**BAB I**

**PENDAHULUAN**

Pada BAB I ini terdiri dari tujuh sub bab. Berdasarkan pedoman penulisan skripsi yang ada pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie memiliki tujuh sub bab pada BAB I. Tujuh sub bab yang peneliti sajikan, yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

 Pada latar belakang masalah, peneliti menguraikan penjelasan singkat mengenai alasan dilakukan penelitian ini. Tujuan dari peneliti menguraikan penjelasan singkat agar peneliti mampu mengidentifikasi beberapa pertanyaan seputar latar belakang masalah tersebut, memilih masalah yang akan diteliti, dan merumuskan tujuan dari penelitian ini. Penelitian ini memiliki batasan penelitian agar diharapkan pada akhirnya penelitian ini dapat memberikan manfaat penelitian bagi para pihak lain.

1. **Latar Belakang Masalah**

Sistem keuangan adalah sarana penting bagi masyarakat. Pentingnya sarana keuangan terutama dalam bidang perekonomian. Lembaga yang dapat menunjang sistem intermediasi keuangan umumnya dikenal sebagai bank. Bank didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, serta menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai *banknote*.

Kata bank berasal dari bahasa Italia (*banca*) yang merupakan kata serapan yang sudah disesuaikan dengan kaidah bahasa Indonesia, yang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti meja tempat penukaran uang. Hal ini berarti bank bisa dikaitkan sebagai tempat beroperasinya uang. Dengan demikian, kata bank tidak dapat berpisah dengan uang.

Bank dalam kegiatan operasionalnya dapat dikatakan sebagai badan usaha. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat. Dana yang dihimpun bank dan disalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup bagi rakyat banyak.

Bank memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi. Selain dalam menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya. Bank dalam kegiatan operasinya juga memiliki tujuan. Tujuan dari bank adalah menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan bagi rakyat banyak.

Perbankan tidak hanya berfungsi sebagai penunjang pelaksanaan pembangunan nasional. Akan tetapi, bank juga harus memperhatikan masalah lingkungan sosial masyarakat. Pada era globalisasi ini bank sangat diperlukan oleh masyakarat luas di Indonesia yang tentunya pada sistem pembayaran karena dianggap sangat praktis, efektif dan efisien. Adanya sistem pembayaran yang praktis, efektif, dan efisien yang diberikan oleh bank dapat membuat para masyarakat cenderung lebih suka menggunakan perantara bank dalam transaksi.

Peneliti memilih Bank Central Asia (BCA) sebagai objek penelitian ini dengan alasan Bank Central Asia (BCA) termasuk dalam lima besar berdasarkan total aset bank di Indonesia. Hal ini menyajikan data yang dapat dilihat pada tabel 1.1 yang menerangkan peringkat bank berdasarkan total aset per Q2 2018.

**Tabel 1.1**

**Peringkat Bank Berdasarkan Total Aset per Q2 2018**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Peringkat** | **Bank**  | **Total Aset\***  |
| 1 | PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk (BRI)  | 1.097.368.442 |
| 2 | PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk (Mandiri)  | 1.003.464.780  |
| 3 | PT. Bank Central Asia (BCA), Tbk (BCA)  | 776.590.042  |
| 4 | PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk (BNI)  | 684.155.458  |
| 5 | PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk (BTN)  | 268.044.394  |

 Sumber: [www.kinerjabank.com](http://www.kinerjabank.com/bank_rankings)

Dari data pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Bank Central Asia (BCA) membuktikan bahwa Bank Central Asia (BCA) melakukan peningkatan kesejahteraan bagi rakyat banyak.

Untuk mengukur kinerja dari bank biasanya dapat di lihat dari total aset yang dimiliki oleh bank. Kinerja dari Bank Central Asia (BCA) telah dibuktikan pada tabel 1.1 di atas sebagai salah satu bank posisi lima besar dengan peringkat ketiga dalam total aset per Q2 pada periode 2018. Dengan peringkat bank terbesar akan membuat para nasabah bank merasa percaya akan keterjaminan mutu dari bank. Dari data pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa Bank Central Asia (BCA) merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia. Bank Central Asia (BCA) sebagai peringkat pertama dalam hasil *top brand* 2016 dalam kategori *banking & finance* (tabungan berjangka). Bank Central Asia (BCA) membuktikan memiliki tanggung jawab sosial yang besar dalam keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang.

 **Tabel 1.2**

**Hasil *Top Brand* 2018 Kategori *Banking & Finance* (Tabungan Berjangka)**

|  |  |
| --- | --- |
| Merek  | *Top Brand Index*  |
| Bank BCA  | 26,1%  |
| Bank Mandiri  | 24,8%  |
| Bank BRI  | 21,1%  |
| Bank BNI  | 15,3%  |

Sumber: [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Bank Central Asia (BCA) telah menjadi *top brand* karena mengikuti perkembangan teknologi. Untuk mengikuti perkembangan teknologi, Bank Central Asia (BCA) meluncurkan aplikasi *mobile banking* sebagai strategi Bank Central Asia (BCA) untuk menunjang kegiatan transaksi para nasabah Bank Central Asia (BCA) dalam sistem pembayaran. Strategi Bank Central Asia (BCA) ini diterima baik oleh masyarakat di Indonesia karena memberikan kemudahan dalam sistem pembayaran non-tunai. Kemudahan dari aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) dalam bertransaksi non-tunai dari nominal yang rendah hingga nominal yang tinggi.

Bank Central Asia (BCA) memberikan manfaat dari diluncurkannya aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA). Banyak manfaat dari diluncurkannya aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA), diantaranya sebagai kecepatan, kemudahan, dan keamanan yang lebih terjamin. Penggunaan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) dianggap cepat, mudah, dan aman karena hanya menggunakan aplikasi di *smartphone* atau komputer *tablet* nasabah.

Aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) hanya dapat digunakan bagi para nasabah yang sudah terdaftar di Bank Central Asia (BCA). Bagi para nasabah Bank Central Asia (BCA) yang ingin mendaftarkan dirinya untuk penggunaan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) hanya dengan berkunjung ke kantor Bank Central Asia (BCA) dan mengisi formulir yang tertera dan mengikuti prosedur yang ada. Prosedur hanya memakan waktu sekitar lima belas menit.Setelah itu, aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) dapat digunakan bagi para nasabah Bank Central Asia (BCA) yang telah mendaftarkan dirinya. Manfaat yang dapat dirasakan langsung bagi para nasabah yang telah terdaftar di Bank Central Asia (BCA) adalah nasabah tidak perlu pergi ke *Automatic Teller Machine* (*ATM*) untuk melakukan transaksi non-tunai.

Masyarakat di Indonesia cenderung lebih suka dengan hal-hal yang praktis, efektif, dan efisien. Kehadiran aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) tentu sangat diterima positif bagi masyarakat Indonesia terutama bagi para nasabah Bank Central Asia (BCA). Terkait teknologi dan internet yang berkembang dengan pesat, serta adanya preferensi transaksi nasabah pada layanan *digital*, Bank Central Asia (BCA) mengambil langkah untuk meningkatkan kualitas layanan *digital*. Selain dapat meningkatkan kualitas layanan *digital*, Bank Central Asia (BCA) juga sekaligus mendukung efisiensi biaya.

Simbiosis mutualisme[[1]](#footnote-1) berhasil diciptakan oleh Bank Central Asia (BCA) dengan kehadiran aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA). Simbiosis mutualisme dari Bank Central Asia (BCA) antara para nasabah Bank Central Asia (BCA) dengan Bank Central Asia (BCA). Simbiosis mutualisme yang diciptakan, yaitu bagi para nasabah Bank Central Asia (BCA) tidak perlu lagi melakukan transaksi non-tunai ke *Automatic Teller Machine* (*ATM*) dan peningkatan kualitas pada layanan *digital* & efisiensi biaya pada Bank Central Asia (BCA).

 **Tabel 1.3**

**Transaksi melalui Jaringan Layanan Utama**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 2016  | 2017  |
| Keterangan  | *ATM*  | *Mobile Banking*  | *ATM*  | *Mobile Banking*  |
| Jumlah Transaksi (dalam jutaan)  | 1.840  | 786  | 1.911  | 1.161  |
| Nilai Transaksi (dalam triliun Rupiah)  | 2.024  | 722  | 2.178  | 970  |

Sumber: [www.bca.co.id](http://www.bca.co.id)

Dari data pada tabel 1.3 dapat dilihat bahwa jumlah transaksi (dalam jutaan) dan nilai transaksi (dalam triliun Rupiah) dalam penggunaan *Automatic Teller Machine* (*ATM*) mengalami peningkatan pada tahun 2016 dan 2017. Tidak hanya penggunaan *Automatic Teller Machine* (*ATM*), melainkan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) juga mengalami peningkatan pada tahun 2016 dan 2017.

Jumlah transaksi (dalam jutaan) dan nilai transaksi (dalam triliun Rupiah) akan *Automatic Teller Machine* (*ATM*) dan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) mengalami peningkatan dari tahun 2016 ke 2017 yang berarti penggunaan *Automatic Teller Machine* (*ATM*) dan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) diterima baik oleh masyarakat di Indonesia terutama bagi para nasabah Bank Central Asia (BCA).

**Tabel 1.4**

**Penggunaan *Mobile Banking* (2018)**

|  |  |
| --- | --- |
| Merek | Persentase |
| *m-BCA*  | 49,5%  |
| *m-Banking* Mandiri  | 17,8%  |
| BRI *Mobile*  | 14,6%  |
| BNI *Mobile*  | 11,4%  |
| CIMB Niaga *Mobile*  | 3,3%  |

Sumber: [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Dari data pada tabel 1.4 dapat dilihat bahwa penggunaan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) menempati posisi terbanyak. Masyarakat cenderung menggunakan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) dibandingkan dengan aplikasi *mobile banking* lainnya. Bank Central Asia (BCA) memiliki tampilan aplikasi *mobile banking* yang menarik dan mudah dalam penggunaannya yang membuat masyarakat cenderung menggunakan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA).

Bank Central Asia (BCA)memberikan *perceived usefulness* yang dapat bermanfaat bagi para nasabah Bank Central Asia (BCA). Manfaat yang diberikan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) dalam kehidupan sehari-hari dalam mendukung kecepatan dan ketepatan dalam sistem pembayaran yang instan. Bank Central Asia (BCA) memberikan manfaat dalam *perceived usefulness* terutama dalam hal waktu, karena dengan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) dapat mengecek saldo hingga melakukan *transfer* dana hanya dengan waktu yang singkat dan nasabah tidak perlu pergi ke *Automatic Teller Machine* (*ATM*).

Bank Central Asia (BCA) juga memberikan *perceived ease of use* yang memberikan kemudahan bagi para nasabah Bank Central Asia (BCA). Kemudahan yang diberikan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) dalam transaksi non-tunai berbasis *digital* sesuai dengan perkembangan zaman dalam era globalisasi saat ini. Aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) ini dapat digunakan dalam komputer *tablet* dan *smartphone* yang dapat diunduh untuk mendukung aktivitas transaksi non-tunai. Adanya kemudahan dalam penggunaan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) membuat para nasabah Bank Central Asia (BCA) merasa nyaman dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA).

Manfaat lain dari aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) juga memberikan *perceived trust* dalam keamanan bagi para nasabah Bank Central Asia (BCA). Bank Central Asia (BCA) memberikan rasa aman bagi para nasabah yang merasa *computer efficacy* (kurang percaya diri) jika menggunakan *Automatic Teller Machine* (*ATM*). Adanya aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) dapat memberikan solusi berupa manfaat keamanan. Tidak hanya manfaat keamanan yang didapat dengan menggunakan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA), melainkan kepercayaan nasabah dalam bertransaksi non-tunai dengan menggunakan *smartphone*.

Kegunaan, kemudahan, dan keamanan yang diberikan oleh aplikasi *mobile banking* dari Bank Central Asia (BCA) cenderung akan membuat masyarakat terutama para nasabah Bank Central Asia (BCA) akan berperilaku cenderung untuk terus menggunakan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA). Bagi para nasabah Bank Central Asia (BCA) yang telah memiliki sikap berperilaku positif akan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) biasanya akan timbul stimuli dari para nasabah Bank Central Asia (BCA) untuk terus menggunakan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA). Faktor kegunaan, kemudahan, dan keamanan merupakan faktor penting dalam bagi para nasabah Bank Central Asia (BCA) dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA).

Dunia dalam genggaman ini telah dibuktikan oleh Bank Central Asia (BCA) dengan adanya aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) yang memudahkan aktivitas perbankan dan para nasabah dalam kehidupan transaksi non-tunai. Aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) selain memudahkan aktivitas perbankan, tetapi juga menghemat dari segi biaya dan waktu. Strategi yang diterapkan Bank Central Asia (BCA) ini tentu sangat menarik peneliti untuk melakukan penelitian tentang aplikasi *mobile banking* pada Bank Central Asia (BCA). Peneliti ingin mengetahui apakah manfaat yang diberikan Bank Central Asia (BCA) akan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) benar-benar mendapat respon positif oleh masyarakat dan para nasabah Bank Central Asia (BCA).

Dengan adanya kesenjangan apakah aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) memberikan banyak manfaat, peneliti menggunakan model *Technology Acceptance Model* (*TAM)* dalam kerangka pemikiran. Model *Technology Acceptance Model* (*TAM)* dapat dijadikan untuk mengukur pengaruh sikap terhadap teknologi baru. Model ini dapat digunakan terutama dalam penggunaan internet sebagai media bertransaksi secara *online*.

Berdasarkan uraian di atas, dengan adanya manfaat dalam penggunaan, kemudahan, dan keamanan, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul Mediasi *Attitude Toward Usage* dalam Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Trust* terhadap *Behavioral Intention* pada *Mobile Banking* Bank Central Asia (BCA).

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasikan beberapa masalah terkait dengan latar belakang penelitian, yaitu:

1. Apakah masyarakat Indonesia mengenal layanan *Mobile Banking* Bank Central Asia (BCA)?
2. Apakah layanan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) telah diimplementasikan dengan optimal dan merata di Indonesia?
3. Apakah masyarakat Indonesia merasa puas dengan layanan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA)?
4. Apakah *perceived usefulness* memengaruhi *attitude toward usage* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA)?
5. Apakah *perceived ease of use* memengaruhi *attitude toward usage* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA)?
6. Apakah *perceived trust* memengaruhi *attitude toward usage* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA)?
7. Apakah *perceived usefulness* memengaruhi *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA)?
8. Apakah *perceived ease of use* memengaruhi *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA)?
9. Apakah *perceived trust* memengaruhi *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA)?
10. Apakah *attitude toward usage* memengaruhi *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA)?
11. **Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diterangkan di atas, penelitian ini memiliki batasan-batasan masalah. Batasan masalah ini bertujuan agar penelitian ini tidak menyimpang di luar batasan masalah dalam penelitian ini. Peneliti merumuskan batasan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *perceived usefulness* memengaruhi *attitude toward usage* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA)?
2. Apakah *perceived ease of use* memengaruhi *attitude toward usage* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA)?
3. Apakah *perceived trust* memengaruhi *attitude toward usage* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA)?
4. Apakah *perceived usefulness* memengaruhi *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA)?
5. Apakah *perceived ease of use* memengaruhi *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA)?
6. Apakah *perceived trust* memengaruhi *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA)?
7. Apakah *attitude toward usage* memengaruhi *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA)?
8. **Batasan Penelitian**

Agar penelitian ini lebih terarah, maka penelitian ini memiliki batasan penelitian. Batasan penelitian ini berguna agar penelitian ini tidak menyimpang. Batasan penelitian ini sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini adalah Bank Central Asia (BCA).
2. Subjek penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan aplikasi *mobile banking* Bank Central Asia (BCA).
3. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived trust*, *attitude toward usage*, dan *behavioral intention*.
4. Periode penelitian ini, yaitu pada bulan Oktober 2018 hingga Januari 2019.
5. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah peneliti jabarkan di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

“Seberapa besar mediasi *attitude toward usage* dalam memengaruhi *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived trust* terhadap *behavioral intention* pada *mobile banking* Bank Central Asia (BCA).”

1. **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan, tujuan dari adanya penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah *perceived usefulness* memengaruhi *attitude toward usage* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA).
2. Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* memengaruhi *attitude toward usage* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA).
3. Untuk mengetahui apakah *perceived trust* memengaruhi *attitude toward usage* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA).
4. Untuk mengetahui apakah *perceived usefulness* memengaruhi *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA).
5. Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* memengaruhi *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA).
6. Untuk mengetahui apakah *perceived trust* memengaruhi *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA).
7. Untuk mengetahui apakah *attitude toward usage* memengaruhi *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA).
8. **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang terkait dengan penelitian ini. Berikut manfaat dari penelitian ini, yaitu;

1. Manfaat praktis (perusahaan/perbankan)

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan hasil yang dapat menjadi masukan bagi manajemen *Bank Central Asia* (*BCA*) dalam mengevaluasi pentingnya mediasi *attitude toward usage* dalam pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived trust* terhadap *behavioral intention* pada *mobile banking* Bank Central Asia (BCA).

1. Manfaat akademis

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan hasil yang dapat menambah pengetahuan-pengetahuan (teori-teori) dalam pemasaran yang khususnya mengenai *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived trust*, *attitude toward usage*, dan *behavioral intention*, serta dapat dijadikan preferensi dan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam kegiatan aktivitas akademik.

1. Simbiosis mutualisme yang dimaksud adalah kegiatan yang saling menguntungkan antara pihak Bank Central Asia (BCA) dengan pihak nasabah. [↑](#footnote-ref-1)