

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era saat ini yang semua metode pembayaran mendukung untuk melakukan pembayaran lewat saluran online, melakukan pembayaran melalui saluran online dirasa sangat membantu dan menghasilkan yang sangat positif untuk mendukung keseharian para pengguna untuk melakukan transaksi pembayaran salah satunya lewat saluran *Mobile banking*, ditambah pada saat ini kondisi yang tidak memungkinkan kita untuk keluar rumah untuk melakukan proses pembayaran melalui secara offline yang dikarenakan sedang terjadi pandemi virus Covid-19 yang cukup mengkhawatirkan untuk kesehatan para pengguna ([Ulya 2020](#)).

Adanya fenomena yang sedang terjadi saat ini di dunia maupun di Indonesia sendiri yang sedang terjadi wabah pandemi virus Covid-19 yang bisa menular kepada siapa saja, melakukan metode pembayaran dan transaksi melalui saluran online dirasa sangat cocok untuk kondisi saat ini yang mengharuskan kita untuk tetap dirumah saja agar meminimalisir efek penyebaran dari virus ini.

Saluran online sangat membantu masyarakat agar tetap bisa mengakses informasi dan transaksi keuangannya di mana saja dan kapan saja, pada hal ini juga dibuktikan di Indonesia dengan meningkatnya para pengguna *Mobile banking* dan jumlah transaksi yang dilakukan melalui saluran secara online meningkat cukup pesat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya.

Salah satu artikel nasional menerangkan bahwa kenaikan pengguna dan jumlah transaksi dari pengguna *mobile banking* dari salah satu bank pemerintah mengalami kenaikan yang cukup tinggi dibandingkan dengan tahun sebelumnya, selama kondisi pandemi virus Covid-19 yang menerpa di tanah air pengguna *Mobile banking* mengalami kenaikan 31% di periode kuartal pertama tahun 2020, dimana pada tahun 2019 pada kuartal pertama jumlah transaksi *Mobile banking* sebesar 43 juta dan meningkat pada tahun 2020 di kuartal pertama menjadi 63 juta transaksi hal ini mengalami peningkatan dibandingkan periode yang sama di tahun sebelumnya (Putri 2020).

Salah satu teknologi paling inovatif dan masih tergolong baru, *Mobile banking* merupakan contoh dan terobosan yang baik dalam teknologi seluler di sektor perbankan, karena adanya *Mobile banking* memungkinkan untuk para pelanggan menggunakannya secara mandiri untuk membantu dan proses setiap transaksi dalam sektor perbankannya, misalnya pelanggan dapat mendapatkan informasi jumlah simpanannya pada saat ini, bisa melakukan transfer, dan melakukan berbagai pembayaran seperti tagihan telepon, listrik dan lainnya. (Alalwan et al. 2017)

Mobile banking juga menjadi salah satu keajaiban dalam teknologi seluler terkini khususnya di sektor jasa keuangan dan perbankan, dari inovasi *Mobile banking* lah yang menambahkan elemen mobilitas murni untuk para pelanggan untuk tetap aktif dan dapat melakukan berbagai transaksi untuk menunjang kegiatan transaksi di sektor perbankan (Mohammadi 2015) sekarang pengguna dapat dengan mudahnya mengakses untuk informasi mengenai saldo akun banknya, melakukan berbagai transaksi keuangannya

dengan tingkat mobilitas yang tinggi. Karna itu *Mobile banking* dianggap sebagai salah satu inovasi teknologi yang paling menonjol untuk saat ini dikarenakan pengguna dapat menggunakan layanan perbankan ini dimana saja dan kapan saja, mudah dan dan cepat tanpa harus terhalang ruang dan waktu (Gu et al. 2009)

Dengan meningkat nya jumlah transaksi dalam saluran online juga bisa menimbulkan efek meningkatnya transaksi *online shopping*, hal ini juga sependapat dalam penelitian jurnal lain yang menyebutkan bahwa kegiatan *online shopping* lebih menguntungkan untuk para penjual yang dapat langsung melakukan penjualan kepada konsumen tanpa harus ada biaya sewa tempat dan biaya administrasi lainnya, begitupun sebaliknya pembeli juga merasakan lebih efisien jika bertransaksi melalui *m-commerce* dikarenakan bisa tetap mendapatkan barang yang sesuai dengan kebutuhannya tanpa harus terhalang ruang dan waktu yang apabila harus tetap berkunjung ke *offline store*. dalam survey lain juga menyebutkan bahwa 49% responden bersedia untuk menggunakan *Mobile banking* dan aplikasi pembayaran apabila ditawarkan. (Chen 2008)

Hal yang menarik dari penelitian ini adalah peneliti ingin memberikan sudut pandang yang berbeda kepada khalayak umum untuk lebih mengenal dan mengetahui tentang seputar dunia *Mobile banking*, banyak hal yang bisa kita peroleh dari penggunaan *Mobile banking* itu sendiri dari manfaat dan kemudahan, yang mungkin sampai saat ini kita kurang menyadarinya. Dalam penelitian sebelumnya (Alalwan et al. 2017) juga membahas tentang *Mobile banking*. Penelitian sebelumnya membahas mengenai variabel apa saja yang dapat mempengaruhi dari niat penggunaan *Mobile banking* itu sendiri, dan

penelitian sebelumnya juga hanya mendapatkan respon dari responden masyarakat yang umum dan hanya dari dua kota di negara yordania. Hasil yang dihasilkan dalam penelitian sebelumnya juga memberikan keterbatasan dalam penelitian.

Keterbatasan dalam penelitian sebelumnya (Alalwan et al. 2017) terbatas pada dua kota di negara yordania dan mengkhawatirkan atas hasil yang berbeda dikarenakan perbedaan wilayah geografis, selain itu juga penelitian sebelumnya terbuka untuk menguji kembali model yang ada dengan object yang berbeda misalkan *m-payment*, *e-learning*, *online shopping* dengan konteks yang berbeda. Oleh karena itu peneliti ingiin menutupi celah tersebut dengan cara mengubah object penelitian ini dan mencari responden dari kalangan yang berbeda dengan sebelumnya yang darikalangan anak-anak muda dengan berpendidikan baik dan mempunyai penghasilan yang menengah, dengan begitu diharapkan penelitian ini akan memeberikan hasil yang berbeda. Hasil yang akan diberikan dari penilitian ini akan membantu menyelesaikan keterbatasan di penelitian sebelumnya.

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan pengujian kembali dengan modifikasi dari model penelitian sebelumnya (Alalwan et al. 2017) yang menjelaskan pengaruh *price value*, *hedonic motivation*, *social influence*, *trust*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating conditions* terhadap variabel *attitude* dan *intention adoption*.

Pada dasarnya, model yang akan diteliti tidak jauh berbeda dengan model penelitian sebelumnya, namun penulis menghilangkan variabel perantara yang sebelumnya *behavioural intention* menjadi *attitude* dikarenakan variabel yang sebelumnya kurang relevan dengan objek yang akan diteliti, dan peneliti sebelumnya lebih berfokus kepada adopsi dan niat para pengguna untuk menggunakan *Mobile banking*. Penelitian ini ingin lebih fokus kepada para sikap dan niat pengguna *mobile payment* di kalangan anak-anak muda dan orang dewasa.

Responden yang akan saya pilih pun berdasarkan penelitian sebelumnya yang ingin mendapatkan hasil dari responden yang berbeda yaitu dari kalangan anak muda, remaja bahkan dewasa sekalipun dalam latar belakang pendidikan dan pekerjaan yang berbeda seperti dari petugas kesehatan, pegawai pemerintahan maupun dari kalangan mahasiswa. Penelitian ini berfokus pada para pengguna *Mobile banking* yang aktif bertransaksi menggunakan *Mobile banking* dan para pengguna yang pasif seperti mengetahui adanya aplikasi *Mobile banking* dan mengerti cara untuk penggunaan tetapi tidak begitu sering untuk menggunakan sebagai saluran transaksi, dikarenakan mungkin ada saluran lain untuk melakukan transaksi tersebut

Penulis menggunakan objek pada penelitian ini yaitu *mobile banking* BCA yang dimana ada beberapa kelebihan pada *Mobile banking* BCA diantaranya, aplikasi bisa diakses dengan menggunakan via operator GSM yang ada di dalam handphone para pengguna nya, tanpa perlu harus mengganti sim card yang terpasang. Selain itu juga aplikasi ini bisa diakses menggunakan jaringan internet yang membuat para pengguna nya dimanjakan

tanpa harus keluar rumah. *Mobile banking* BCA untuk fitur yang terbaru saat ini bisa melakukan transaksi penarik tunai atau setoran tunai di mesin ATM tanpa harus menggunakan kartu debit ATM, maka saat ini tidak perlu khawatir akan tertinggalnya dompet karena hampir semua transaksi masih bisa dilakukan melalui aplikasi *Mobile banking* BCA. Transaksi yang dilakukan oleh pengguna dapat dilakukan dengan mudah karena aplikasi *mobile banking* BCA didesain dengan fitur – fitur yang mudah dimengerti oleh nasabah atau pengguna.

Berdasarkan kelebihan-kelebihan yang dijelaskan sebelumnya adalah salah satu alasan mengapa penulis memilih untuk objek penelitian ini *mobile banking* dari BCA.

1.3 Identifikasi Masalah

Sifat dari penelitian ini sudah sedikit dibahas yaitu bersifat replikasi model penelitian dengan minor modifikasi variabel (Alalwan et al. 2017) sekaligus mengubah fokus objek penelitian dan ruang lingkup penelitian. Hal ini berdasarkan arahan dari penelitian sebelumnya, untuk penelitian dimasa depan dapat membahas pembayaran online yang dilakukan melalui aplikasi *Mobile banking* dengan responden yang lebih spesifik dalam kriteria penelitian sebelumnya seperti usia, pendidikan, dan pengalaman dalam penggunaan aplikasi *Mobile banking* yang berbeda agar mendapatkan hasil empiris yang lebih tepat.

Penelitian ini berjudul “ Faktor Pembentuk *Customer Attitude* dan Implikasinya Terhadap *Adoption Intention*: Suatu Penelitian Pada *BCA Mobile* Indonesia “

1.4 Perumusan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat beberapa masalah yang akan dikaji kembali dan dibuktikan kebenarannya. Untuk menjawab permasalahan tersebut, Kesecara lebih spesifik dalam penelitian ini diajukan sejumlah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Attitude*?
2. Apakah *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Attitude*?
3. Apakah *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Performance Expectancy*?
4. Apakah *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Attitude*?
5. Apakah *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap *intention Adoption*?
6. Apakah *Hedonic Motivation* berpengaruh positif terhadap *Attitude*?
7. Apakah *Price Value* berpengaruh positif terhadap *Attitude*?
8. Apakah *Trust* berpengaruh positif terhadap *Attitude*?
9. Apakah *Trust* berpengaruh positif terhadap *Performance Expectancy*?
10. Apakah *Attitude* berpengaruh positif terhadap *Intention Adoption*?
11. Apakah *Perceived risk* berpengaruh positif terhadap *Attitude*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini memiliki sejumlah tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Attitude*
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Attitude*
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Performance Expectancy*
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Social Influence* terhadap *Attitude*
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Intention Adoption*
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Attitude*
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Price Value* terhadap *Attitude*
8. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Trust* terhadap *Attitude*
9. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Trust* terhadap *Performance Expectancy*
10. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Attitude* terhadap *Intention Adoption*
11. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived risk* terhadap *Attitude*

1.6 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap pada penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pemasaran atau manfaat secara akademis, akan tetapi juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dunia praktisi melalui implikasi manajerial yang akan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, ruang lingkup masalah untuk mengetahui variabel yang digunakan serta objek penelitian yang akan diteliti, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASARAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang terkait dengan *Mobile Payment* yang ada di dalam aplikasi *Mobile banking*. serta mendefinisikan variabel-variabel yang akan digunakan serta pengembangan hipotesis antar variabel

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai waktu dan tempat penelitian, metode pengumpulan data, metode pengambilan sampel, teknik pengujian kuesioner, dan teknik pengujian data-data yang telah dikumpulkan selama penelitian ini.

BAB 4 HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan gamabran umum objek penelitian, pembahasan hasil penelitian, argumentasi penelitian dan perbandingan dengan hasil penelitian sebelumnya.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran mengenai ringkasan dari bab-bab sebelumnya dan jawaban atas perumusan masalah, daftar pustaka, daftar lampiran, daftar tabel, daftar gambar dan riwayat hidup penyusun skripsi.

