

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dewasa ini telah mencapai tingkat yang sangat pesat. Jarak dan waktu sekarang ini, bukan lagi menjadi masalah karena adanya bantuan dari teknologi yang ada. Perkembangan ini tidak saja terjadi di satu bidang, namun telah terjadi di semua segi kehidupan manusia. Diakui atau tidak pemenuhan kebutuhan teknologi untuk membantu aktivitas operasional organisasi tetap harus dilakukan. Pemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna sistem informasi dalam melaksanakan tugasnya atau perilaku dalam menggunakan teknologi pada saat melakukan pekerjaan.

Laudon dan Laudon (2010) menyatakan teknologi informasi adalah suatu *hardware* (perangkat keras) dan *software* (perangkat lunak) yang digunakan oleh sistem informasi, hardware atau perangkat keras merupakan peralatan fisik yang terlibat dalam pemrosesan informasi seperti komputer, workstation, peralatan jaringan, tempat penyimpanan data serta peralatan transmisi. Software adalah program komputer yang menginterpretasikan apa yang harus dilakukan.

Teknologi informasi menurut Jogiyanto (2007) adalah sub sistem atau sistem bagian dari sistem informasi. Perkembangan zaman yang didukung dengan perkembangan teknologi, menyebabkan kebutuhan manusia terhadap informasi semakin kompleks, sehingga perusahaan harus memperhatikan

kemajuan teknologi informasi dan lebih mengoptimalkan fasilitas teknologi informasi dalam rangka dapat bertahan dan menang dalam persaingan usaha di pasar global.

Institusi perbankan dan keuangan telah dipengaruhi dengan kuat oleh perkembangan produk dalam teknologi informasi tersebut, untuk memberikan jasa-jasa mereka kepada pelanggan mereka. Oleh karena itu, dalam rangka memenuhi tuntutan akan perkembangan teknologi, maka banyak industri perbankan yang menyediakan layanan berbasis IT. Salah satunya adalah penggunaan *m-banking*, meskipun dengan investasi yang cukup mahal, *m-banking* semakin banyak peminatnya setelah beberapa tahun belakangan ini diaplikasikan oleh bank papan atas.

*Mobile Banking* adalah pemanfaatan teknologi sebagai media untuk melakukan transaksi perbankan, kegiatan ini menggunakan smartphone sebagai perantara atau penghubung antara nasabah bank dan pihak bank. Selain itu, transaksi yang digunakan berbentuk maya atau tanpa memerlukan proses tatap muka antara nasabah dan petugas bank. *Mobile Banking* merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke bank atau ATM kecuali penarikan uang cash. Keunggulan *Mobile Banking* yaitu nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa dibatasi waktu. Layanan pada *Mobile Banking* meliputi : transaksi finansial, transaksi non finansial, transfer dana, cek saldo dan pembayaran tagihan yang dilakukan lewat telepon seluler.

Bank Syariah Mandiri *Mobile Banking* merupakan suatu produk jasa dari salah satu bank yang ada di Indonesia yaitu Bank Syariah Mandiri untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. BSM *Mobile Banking* GPRS biasa disingkat dengan MBG memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan dengan teknologi GPRS (internet) di telepon selular. Saat ini MBG dilengkapi dengan fitur untuk melakukan transfer real time antar bank dengan biaya pulsa yang paling murah. Bank Syariah Mandiri *Mobile Banking* adalah suatu fasilitas perbankan yang dapat memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan seperti di ATM kecuali pengambilan uang tunai melalui *mobile* seperti telepon selular dan PDA.

*Mobile Banking* kini tidak hanya digunakan oleh para pebisnis, melainkan sudah digunakan oleh nasabah bank secara umum karena kemudahannya dalam melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Selain itu layanan yang terdapat di BSM MBG sudah cukup lengkap, dan syarat untuk mendapatkan layanan MBG mudah. Secara umum kelemahan pada *Mobile Banking* ada pada keterbatasan di *mobilenya* seperti keterbatasan dalam kecepatan pemrosesan, keterbatasan ukuran layar dan keterbatasan masa pakai baterai *mobile* tersebut.

BSM *Mobile Banking* GPRS biasa disingkat dengan MBG memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan dengan teknologi GPRS (internet) di telepon selular. Saat ini MBG dilengkapi dengan fitur untuk melakukan transfer real time antar bank dengan biaya

pulsa yang paling murah. Bank Syariah Mandiri *Mobile Banking* adalah suatu fasilitas perbankan yang dapat memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan seperti di ATM kecuali pengambilan uang tunai melalui *mobile* seperti telepon selular dan PDA. *Mobile Banking* kini tidak hanya digunakan oleh para pebisnis, melainkan sudah digunakan oleh nasabah bank secara umum karena kemudahannya dalam melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Selain itu layanan yang terdapat di BSM MBG sudah cukup lengkap, dan syarat untuk mendapatkan layanan MBG mudah. Secara umum kelemahan pada *Mobile Banking* ada pada keterbatasan di *mobilenya* seperti keterbatasan dalam kecepatan pemrosesan, keterbatasan ukuran layar dan keterbatasan masa pakai baterai *mobile* tersebut.

Namun demikian, di balik kemudahan *Mobile Banking* tersimpan pula konsekuensi logis tidak saja berupa kesiapan sumberdaya manusia. Jika sumberdaya manusia yang ada tidak menguasai teknologi tersebut hal ini menjadi suatu pemborosan semata, karena mahalnya teknologi yang telah dibeli jika tidak terpakai merupakan suatu hal yang sia-sia. Konsekuensi lainnya adalah adanya persaingan bisnis dunia perbankan yang semakin ketat dalam upaya menjaring nasabah. Total pertumbuhan pengguna SMS/*Mobile Banking* dari 4 (empat) bank (Bank Mandiri, BCA, BNI, dan BRI) di Indonesia mencapai angka 23,65 juta pengguna di awal tahun 2015. Jumlah tersebut naik 25 persen dari jumlah pengguna SMS/*Mobile Banking* pada tahun 2014 yang mencapai 18,8 juta pengguna (Bank Indonesia, 2015).

**Tabel 1.1.**  
**Persentase Pengguna *Mobile Banking* terhadap Total Nasabah**  
**Tahun 2015**

No.	Nama Bank	Jumlah Pengguna	Persentase <sup>*)</sup>
1.	Bank Mandiri	6.6 juta	41.8%
2.	BCA	5.2 juta	40%
3.	BNI	3.25 juta	21.7%
4.	BRI	8.8 juta	18.9%

\*) pengguna *Mobile Banking* terhadap total nasabah

Sumber : Bank Indonesia (2015)

Hingga saat ini bank BRI menjadi bank dengan jumlah pengguna SMS/*Mobile Banking* paling banyak dengan 8.8 juta pengguna dengan persentase 18.9 dari total nasabah. Menurut data Bank Indonesia, per Mei 2016 pengguna *Mobile Banking* di empat bank utama yaitu BCA, BNI, BRI, dan Mandiri baru mencapai 23,65 juta orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa rendahnya pengguna transaksi mobile di Indonesia. Artinya, masih banyak peluang untuk mengajak masyarakat sadar menggunakan transaksi mobile. Transaksi mobile akan semakin menguntungkan masyarakat terutama dalam hal waktu dan keamanan. Artinya, waktu yang seharusnya digunakan untuk bertransaksi non mobile dapat dimanfaatkan untuk melakukan hal yang lebih produktif dan menguntungkan bagi pengguna mobile banking.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebutkan baru terdapat 104.707 agen laku pandai di Indonesia dari total 255 juta penduduk Indonesia. Padahal, menurut APJATI (Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia) di 2016, pengguna internet mencapai 132,2 juta orang dan setiap tahun terus

tumbuh. Sedangkan, data WeAreSocial Asia 2015 menyebutkan Indonesia memiliki 318 juta penggunaan mobile connection atau 125% dari total populasi. Pengguna *mobile social user* mencapai 67 juta orang. Asosiasi Perencana Keuangan Indonesia (APERKEI) menilai peluang pemanfaatan mobile transaction di Indonesia untuk kemudahan transaksi masih sangat besar mengingat pengguna internet mencapai 132,7 juta orang dan pengguna mobile connection mencapai 318 juta.

Penerimaan dan penggunaan terhadap aplikasi layanan berbasis internet seperti *Mobile Banking* di Indonesia masih belum optimal, banyak nasabah yang ragu untuk menggunakan *internet banking* dengan berbagai macam alasan, diantaranya disebabkan karena adanya rasa pesimis terhadap manfaat *internet banking*, kekhawatiran dan ketakutan saat akan melakukan transaksi keuangan melalui *internet*, rasa ketidaknyamanan karena koneksi jaringan internet yang tidak lancar serta rasa ketidakpercayaan yang dimiliki nasabah terhadap keamanan sistem dari layanan *internet banking*. Fenomena tersebut merupakan sebuah tantangan bagi pihak bank untuk dapat menciptakan strategi pemasaran yang tepat sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakan *mobile banking*.

Strategi pemasaran menjadi kunci utama setiap perbankan dalam memasarkan produk-produknya serta mempertahankan loyalitas dan kepercayaan para nasabahnya agar tidak memindahkan dananya. Semakin banyak produk perbankan yang diminati oleh masyarakat, maka akan memberikan manfaat yang besar pula bagi suatu bank. Karena sangat

pentingnya peran pemasaran, maka setiap bagian dari pemasar atau marketing suatu bank harus benar-benar memahami strategi pemasaran yang tepat yang dapat diterapkan untuk meraih kepercayaan para nasabah. Perbankan merupakan salah satu jenis industri jasa, sehingga konsep pemasarannya lebih cenderung mengikuti konsep untuk produk jasa. Yang membedakan perbankan dengan industri jasa lainnya adalah banyaknya ketentuan dan peraturan pemerintah yang membatasi penggunaan konsep-konsep pemasaran, mengingat industri perbankan yang sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan masyarakat.

Atas dasar penjelasan-penjelasan diatas, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi pengaruh teknologi informasi dan strategi pemasaran terhadap keputusan nasabah bank dalam menggunakan teknologi *m-banking*. Oleh karena itu judul yang diambil dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Teknologi Informasi dan Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel Teknologi Informasi dan Strategi Pemasaran berpengaruh simultan terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* (MB) Bank Syariah Mandiri.
2. Apakah variabel Teknologi Informasi dan Strategi Pemasaran berpengaruh parsial terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* (MB) Bank Syariah Mandiri.

3. Manakah variabel yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* (MB) Bank Syariah Mandiri?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh simultan variabel Informasi Teknologi dan Strategi Pemasaran berpengaruh parsial terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* (MB) Bank Syariah Mandiri.
2. Menganalisis pengaruh parsial variabel Informasi Teknologi dan Strategi Pemasaran berpengaruh parsial terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* (MB) Bank Syariah Mandiri.
3. Menganalisis variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* (MB) Bank Syariah Mandiri.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai manfaat bagi berbagai pihak.

#### **1. Bagi Bank Syariah Mandiri**

Membantu aktifitas bank syariah untuk mengidentifikasi pada faktor mana konstruksi minat nasabah menggunakan m-banking.

#### **2. Bagi Pembaca**

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan di bidang system informasi dan dapat digunakan sebagai referensi penelitian.



### **3. Bagi Penulis**

Dapat memberikan aktualisasi antara ilmu dengan praktek yang dilakukan oleh penulis.

### **4. Bagi Masyarakat**

Dapat memberikan alternatif kepada masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap produk-produk pada bank.

### **5. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini dapat dipergunakan sebagai referensi dalam pengembangan penelitian berikutnya.

## **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan merupakan penjabaran secara deskriptif hal-hal yang berhubungan dengan tata urutan penulisan dalam penelitian ini. Adapun cakupan dalam tata urutan penulisan ini terdiri dari lima bab yang selanjutnya akan dijelaskan sebagaimana berikut ini.

**BAB I** Pendahuluan, yang berisikan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

**BAB II** Tinjauan Pustaka berisi tentang kajian penelitian terdahulu, Landasan Teori, Kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian. Penelitian terdahulu merupakan hasil-hasil penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Sementara landasan teori merupakan teori-teori yang diambil dari buku-buku, literatur-literatur, dan sebagainya, seperti

teori-teori teknologi informasi, strategi pemasaran, perilaku konsumen, keputusan pembelian, dan *Mobile Banking* (MB).

BAB III Metode Penelitian memuat hal-hal yang berhubungan dengan pemilihan metode sebagai alat yang nantinya akan menjawab rumusan masalah sekaligus pencapaian tujuan penelitian. Adapun cakupan dalam bab ini antara lain adalah jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi konsep dan variabel, instrumen penelitian, dan metode analisa data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan berisikan hasil-hasil penelitian yang mencakup Gambaran Umum Perusahaan Bank Syariah Mandiri (BSM), Deskripsi Responden, Hasil Pengujian Kuisisioner, Penyajian Data Penelitian, dan Hasil Analisis Data.

BAB V Penutup berisikan Kesimpulan dan Saran. Kesimpulan merupakan hasil-hasil temuan penelitian ini, sedangkan saran merupakan masukan bagi pihak-pihak tertentu berdasarkan temuan penelitian ini.