

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, perkembangan teknologi yang sangat pesat telah disertai dengan pemanfaatannya di berbagai bidang, mulai dari bidang sosial, ekonomi, politik, budaya, dan lainnya. Salah satu pemanfaatan yang dimaksudkan untuk memudahkan kehidupan manusia ini adalah di bidang ekonomi. Segala kegiatan dalam lingkup bidang ekonomi dalam suatu negara tidak dapat dihindari, bahkan perekonomian suatu negara dapat mencerminkan tingkat kemajuan negara tersebut. Salah satu aktifitas bidang ekonomi yang berperan vital adalah aktifitas perbankan. Bank-bank di Indonesia berlomba-lomba memposisikan diri menjadi pilihan utama masyarakat untuk melakukan transaksi ekonomi. Oleh sebab itu, bank-bank tersebut terus berinovasi mengembangkan cara-cara bagaimana menjangkau dan dijangkau oleh nasabah dengan lebih efisien. Penerapan *mobile banking* menjadi salah satu cara utama bank untuk menjangkau nasabahnya.

*Mobile banking* adalah fasilitas perbankan melalui alat komunikasi berupa *smartphone* sehingga sifatnya fleksibel, dimana transaksi dapat dilakukan di mana dan kapan saja. Menurut Nielson dalam “Pengguna Ponsel Naik Menjadi 53 Persen, Tribunnews.com, 31 Mei 2011”, penetrasi Internet di kalangan atas adalah tertinggi dibandingkan segmen lainnya yaitu sebesar 40%. Hal ini menjadi alasan utama *mobile banking* digunakan sebagai salah satu cara utama menjangkau nasabah. Salah satu bank di Indonesia yang merupakan penyedia fasilitas *mobile banking* adalah PT BANK OCBC NISP, Tbk. PT BANK OCBC NISP, Tbk. merupakan bank tertua keempat di Indonesia. Reputasinya yang baik di industri dan pertumbuhannya yang menjanjikan terus berkembang dalam perekonomian negara. Ini dibuktikan dengan berbagai penghargaan yang diraih, dimana salah satunya dalam *Asian Banking and Finance Award*, yaitu “*Mobile Banking Initiative Bank of The Year*”. *Asian Banking and Finance Award* merupakan ajang penghargaan yang digelar setiap tahun oleh *Asian Banking and Finance Magazine Singapore*. Ajang ini sebagai bentuk apresiasi terhadap industri perbankan dengan skala regional Asia dan tahun 2015 ini merupakan tahun ke-10 event tersebut digelar [1]. Hal ini juga yang menjadikan *mobile banking*

pada PT BANK OCBC NISP, TBK. menarik untuk diteliti dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini akan diamati dan dijabarkan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan fasilitas *mobile banking* oleh nasabah PT BANK OCBC NISP, TBK. Faktor-faktor yang diamati didasarkan pada variabel-variabel yang ada di dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu persepsi *user* terhadap manfaat *mobile banking* (*perceived usefulness*) dan persepsi *user* terhadap kemudahan penggunaan fasilitas *mobile banking* (*perceived ease of use*) yang akan mempengaruhi sikap penggunaan *mobile banking* (*attitude towards using*).

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini akan mengamati faktor-faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *mobile banking* pada PT BANK OCBC NISP, TBK. dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP PENGGUNAAN FASILITAS MOBILE BANKING PADA PT BANK OCBC NISP, TBK CABANG ASIA KOTA MEDAN”

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari tugas akhir ini adalah:

1. Apakah persepsi manfaat *mobile banking* (*perceived usefulness*) nasabah berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking* (*attitude towards using*)?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan *mobile banking* (*perceived ease of use*) nasabah berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking* (*attitude towards using*)?

## 1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari tugas akhir ini adalah:

- a. Variabel Independen:
  1. Persepsi manfaat *mobile banking* (*perceived usefulness*)
  2. Persepsi kemudahan penggunaan *mobile banking* (*perceived ease of use*)
- b. Variabel Dependen: Sikap penggunaan *mobile banking* (*attitude towards using*)
- c. Periode pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Mei s.d. Juli 2016.

#### 1.4 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari tugas akhir ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah *perceived usefulness* nasabah berpengaruh terhadap *attitude towards using mobile banking*.
2. Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* nasabah berpengaruh terhadap *attitude towards using mobile banking*.

Adapun manfaat dari tugas akhir ini adalah agar mendapatkan kajian positif dan negatif penggunaan fasilitas *mobile banking* oleh nasabah PT BANK OCBC NISP, TBK. yang mengacu pada model *Technology Acceptance Model (TAM)*, sehingga ke depannya juga bermanfaat untuk PT BANK OCBC NISP, TBK. dalam merumuskan strategi dari kajian tersebut guna meningkatkan sisi positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan perbankan khususnya *mobile banking* dalam peningkatan mutu dan kualitas, serta dapat dijadikan sebagai dasar penelitian yang lebih lanjut.

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL