

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Teknologi berkembang semakin canggih telah merubah sebagian besar pola hidup manusia. Semakin tinggi kebutuhan hidup juga menyebabkan masyarakat memiliki kegiatan yang padat di berbagai tempat yang berbeda. Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru, diantaranya transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara online. Perkembangan internet memang cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam segala aspek kehidupan kita, Mobilitas yang cukup tinggi terkadang menyebabkan masyarakat menggunakan gadget untuk saling berinteraksi. Perkembangan teknologi ini juga membuat masyarakat menginginkan cara yang praktis untuk memenuhi kebutuhannya.

Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi secara online. Waktu dan mobilitas yang padat adalah alasan sebagian masyarakat lebih memilih melakukan transaksi dengan sistem online, karena secara online dapat menghemat waktu

Mobile banking merupakan salah satu fasilitas yang bank kepada nasabahnya untuk mempermudah nasabahnya melakukan transaksi perbankan tanpa harus bertemu secara langsung. nasabah dapat melakukan berbagai kegiatan perbankan hanya perlu terhubung dengan koneksi. Maharsi dan Yuliani (2007) menemukan bahwa niat

menggunakan internet banking dipengaruhi oleh TAM (Technology Acceptance Model) yang dikemukakan oleh Fred D. Davis. TAM merujuk pada sikap pengguna terhadap penerimaan teknologi informasi yang dikembangkan menjadi persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat teknologi informasi (Davis et al.,1989). Dalam penelitian ini, peneliti mengambil studi pada jasa layanan BMT UMY Baitul Maal wat Tamwil Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang untuk selanjutnya disebut BMY UMY. BMT UMY adalah koperasi syariah milik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang diinisiasi oleh alumni dan dosen FE dengan modal 100 persen dari Universitas. BMT UMY didirikan pada tahun 2011 dan telah memperoleh Badan Hukum Nomor 6/BH/KPTS /XV/ VII/ 2011 yang ditandatangani oleh Gubernur DI Yogyakarta Sri Sultan Hamengkubuwono X. BMT UMY menyalurkan pembiayaan kepada mahasiswa, dosen, karyawan, dan sejumlah UMKM yang ada disekitar kampus UMY. BMT UMY bekerja sama dengan mitra usaha untuk lebih meningkatkan pelayanan kepada civitas akademika UMY khususnya mahasiswa dan dosen.

Bagi mahasiswa UMY mendapat penawaran produk pembiayaan berupa talangan SPP mahasiswa, pembelian laptop, netbook, tablet, dan handphone. Bagi dosen dan karyawan mendapat produk pembiayaan berupa pembelian mobil, motor, renovasi dan kepemilikan rumah. Program ini mulai diluncurkan pada awal Juni 2011 dan menunjukkan tanggapan yang positif dari civitas akademika UMY ditunjukkan dengan banyaknya pengajuan pembiayaan kepada BMT UMY

BMT UMY terus menerus memperoleh pencapaian yang baik dalam aktivitasnya keuangannya, hingga pada Selasa, 7 Agustus 2012 dapat melaunching kantor cabang pertama BMT UMY yang bertempat di Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 107 Yogyakarta.

Acara tersebut dihadiri oleh Rektor UMY Ir. H. M. Dasron Hamid M,Sc dan Kepala DISPERINDAGKOP Propinsi DIY yang sekaligus melakukan penandatanganan prasasti piagam peresmian. Dibukanya kantor cabang BMT UMY adalah salah satu upaya yang dilakukan khususnya dibidang ekonomi dan turut mengembangkan aktifitas ekonomi syariah sebagai pilar perwujudan kesejahteraan umat.

Kemudahan yang diberikan oleh bank kepada nasabahnya menumbuhkan niat penggunaan M-banking. Jogiyanto (2009) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Kepercayaan dari konsumen yang akan melakukan pembelian secara online. Nasabah akan menggunakan *Mobile Banking* jika memberikan kenyamanan dan kepuasan. Kepercayaan terdapat pada layanan yang diberikan oleh bank kepada nasabahnya

Selanjutnya faktor risiko juga dipertimbangkan oleh konsumen untuk melakukan transaksi situs online, Menurut Bauer dalam Pavlou (2010) risiko merupakan ketidakpastian dan konsekuensi yang berhubungan dengan tindakan-tindakan konsumen. Terkadang harapan dari konsumen terhadap suatu produk melebihi standar yang ditawarkan oleh perusahaan. Selain itu, kerugian finansial serta waktu juga bisa menjadi faktor konsumen berfikir kembali jika ingin membeli produk atau jasa. Menurut Forsythe dan Shi dalam Juniwati (2014) mendefinisikan risiko pada belanja online sebagai keinginan tertentu subyektif dari kerugian pembelian yang dianggap dalam beberapa pembelian online. Risiko selalu ada dalam setiap pengambilan sebuah keputusan, tidak terkecuali dalam keputusan pembelian.

Menurut (Rakhmawati & Isharijadi, 2013) dalam penelitiannya tentang Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan sistem internet banking pada nasabah Bank Muamalat cabang pembantu Madiun nik analisis linier berganda dan uji hipotesis diolah dengan SPSS versi 16.0. Hasil analisis data menunjukkan bahwa: kepercayaan dan persepsi kenyamanan secara parsial berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem internet banking, sedangkan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem internet banking. Dan seluruh variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan sistem internet banking

Menurut (Sukirno, 2013) dalam penelitiannya tentang Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, kecemasan berkomputer dan kualitas layanan terhadap minat menggunakan internet banking. Hasilnya menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Kecemasan Berkomputer terhadap Minat Menggunakan Internet Banking (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking (5) Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking

Sedangkan menurut (Rithmaya, 2016) dalam penelitiannya tentang pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap, resiko dan fitur layanan terhadap terhadap minat ulang nasabah Bank BCA dalam menggunakan internet banking menunjukkan adanya pengaruh variable bebas dengan variable terikat variable kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat, variable sikap penggunaan berpengaruh signifikan terhadap

minat, variable resiko berpengaruh terhadap minat, dan variable fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti bermaksud melakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi resiko, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking maka dari itu

peneliti menulis dengan judul “PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RISIKO, FITUR LAYANAN, KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN ULANG BMT UMY MOBILE”

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh pada minat menggunakan ulang BMT UMY mobile?
2. Apakah persepsi resiko berpengaruh pada minat menggunakan ulang BMT UMY mobile?
3. Apakah fitur layanan berpengaruh pada minat menggunakan ulang BMT UMY mobile?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh pada minat menggunakan ulang BMT UMY mobile?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan pada minat menggunakan ulang BMT UMY mobile
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi resiko pada minat menggunakan ulang BMT UMY mobile
3. Untuk menganalisis pengaruh fitur layanan dalam minat menggunakan ulang BMT UMY mobile
4. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dalam minat menggunakan ulang BMT UMY mobile

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penelitian mengenai konsep pengembangan teknologi. Penelitian juga diharapkan dapat menjadi acuan sumber referensi bagi penelitian selanjutnya yang akan mengkaji penelitian serupa dengan penelitian ini yaitu tentang minat menggunakan elektronik banking

2. Manfaat akademisi Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi yang berkaitan dengan masalah pengaruh persepsi kegunaan, kepercayaan dan resiko terhadap minat menggunakan mobile banking. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai motivasi untuk melakukan penelitian di masa mendatang