

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

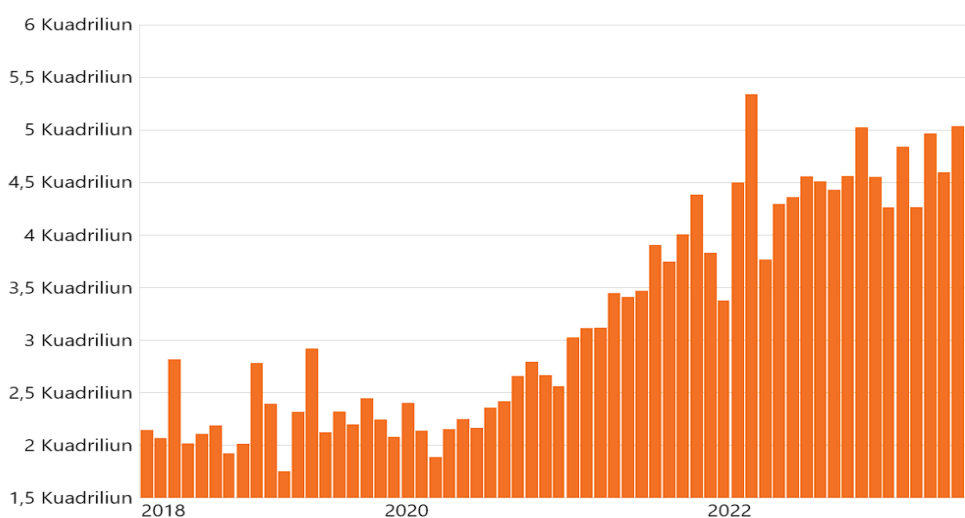
Di era digital seperti saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dunia bisnis telah menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan operasional suatu perusahaan. Berbagai pihak memanfaatkan perkembangan teknologi dalam usaha bisnisnya dengan tujuan untuk mempermudah pekerjaan dan meningkatkan pelayanan bagi para penggunanya. Salah satu pihak tersebut adalah pihak perbankan yang mengoptimalkan usahanya melalui teknologi informasi untuk dapat meningkatkan pelayanannya dan mampu bertahan di pasar global.

Saat ini bank tidak hanya memberikan pelayanan transaksi secara konvensional saja. Perbankan terus melakukan inovasi melalui teknologi yang dikembangkan dalam rangka efisiensi kinerja perusahaan. 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 mobile 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 mobile banking dapat membuat hal ini menjadi lebih cepat (Prakosa & Sumantika, 2019).

Penggunaan mobile banking di Indonesia telah meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Dengan hadirnya teknologi informasi dan komunikasi,

masyarakat Indonesia kini dapat melakukan transaksi perbankan secara lebih mudah dan cepat melalui aplikasi *mobile banking*. Survei yang dilakukan oleh databoks pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 memperoleh hasil bahwa transaksi perbankan secara digital dalam perbankan selalu mengalami peningkatan yang signifikan tiap tahunnya. Seperti yang terlihat pada gambar 1.1

**Gambar 1. 1 Transaksi Digital 5 Tahun Terakhir**



Sumber Databoks pada tahun 2023

Transaksi perbankan secara digital telah menunjukkan tren yang berbeda dalam 5 tahun terakhir yang mengalami peningkatan sebanyak 158%. Nilai transaksi digital mencapai Rp5,1 kuadriliun pada Agustus 2023. Kemajuan teknologi informasi telah melahirkan banyak perubahan mendasar dalam kehidupan manusia saat ini, memberikan banyak kemudahan dan membantu pekerjaan manusia (Hafiz & Mulkan, 2020). Fenomena ini mengindikasikan bahwa transaksi *mobile banking* menjadi andalan dalam bertransaksi sebagian besar masyarakat saat ini.

Meningkatnya kualitas *mobile banking* akan sangat berpengaruh terhadap nilai yang dipersepsikan nasabah itu sendiri, oleh karena itu bank perlu merencanakan strategi yang menjadi kebutuhan dalam suatu lingkungan yang kompetitif. Nilai yang dipersepsikan konsumen dapat dicapai apabila persepsi fundamental konsumen terhadap kinerja produk sesuai seperti yang diharapkan (Dwivedi et al, 2019).

Dalam konteks nilai yang dipersepsikan nasabah terhadap layanan *mobile banking*, nilai yang dipersepsikan nasabah bank dapat diukur melalui indikator seperti *service quality*, *information quality*, dan *security*. Nasabah yang merasa bahwa Mobile Banking itu fleksibel dalam hal waktu dan tempat, serta memiliki kemampuan untuk mengakses situs dan menghubungi pihak bank ketika dibutuhkan, cenderung lebih puas dengan kualitas *Mobile Banking*.

Kualitas layanan *mobile banking* adalah kemampuan bank untuk memberikan pelayanan yang dapat diandalkan, cepat, kemudahan bertransaksi, dapat digunakan kapanpun dan dimanapun, fitur-fitur yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan, tampilan jelas dan menarik, sehingga dapat memberikan pandangan lebih dari nasabah karena dapat memenuhi segala kebutuhannya dalam bertransaksi.

Kualitas Layanan pada perbankan bukan hanya sekedar melayani, tetapi merupakan upaya untuk membangun kerjasama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Kualitas layanan yang berbasis website seperti *mobile banking* adalah kemampuan layanan elektronik yang mampu memfasilitasi nasabah

dalam bertransaksi perbankan secara efektif dan kualitas layanan *mobile banking* teruji setelah nasabah mendapatkan layanan (Sudirman & Suasana, 2018).

Kualitas informasi *mobile banking* dapat didefinisikan sebagai kemampuan informasi yang disajikan melalui aplikasi mobile banking untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna. kualitas keamanan mobile banking dapat didefinisikan sebagai kemampuan aplikasi *mobile banking* untuk menjaga kerahasiaan data dan transaksi nasabah, serta mencegah akses tidak sah ke sistem.

Nilai yang dipersepsikan nasabah adalah penilaian yang diberikan oleh nasabah terhadap kualitas *mobile banking* yang diberikan oleh bank. Nilai ini sangat penting karena dapat membantu bank dalam meningkatkan kualitas dan meningkatkan kepuasan nasabah terhadap *mobile banking*.

Kualitas *mobile banking* yang baik dapat meningkatkan nilai yang dipersepsikan nasabah dengan memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi perbankan. Kualitas mobile banking yang baik juga dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank dan meningkatkan loyalitas nasabah. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kualitas *Mobile Banking* berpengaruh positif terhadap nilai yang dipersepsikan nasabah.

Namun, masih banyak nasabah yang mengalami kesulitan dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Salah satu tantangan yang paling besar adalah masalah kepercayaan. Banyak nasabah yang masih khawatir dengan keamanan transaksi perbankan melalui *mobile banking*. Selain itu, beberapa nasabah juga mengalami kesulitan dalam menggunakan fitur-fitur yang tersedia di aplikasi *mobile banking*. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui bagaimana kualitas layanan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap nilai yang dipersepsikan nasabah.

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Dengan merujuk pada uraian yang telah dijelaskan dalam bagian pendahuluan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *user perceived value*?
2. Apakah *information quality* berpengaruh terhadap *user perceived value*?
3. Apakah *security* berpengaruh terhadap *user perceived value*?

## 1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini berfokus pada permasalahan yang ada, maka perlu adanya pembatasan pada penelitian ini. Penelitian ini dilakukan pada pengguna BSI mobile di Yogyakarta. Variabel penelitian meliputi kualitas layanan *mobile banking*, kualitas informasi *mobile banking*, keamanan *mobile banking*, dan nilai yang dipersepsikan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kualitas informasi, keamanan berpengaruh signifikan terhadap nilai yang dipersepsikan nasabah.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh *service quality* terhadap *user perceived value*
2. Menguji pengaruh *information quality* terhadap *user perceived value*
3. Menguji pengaruh *security* terhadap *user perceived value*

## 1.5 Manfaat Penelitian

Dengan merujuk kepada tujuan penelitian, penelitian ini memiliki manfaat yang dapat diuraikan sebagai berikut:

### 1. Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini harapannya dapat digunakan untuk menambah wawasan pengetahuan dan dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama menempuh studi di perguruan tinggi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan atau referensi bagi para akademisi yang akan melakukan penelitian serupa.

### 2. Manfaat bagi pengguna *mobile banking*

penelitian ini dapat membantu meningkatkan kualitas *mobile banking*, meningkatkan persepsi nasabah dan meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

### 3. Manfaat bagi pihak Bank

Penelitian ini membantu meningkatkan informasi bank tentang kebutuhan dan harapan nasabah, sehingga bank dapat lebih efektif dalam mengembangkan kualitas *mobile banking* yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.