

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan sistem dan teknologi informasi mengalami kemajuan yang sangat pesat seperti penggunaan komputer (PC) maupun telepon genggam (*mobile*) yang dapat menunjang aktivitas pengguna agar lebih mudah dan melakukan segala sesuatu lebih cepat. Penggunaan teknologi tersebut dengan kemudahan dan pemanfaatannya membuat seseorang dapat menerima teknologi informasi tersebut dengan cepat [1]. Selain itu, penggunaan *mobile* dan teknologi lain seperti komputer yang semakin pesat ini didukung dengan adanya jaringan internet. Internet menjadi salah satu hal yang penting bagi mayoritas masyarakat, industri, perusahaan, maupun pemerintah yang bisa membantu dalam pekerjaan kantor, bisnis *online*, komunikasi jarak jauh, pengerjaan tugas kuliah, pencarian informasi, dan sebagainya. Mengikuti semakin banyaknya persaingan yang berlomba memberikan layanan yang lebih efisien kepada para nasabah, perbankan tidak berbeda dengan industri lainnya, dimana layanan internet mulai digunakan. Perbankan memanfaatkan internet dalam memberikan layanan jasanya kepada para nasabah seperti penggunaan *internet banking*. Selain *internet banking*, perbankan juga menyediakan layanan jasanya dengan memanfaatkan media *mobile* atau disebut dengan *mobile banking*.

Mobile banking adalah salah satu bagian dari *e-banking* yang merupakan layanan informasi perbankan via *wireless* paling baru yang ditawarkan pihak bank dengan memanfaatkan teknologi *mobile* untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan sebagaimana yang biasa dilakukan dengan harus mendatangi bank atau ATM terdekat secara langsung. Bank Mandiri merupakan salah satu bank yang ikut menyediakan layanan *mobile banking* (*m-banking*), dimana layanan ini disediakan untuk memberikan kemudahan kepada para nasabah dalam kegiatan bertransaksi dan dapat meningkatkan jumlah nasabah, *mobile banking* yang disediakan juga dapat digunakan dengan mudah tanpa harus mempelajari cara penggunaan secara khusus. Namun penggunaan *mobile banking* di Indonesia masih

terhitung rendah, khususnya di kota Medan, masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui dan tidak memiliki akun *mobile banking*, masyarakat lebih berminat menggunakan sistem manual [2] diperkirakan karena kurangnya promosi dari pihak bank dan adanya masyarakat yang beranggapan bahwa penggunaan *mobile banking* akan lebih menyulitkan dari pada secara manual.

Berdasarkan pembahasan tersebut, penulis ingin meneliti apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* yang berlandaskan pada model TAM yang dikembangkan oleh Davis [1] sehingga dapat meningkatkan minat penggunaan *mobile banking*. TAM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi kegunaan dan kemudahan dalam pemakaian teknologi informasi [1]. Dari kedua persepsi tersebut, peneliti ingin meneliti apakah persepsi kemudahan dan kegunaan mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap minat penggunaan *mobile banking* melalui sikap penggunaan pengguna.

Penerimaan teknologi pada penelitian sebelumnya telah banyak dilakukan oleh para peneliti dengan hasil penelitian yang berbeda dimana penelitian menggunakan model, sampel, dan tempat penelitian yang berbeda ataupun menggunakan model yang sama namun dengan sampel dan tempat penelitian yang berbeda. Untuk itu berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *Mobile Banking*(M-Banking)di Kota Medan**”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dibahas sebelumnya, maka rumusan masalah yang dirangkum adalah:

1. Apakah persepsi kegunaan penggunaan (*Perceived Usefulness*) mempunyai pengaruh terhadap sikap penggunaan (*Attitude Toward Using*) *Mobile Banking*(M-Banking)di kota Medan?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived EaseofUse*) mempunyai pengaruh terhadap sikap penggunaan (*Attitude Towards Using*) *Mobile Banking*(M-Banking)di kota Medan?

3. Apakah sikap penggunaan (*Attitude Towards Using*) mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan (*Behavioral Intention to Use*) *Mobile Banking*(*M-Banking*) di kota Medan?

Ruang Lingkup

Berdasarkan judul penelitian yang dibuat, maka peneliti membuat batasan penelitian yaitu:

1. Variabel Independen : Persepsi kegunaan penggunaan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*).
2. Variabel *Intervening* : Sikap penggunaan (*Attitude Towards Using*).
3. Variabel Dependen : Minat penggunaan (*Behavioral Intention to Use*).
4. Objek Penelitian : *Mobile Banking* Mandiri
5. Tempat Penelitian : Kota Medan

Tujuan dan Manfaat

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara persepsi kegunaan penggunaan (*Perceived Usefulness*) terhadap sikap penggunaan (*Attitude Towards Using*) *Mobile Banking*(*M-Banking*).
2. Untuk mengetahui pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) terhadap sikap penggunaan (*Attitude Towards Using*) *Mobile Banking*(*M-Banking*).
3. Untuk mengetahui pengaruh antara sikap penggunaan (*Attitude Towards Using*) terhadap minat penggunaan (*Behavioral Intention to Use*) *Mobile Banking*(*M-Banking*).

Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking*(*M-Banking*) khususnya pada nasabah Bank Mandiri atau masyarakat yang mengetahui *mobile*

banking Mandiri di kota Medan karena setiap orang memiliki persepsi yang berbeda terhadap penerimaan dan penggunaan sebuah teknologi informasi, sehingga hasil atau manfaat dari penelitian ini dapat membantu pihak bank untuk membuat rencana strategis yang dapat memberikan kemajuan dalam menyediakan layanan perbankan kepada nasabah dan dapat meningkatkan jumlah nasabah.

