskan nasabahnya dan menjadi sarana untuk mempermudah serta memberikan manfaat bagi nasabah perorangan dalam berbagai *fitur* misalnya dengan menggunakan *ponsel* yang memiliki fasilitas *General Packet Radio Services (GPRS)* kita langsung bisa mengaksesnya kapan dan dimana pun kita berada. *Mobile Banking* ini dapat diakses oleh nasabah selama 24 jam.

Mobile Banking merupakan produk layanan jasa perbankan berbasis teknologi seluler yang berfasilitas *General Packet Radio Services (GPRS)* memberikan manfaat dan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi perbankan kecuali uang kas. Oleh karena itu peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian tentang permasalahan yang muncul berkaitan dengan pengembangan teknologi informasi ini khususnya *Mobile Banking* dan seperti halnya nasabah mempertimbangkan manfaat dan kemudahan dalam menggunakan fasilitas *Mobile Banking*.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti, dengan judul penelitian **“Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Minat Berperilaku Nasabah Untuk Transaksi Perbankan Dengan Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Cabang**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) penggunaan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap minat berperilaku (*Behavioral Intention*) nasabah untuk transaksi perbankan?
2. Apakah persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) penggunaan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap minat berperilaku (*Behavioral Intention*) nasabah untuk transaksi perbankan?
3. Apakah persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) penggunaan *Mobile Banking* secara serentak berpengaruh terhadap minat berperilaku (*Behavioral Intention*) nasabah untuk transaksi perbankan?

C. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) penggunaan *Mobile Banking* terhadap minat berperilaku (*Behavioral Intention*) nasabah dalam transaksi perbankan.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) penggunaan *Mobile Banking* terhadap minat berperilaku (*Behavioral Intention*) nasabah dalam transaksi perbankan.

3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) penggunaan *Mobile Banking* secara serentak terhadap minat berperilaku (*Behavioral Intention*) nasabah dalam transaksi perbankan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan banyak manfaat dari beberapa pihak, diantaranya:

1. Bagi peneliti

Sebagai aplikasi ilmu pengetahuan yang telah didapatkan selama ini dan menambah pengetahuan dibidang sistem teknologi informasi serta menjadi tambahan referensi pengetahuan bagi peneliti.

2. Bagi Bank

Diharapkan informasi yang dihasilkan dalam penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi lembaga perbankan lain yang ingin menerapkan *Mobile Banking* sebagai fasilitas layanan jasa produk untuk memberikan manfaat dan kemudahan bagi nasabahnya serta dapat memberikan sumbangan pemikiran dan ide tentang penggunaan dan penerapan *Mobile*

3. Bagi pihak lain

Diharapkan dengan penelitian ini nantinya dapat digunakan oleh peneliti berikutnya sebagai referensi dan pedoman dalam penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan masalah tersebut.