**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Uang adalah salah satu penemuan yang paling signifikan dari peradaban manusia. Uang telah menjadi bagian dari sejarah manusia selama lebih dari ribuan tahun. Menurut Undang-Undang Nomor 7 tahun 2011 tentang Mata Uang, Uang adalah alat pembayaran yang sah. Setelah adanya penemuan uang oleh para ahli, uang kini menjadi hal yang paling penting untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Lembaga keuangan bank merupakan lembaga yang menawarkan jasa berkaitan dengan uang. Selain berfungsi sebagai mediator antara kelompok masyarakat kelebihan dana dan kelompok masyarakat yang kekurangan dana, lembaga keuangan bank juga dapat berfungsi sebagai tempat menghimpun dana (Sawitri dan Hartanto, 2007). Lembaga keuangan bank di Indonesia terdiri atas bank umum, bank sentral dan bank perkreditan rakyat.

Di masa sekarang ini, bank telah menjadi mitra atau *partner* masyarakat dalam hal keuangan. Menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang Perbankan, Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Berdasarkan data Statistik Perbankan Indonesia, bank umum yang ada di Indonesia saat ini berjumlah 115 dan jumlah kantor bank umum sebanyak 31.877. Apabila dilihat dari data Statistik Perbankan Indonesia, angka tersebut menurun dari tahun-tahun sebelumnya.

Dari 115 bank umum yang tercatat dalam data Statistik Perbankan Indonesia, penulis memilih Bank Central Asia (BCA) untuk diteliti. Bank Central Asia didirikan oleh Sudono Salim pada 21 Febuari 1957 yang mana sekarang Bank Central Asia dimiliki oleh perusahaan rokok terkemuka yang ada di Indonesia yaitu Djarum. dengan slogan “Senantiasa di Sisi Anda”, Bank Central Asia menawarkan berbagai produk dan layanan yang berkualitas serta membantu merencanakan kondisi keuangan pribadi dan perkembangan bisnis nasabah ([www.bca.co.id](http://www.bca.co.id)). Berkat pelayanan yang memuaskan, Bank Central Asia berhasil menduduki peringkat ketiga aset bank terbesar hingga Juni 2018 ([www.kinerjabank.com](http://www.kinerjabank.com)).

**Tabel 1.1**

**Sepuluh Bank dengan Peringkat Aset Terbesar**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Nama Bank** | **Total Aset (dalam juta rupiah)** |
| 1 | BRI | 1,097,368,442 |
| 2 | Bank Mandiri | 1,003,464,780 |
| 3 | Bank BCA | 776,590,042 |
| 4 | BNI | 684,155,458 |
| 5 | BTN | 268,044,394 |
| 6 | Bank CIMB Niaga | 258,587,594 |
| 7 | Bank Panin | 189,452,263 |
| 8 | Bank Permata | 159,062,532 |
| 9 | Bank Danamon | 156,735,873 |
| 10 | Bank Maybank | 155,896,565 |

Sumber : www.kinerjabank.com

Pada akhir Maret 2018, Bank Central Asia melayani hampir 17,5 juta rekening nasabah dan memproses jutaan transaksi setiap harinya. Didukung oleh 1.236 kantor cabang, 17.624 Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan lebih dari 490.000 mesin *Electronic Data Capture* (EDC) serta pelayanan melalui *internet banking* dan *mobile banking* yang dapat diakses selama 24 jam ([www.bca.co.id](http://www.bca.co.id)). Bank Central Asia tampil sebagai Bank Terbaik 2018 menurut versi Majalah Investor dengan kelompok modal inti diatas Rp 30 triliun (www.beritasatu.com).

Ekosistem pembayaran telah berkembang pesat dengan seiringnya kemajuan teknologi. Di zaman modern ini, teknologi yang sedang berkembang telah memperkenalkan kepada masyarakat bahwa ada cara baru dalam hal pembayaran. Kombinasi dari teknologi dan harapan masyarakat membuat perubahan ini terjadi. Perkembangan teknologi menjadikan sistem di dunia perbankan menjadi tepat sasaran. Bank Central Asia memanfaatkan teknologi untuk membuat transaksi pembayaran menjadi lebih cepat, mudah dan aman.

Pelayanan transaksi perbankan Bank Central Asia tidak hanya melalui kantor cabang, tetapi juga dapat melalui *mobile banking*. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2015), *Mobile banking* merupakan suatu layanan yang memungkinkan dan membantu nasabah bank dalam hal melakukan transaksi melalui ponsel atau *smartphone*. Aplikasi mobile banking dapat digunakan dengan mengunduh terlebih dahulu aplikasi tersebut. Dengan tampilan menu yang sudah tersedia dalam aplikasi, pengguna dapat dengan mudah melakukan transaksi kemana saja dan kepada siapa saja. Gambar 1.1 merupakan contoh tampilan menu pada aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia.

**Gambar 1.1**

**Tampilan Menu Aplikasi *Mobile Banking* Bank Central Asia**



Purwanegara *et al*., (2013) mengatakan bahwa sistem *mobile banking* dilengkapi perlindungan otomatis yang diprogramkan sejak pendaftaran yaitu dengan menggunakan PIN dan nomor telepon yang terdaftar untuk memastikan keamanan pengguna. Namun, masih terdapat beberapa resiko dalam *mobile banking* yaitu apabila seseorang mencuri *smartphone* pengguna dan meretasnya melalui internet. Hal ini dapat membahayakan keuangan pribadi pengguna. Saat ini tidak ada aturan pemerintah yang memadai yang dapat melindungi pelanggan dari transaksi yang tidak sah (Purwanegara *et al.*, 2013).

Meskipun berbagai fasilitas sudah diberikan oleh pihak Bank Central Asia, nyatanya masih banyak masyarakat yang kurang percaya akan kemudahan dan kegunaan untuk memakai *mobile banking*. Bahkan mungkin ada masyarakat yang merasa bahwa dengan menggunakan *mobile banking* tersebut tidak mendatangkan keuntungan baginya. Masyarakat yang percaya dan menggunakannya pun juga memiliki kendala dalam penggunaannya seperti misalnya pada bulan Mei 2018, terdapat beberapa nasabah yang mengeluhkan tidak bisa mengakses layanan *mobile banking* yang dimilikinya ([www.kumparan.com](http://www.kumparan.com)). Masalah tersebut ialah ketidakmampuan aplikasi untuk mentransfer dana dari rekening satu dengan rekening lainnya, namun keluhan tersebut pun langsung dapat diatasi oleh pihak manajemen Bank Central Asia.

Tetapi dibalik semua kekurangan dan kendala dalam *mobile banking*, survei Mastercard Mobile Shopping pada tahun 2017 menunjukan bahwa sebanyak 25 persen responden di Indonesia lebih memilih menggunakan aplikasi *mobile banking* untuk melakukan transaksi pembayaran (www.kompas.com). Kemudahan menyimpan, mengirim dan menerima uang menjadi alasan masyarakat memilih *mobile banking*. *Performance expectancy* pada aplikasi mobile banking membuat melihat sejauh mana masyarakat percaya bahwa menggunakan *mobile banking* akan membantu performa pekerjaan (Ghalandari, 2012). Berdasarkan penelitian sebelumnya, *performance expectancy* diharapkan berpengaruh pada *attitude* dan *intention to use* (Shaikh *et al*., 2018).

Di sisi lain, masyarakat yang memiliki pengalaman menggunakan dan merasakan manfaat atau keuntungan *mobile banking*, akan memungkinkan untuk menggunakannya secara terus menerus. *Perceived usefulness* merupakan suatu ukuran dimana penggunaan teknologi dipercaya bahwa akan adanya manfaat bagi orang yang menggunakannya (Davis *et al*., 1989). Maka dari itu, *perceived usefulness* dapat dikatakan mempengaruhi *intention to use* *mobile banking*.

Selain kegunaan pada *mobile banking* yang diharapkan dapat memudahkan performa kinerja, kemudahan pada *mobile banking* juga turut diperhatikan. Dimana zaman sekarang ini, masyarakat lebih memilih untuk menggunakan layanan yang efisien dan efektif. *Perceived ease of use* dapat didefinisikan sebagai sejauh mana masyarakat percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak perlu mengeluarkan usaha (Davis *et al*., 1989). Oleh sebab itu, penulis beranggapan bahwa layanan *mobile banking* harus selalu mudah untuk digunakan agar masyarakat mempunyai *intention to use*.

Berdasarkan uraian-uraian sebelumnya, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Performance Expectancy terhadap Intention to Use Melalui Mediasi Attitude pada Mobile Banking Bank Central Asia*

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, penulis dapat mengidentifikasikan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah masyarakat Indonesia mengetahui mengenai layanan *mobile banking*?
2. Apakah layanan *mobile banking* Bank Central Asia sudah optimal?
3. Bagaimana respon masyarakat Indonesia terhadap layanan *mobile banking* Bank Central Asia?
4. Apakah *perceived usefulness* mempengaruhi *attitude* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia?
5. Apakah *perceived ease of use* mempengaruhi *attitude* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia?
6. Apakah *performance expectancy* mempengaruhi *attitude* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia?
7. Apakah *perceived usefulness* mempengaruhi *intention to use* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia?
8. Apakah *perceived ease of use* mempengaruhi *intention to use* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia?
9. Apakah *performance expectancy* mempengaruhi *intention to use* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia?
10. Apakah *attitude* mempengaruhi *intention to use* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia?
11. **Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi yang telah ditemukan, penulis membatasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *perceived usefulness* mempengaruhi *attitude* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia?
2. Apakah *perceived ease of use* mempengaruhi *attitude* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia?
3. Apakah *performance expectancy* mempengaruhi *attitude* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia?
4. Apakah *perceived usefulness* mempengaruhi *intention to use* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia?
5. Apakah *perceived ease of use* mempengaruhi *intention to use* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia?
6. Apakah *performance expectancy* mempengaruhi *intention to use* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia?
7. Apakah *attitude* mempengaruhi *intention to use* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia?
8. **Batasan Penelitian**

Penulis akan membatasi penelitian ini agar lebih terarah, maka dari itu batasan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah Bank Central Asia
2. Subjek penelitian ini adalah individu yang menggunakan dan merasakan adanya manfaat dan kemudahan terhadap *mobile banking* Bank Central Asia
3. Variabel yang diteliti yaitu *performance expectancy*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude* dan *intention to use*.
4. Periode penelitian yaitu Oktober 2018 hingga Desember 2018.
5. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang ada, maka penulis dapat simpulkan rumusan masalah penelitian ini adalah:

“Apakah pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use,* dan *performance expectancy* terhadap *intention to use* melalui mediasi *attitude* pada *mobile banking* Bank Central Asia?”

1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah *perceived usefulness* mempengaruhi *attitude* pada *mobile banking* Bank Central Asia
2. Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* mempengaruhi *attitude* pada *mobile banking* Bank Central Asia
3. Untuk mengetahui apakah *performance expectancy* mempengaruhi *attitude* pada *mobile banking* Bank Central Asia
4. Untuk mengetahui apakah *attitude* mempengaruhi *intention to use* pada *mobile banking* Bank Central Asia
5. Untuk mengetahui apakah *perceived usefulness* mempengaruhi *intention to use* pada *mobile banking* Bank Central Asia
6. Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* mempengaruhi *intention to use* pada *mobile banking* Bank Central Asia
7. Untuk mengetahui apakah *performance expectancy* mempengaruhi *intention to use* pada *mobile banking* Bank Central Asia
8. **Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan atas penelitian ini, yaitu:

1. Bagi akademik

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini, peneliti-peneliti lain dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan atau pedoman dalam bidang akademik, serta penelitian ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan standar kelulusan dalam perkuliahan.

1. Bagi perbankan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk dilakukan oleh perbankan dalam mempertahankan kepuasan pengguna *mobile banking*.

1. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pembaca lainnya yang sedang atau akan melakukan penelitian terhadap penggunaan *mobile banking*, serta sebagai informasi untuk menambah wawasan para pembaca.