

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, semakin hari perkembangan teknologi informasi semakin maju dan modern. Perkembangan teknologi informasi meliputi perkembangan infrastruktur seperti *hardware*, *software*, teknologi penyimpanan data (*storage*), dan teknologi komunikasi telah mempengaruhi berbagai bidang seperti kesehatan, pendidikan, pemerintahan, dan ekonomi. Dengan adanya kemajuan teknologi tersebut, segala aktivitas manusia menjadi lebih mudah.

Kehadiran teknologi yang berkembang pesat seperti sekarang sangat diperlukan supaya inovasi baru muncul guna memudahkan segala aktivitas manusia sehingga lebih aman, efektif, cepat, serta nyaman, khususnya di bidang perekonomian global (Laila & Herawati, 2021). Oleh karena itu, perkembangan teknologi harus diikuti dengan perkembangan sektor keuangan, khususnya *financial technology* (fintech). Menurut National Digital Research Center (NDRC), *financial technology* merupakan inovasi baru yang menggabungkan layanan keuangan dan teknologi modern (Hadi, 2017). Fintech menghadirkan proses transaksi keuangan yang lebih praktis, aman dan modern.

Fintech merupakan hasil penggabungan antara layanan keuangan dan teknologi, yang pada akhirnya mengubah model bisnis dari tradisional menjadi moderat, awalnya pembayaran dilakukan dengan tatap muka dan membawa

sejumlah uang tunai, sekarang dimungkinkan untuk melakukan transaksi pembayaran jarak jauh yang dapat diselesaikan dalam hitungan detik (Marias O, 2020)

Menurut Kurniawati et al., (2017) Salah satu industri yang mengikuti perkembangan teknologi informasi yaitu perbankan. Perkembangan teknologi yang diikuti oleh perbankan bertujuan agar organisasinya dapat berjalan dengan baik serta bisa menambah prestasi kerjanya. Saat ini, industri perbankan tidak hanya fokus dengan tugasnya selaku layanan jasa keuangan, namun bank terus mengembangkan inovasi-inovasi terkini untuk menunjang pertumbuhan revolusi industri dan meningkatkan kualitas layanan kepada nasabahnya. Perbankan berusaha melakukan inovasi yang sesuai dengan perkembangan zaman dan dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan masyarakat. Masyarakat saat ini cenderung menyukai suatu yang instan, cepat namun dengan kualitas produk yang baik. Melihat hal tersebut, perbankan melakukan pengembangan terhadap sistem pelayanan kepada nasabah dalam bentuk *mobile*.

*Mobile banking* atau lebih dikenal dengan M-Banking merupakan layanan perbankan yang berfungsi melakukan transaksi non tunai serta dapat diakses secara langsung oleh nasabah melalui *mobile phone* atau telepon seluler, baik dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di SIM card, dengan menggunakan media SMS (*Short Message Services*) Atau menggunakan menu pada aplikasi *mobile* dengan menggunakan media jaringan internet pada *mobile phone* ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)).

*Mobile banking* digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran, transfer, mutasi rekening, cek saldo dan lain sebagainya yang dapat diakses melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan. Dengan menggunakan layanan *mobile banking*, dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi tanpa harus ke bank. Dengan kata lain, menggunakan layanan m-banking dapat menghemat tenaga dan waktu karena hanya dengan smartphone kita sudah dapat melakukan berbagai macam transaksi kapan saja dan dimana saja.

Layanan *mobile banking* sudah diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum dan juga telah di atur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Disisi lain, saat ini diketahui bahwa dunia sedang mengalami kondisi yang kurang baik yang diakibatkan oleh pandemi covid-19. Untuk menanggulangi wabah tersebut, pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan diantaranya adalah pembatasan sosial. Masyarakat diimbau untuk mengurangi aktivitas diluar rumah dan mengganti berbagai kegiatan dari rumah melalui media internet. Dengan adanya hal tersebut, m-banking bisa menjadi alternatif bagi masyarakat untuk melakukan transaksi keuangan dari rumah.

Di tengah tantangan pandemi covid-19 bank terus mendorong nasabahnya untuk mengoptimalkan penggunaan digital banking dengan mengkampanyekan *banking from home*. Beberapa bank juga mulai memperbaharui fitur-fitur layanan

perbankannya dengan meluncurkan beragam fitur baru yang dapat mempermudah nasabahnya dalam bertransaksi dari rumah melalui *mobile banking*. Hal tersebut berdampak kepada penggunaan layanan *mobile banking* yang kian meningkat.

Bank Indonesia (BI) mencatat sepanjang tahun 2020 penggunaan transaksi non tunai meningkat seiring dengan perkembangan teknologi. Transaksi digital banking mengalami peningkatan mencapai 2.774,5 triliun atau sebesar 13,91% per tahun year on year (yoy). Gubernur BI Perry Warjiyo mengungkapkan, transaksi ekonomi dan keuangan digital terus tumbuh sejalan dengan penggunaan platform *e-commerce* dan instrumen digital di masa pandemi, serta kuatnya preferensi dan akseptasi masyarakat akan transaksi digital. Volume transaksi digital banking pada desember 2020 mencapai 513,7 juta transaksi, atau tumbuh 41,53% (yoy) dan nilai transaksi digital banking sebesar Rp 2.774,5 triliun (Sahara, 2021).

Sejalan dengan data yang dikemukakan oleh BI, beberapa bank di Indonesia mengalami peningkatan penggunaan *mobile banking* per tahun 2020. Tercatat per September 2020 bank BNI memiliki jumlah nasabah yang menggunakan *mobile banking* sebesar 6,79 juta dengan nilai transaksi mencapai 335 triliun, naik 80,4% yoy dan jumlah transaksi menembus 211 juta naik 48,1% secara tahunan. Begitu pula dengan Bank Central Asia Tbk, di tengah pandemic BCA berhasil meningkatkan transaksi *mobile banking* sebesar 28,4% hingga mencapai 1,891 triliun (Sitanggang, 2020). Hal yang sama juga dirasakan oleh Bank Rakyat Indonesia. Selama pandemi covid-19 volume transaksi menggunakan *mobile banking* BRImo naik 660,5% yoy menjadi 765,8 juta kali (Setyowati, 2021)

Selain meningkatnya volume transaksi internet banking, ternyata pengguna internet banking juga didominasi oleh usia muda. Hal ini dapat kita lihat dari hasil survey yang dilakukan oleh Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Dari survey tersebut diketahui, bahwa 49,52% pengguna internet banking berusia 19 - 34 tahun, kemudian 29,55% berusia 35-54 tahun, dan 4,24% berusia 54 tahun keatas (Murfi & Suripto, 2020). Hal serupa juga dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Dewi et al., 2021. Responden penelitian ini adalah para generasi Z yaitu mahasiswa. Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh data bahwa dari beberapa produk *E-money* yang ada, lebih banyak responden yang menggunakan *mobile banking* yaitu sebanyak 74% atau 262 orang responden dan sisanya sebanyak 26% atau 92 orang menggunakan layanan *e-money* seperti Dana, Gopay, iSaku/Ovo/dan lainnya.

Penawaran layanan perbankan melalui *mobile banking* sebenarnya sudah banyak dilakukan di media-media elektronik maupun dengan menawarkan secara langsung kepada nasabah pada saat pembuatan rekening tabungan. Bank juga menjalankan kerjasama dengan instansi pendidikan yang ada di Indonesia. Salah satunya adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang melakukan kerjasama dengan Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha). BRI melakukan kerjasama dalam menerbitkan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) yang sekaligus berfungsi sebagai ATM. KTM tersebut dapat digunakan sebagai kartu debit yang memudahkan mahasiswa dalam melakukan pembayaran non-tunai. Selain itu, saat melakukan penerbitan KTM mahasiswa di berikan tawaran penggunaan *mobile banking*.

Namun, hingga saat ini masih banyak mahasiswa di Undiksha yang belum mempunyai KTM.

Dari wawancara yang peneliti lakukan pada beberapa mahasiswa Undiksha, mereka belum mempunyai KTM karena menganggap KTM tidak terlalu penting untuk digunakan. KTM hanya dianggap sebagai formalitas untuk melengkapi administrasi di kampus. Hal tersebut dikarenakan kurangnya pengetahuan mahasiswa tentang kemudahan dan manfaat dalam menggunakan KTM yang sekaligus berfungsi sebagai ATM tersebut. Mahasiswa khususnya di Undiksha belum mengetahui mengenai fasilitas dan layanan yang diberikan oleh bank yaitu *mobile banking* yang terdapat dalam KTM. Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa mahasiswa yang menggunakan KTM yang dilengkapi dengan *mobile banking* mereka mengatakan bahwa pada saat membuat KTM mereka berminat menggunakan *mobile banking* karena merasa layanan *mobile banking* akan dibutuhkan dan bermanfaat kedepannya, dengan menggunakan *mobile banking* bisa memudahkan dalam melakukan transaksi keuangan.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian terkait *mobile banking* perlu dilakukan untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan penerimaan dalam menggunakan *mobile banking* khususnya bagi mahasiswa Undiksha yang menggunakan KTM. Menurut Syahril & Rikumahu (2019) model yang paling banyak digunakan untuk mengetahui tingkat penerimaan individu menggunakan suatu teknologi adalah *Technology Acceptance Model (TAM)*. Model TAM telah

banyak digunakan untuk menguji penerimaan teknologi oleh pemakai sistem dalam berbagai macam konteks (Kurniawati et al., 2017).

Pada penelitian ini juga menggunakan TAM sebagai teori utamanya. Teori ini menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana untuk penerimaan teknologi dan perilaku para penggunanya (Davis 1989; Davis et al. 1989) Konsep TAM yang dikembangkan oleh Davis (1998) menyajikan suatu teori yang digunakan untuk mengetahui perilaku pengguna dalam menerima dan menggunakan suatu sistem informasi. Dengan menggunakan TAM dapat mengukur tingkat penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi. Dalam model TAM, Davis (1998) mengemukakan bahwa seseorang menggunakan sistem teknologi informasi dipengaruhi oleh dua faktor yaitu persepsi manfaat penggunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Ayuk, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Rick, Bohme, dan Moore (2015) dalam Syahril dan Rikumahu (2019) memberikan bukti empiris bahwa penambahan variabel persepsi risiko (*perceived risk*) dapat diterapkan untuk menjelaskan penghindaran kejahatan pada layanan online. Penambahan variabel persepsi risiko pada model TAM juga dapat dijadikan acuan untuk mempertimbangkan pengaruh negatif saat mempelajari mengenai penerimaan suatu teknologi (Syahril & Rikumahu, 2019). Melalui modifikasi dan pengembangan teori TAM, dapat dipahami bahwa reaksi dan persepsi pengguna terhadap teknologi dapat mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan penggunaan teknologi. Faktor yang dipilih untuk modifikasi dan pengembangan teori TAM ada 3 yaitu faktor persepsi

manfaat (perceived usefulness), persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use), serta persepsi risiko (perceived risk) terhadap minat penggunaan (intention to use).

Menurut Davis, 1989 (dalam Mahendra, 2014) Persepsi manfaat kegunaan (perceived usefulness) didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2020) yang berjudul Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam) Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* menyatakan bahwa Persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* sedangkan kualitas layanan berpengaruh negatif terhadap minat nasabah.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Mahmudah (2021) yang berjudul Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* mendapatkan hasil bahwa Persepsi Kegunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan, Kemudahan Penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan, Kepercayaan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan, Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan hasil penelitian dari Wibiadila (2016) yang berjudul pengaruh kegunaan, kemudahan, risiko dan kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* menyatakan bahwa terdapat kegunaan, kemudahan,



risiko dan kualitas layanan ini memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Dari hasil penelitian Yulianti (2019) juga menyimpulkan bahwa kemudahan, manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* dan untuk variabel risiko memiliki hasil positif tidak signifikan (tidak berpengaruh) terhadap penggunaan *mobile banking*.

Namun berbeda halnya dengan penelitian lain yang menyimpulkan bahwa kegunaan, risiko, kemudahan berpengaruh negatif. Hasil dari penelitian Purwati (2018) menyimpulkan bahwa Persepsi manfaat terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* memperoleh hasil melalui uji t menunjukkan secara parsial persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, artinya ada faktor lain yang lebih berpengaruh dari faktormanfaat. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Rahayu (2015) bahwa Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) tidak berpengaruh positif semua terhadap minat perilaku menggunakan *Mobile Banking*. Hasil penelitian dari Pangesti (2018) dengan judul pengaruh persepsi risiko, kepercayaan dan persepsi teknologi dan informasi terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* juga mengemukakan bahwa persepsi risiko berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*.

Adapun penelitian tentang pengetahuan yang dilakukan oleh Bulkia et al. (2019) yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Individu Pengguna Internet Banking Banjarmasin

mendapatkan hasil bahwa Pengetahuan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap minat pengguna internet banking di Banjarmasin. Penelitian yang dilakukan oleh Rizky et al. (2018) bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-Banking dalam bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng. Namun, penelitian tersebut berbeda dengan Fitri (2016) yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan Dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Online (Studi Kasus Nasabah Bni Syariah Medan) mendapatkan hasil bahwa pengetahuan nasabah secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi online menggunakan m-banking.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa sehingga berminat menggunakan *mobile banking* dengan melihat tingkat pengetahuan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko. Oleh karena itu, peneliti membuat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Tingkat Pengetahuan Mahasiswa dan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* di Masa Pandemi Covid 19”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bertambahnya pengguna *mobile banking* saat pandemi covid-19 namun, masih banyak mahasiswa undiksha yang belum menggunakan KTM dan memaikai *Mobile banking*.

2. Masih ada mahasiswa yang belum mengetahui pentingnya menggunakan KTM dan *mobile banking*.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka perlu dilakukan pembatasan masalah yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini:

1. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha) yang menggunakan KTM dan bertransaksi menggunakan *mobile banking*.
2. Variabel yang diteliti adalah tingkat pengetahuan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan minat menggunakan *mobile banking*.

### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh tingkat pengetahuan mahasiswa terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*?
2. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*?
3. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*?

4. Bagaimana pengaruh persepsi risiko terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*?
5. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan risiko terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan mahasiswa terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*
5. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan risiko terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking*?

### 1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

## 1. manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan sumber pengetahuan bagi kalangan akademik
- b. Untuk menambah ilmu pengetahuan tentang pengaruh Tingkat pengetahuan mahasiswa dan *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha
- c. Untuk menambah wawasan, bahan informasi bagi pengkaji dan memberikan kontribusi khususnya dalam pengembangan perbankan di Indonesia

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perbankan  
Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak perbankan dalam menentukan Langkah yang tepat untuk meningkatkann dan mengembangkan kualitas layanan *mobile banking*.
- b. Bagi Universitas  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber referensi kepustakaan bagi para peneliti kedepannya, sehingga mampu memberikan kontribusi ilmiah.
- c. Bagi Peneliti Lain  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi awal bagi peneliti yang akan menilit hal serupa dimasa mendatang.