

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya teknologi bank memberikan pelayanan dan fasilitas terbaik kepada nasabahnya. Pada awal berdirinya dan sampai saat ini masih banyak nasabah bank yang melakukan bentuk transaksi perbankan secara manual. Hal ini terlihat dari banyaknya antrian nasabah yang terjadi di industri perbankan. Tetapi kini lembaga perbankan khususnya mulai menciptakan inovasi untuk memberikan kemudahan kepada nasabahnya dengan *Bima Mobile*.

Menurut Ronald M Hutabarat (2017), mobile banking adalah “sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash”. *Mobile Banking* atau biasa dikenal dengan *M-Banking* adalah suatu istilah yang digunakan untuk melakukan cek saldo, transaksi pembayaran, transfer dana antar rekening dan bank lain, mutasi rekening koran, informasi suku bunga tabungan, deposito, kredit, pembayaran tagihan, dan kurs valuta asing melalui sarana perangkat seluler. Dapat disimpulkan bahwa *Bima Mobile* adalah salah satu fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone yang digunakan untuk melakukan cek saldo, transaksi rekening dan lain-lain kecuali mengambil uang cash.

Berbagai macam teknologi menyediakan terobosan- terobosan baru yang dapat digunakan oleh bank dalam usahanya untuk selalu meningkatkan

kualitas layanan yang ada. Sehingga dari situlah bank-bank yang ada di seluruh dunia membuat suatu inovasi baru dengan meluncurkan *m-banking*. Bank Jateng misalnya, sebagai salah satu bank di Indonesia dengan skala jaringan elektronik yang tersebar luas. Proses *m-banking* sendiri muncul tidak hanya berhubungan dengan bank saja, namun teknologi ini juga bekerja sama dan berhubungan dengan jaringan operator selular. Sehingga dapat dilihat bahwa *m-banking* memberikan keuntungan bagi semua kalangan, baik bagi bank, operator selular maupun bagi para nasabah pengguna *Bima Mobile*.

Bank Jateng KCP Gombong terus berupaya untuk meyakinkan nasabahnya akan keunggulan dan kemudahan dalam menggunakan *Bima Mobile*. Bank Jateng KCP Gombong merilis *Bima Mobile* pertama kali yaitu pada 30 September Tahun 2020. Permasalahan yang terjadi pada Bank Jateng KCP Gombong masih banyak nasabah yang belum menggunakan kemudahan penggunaan *Bima Mobile*, maka dari itu peneliti ini meneliti lebih dalam lagi yang mempengaruhi permasalahan tersebut dan solusi yang nantinya bisa digunakan oleh manajemen Bank Jateng KCP Gombong untuk meningkatkan keputusan nasabah untuk mengadopsi *Bima Mobile*. Banyak faktor – faktor yang dapat mempengaruhi tingkat keputusan pembelian terhadap produk dan jasa yang dirasakan konsumen. Menurut Kotler & Armstrong (2014), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Nasabah sebagai konsumen tentunya akan mempertimbangkan aspek kemudahan penggunaan, manfaat, serta inovasi dari fitur mobile banking. Hal ini yang membuat peneliti tertarik

untuk menjadikan obyek penelitian skripsi. Menurut Kotler dan Keller (2018), adopsi merupakan sebuah keputusan seseorang dalam menjadi pengguna suatu informasi yang diberikan. Menurut Husein (2017), menyatakan bahwa adopsi informasi merupakan prosedur informasi yang berguna konsumen dari saran atau pendapat yang direkomendasikan dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan hasil observasi menunjukkan terjadi peningkatan pengguna *Bima Mobile* pada Bank Jateng KCP Gombong, namun yang menjadi permasalahan pada penelitian ini yaitu masih banyak nasabah *Bima Mobile* pada Bank Jateng KCP Gombong yang belum menggunakan *Bima Mobile*. Hasil observasi terkait data lebih detail jumlah pengguna *Mobile Banking* pada Bank Jateng cabang Gombong bersifat privasi, oleh karena itu data tidak dapat ditampilkan pada penelitian ini. Berdasarkan permasalahan dan fenomena yang terjadi pada Bank Jateng KCP Gombong mengenai keputusan nasabah mengadopsi *Bima Mobile*, peneliti melakukan observasi kepada nasabah yang sudah memutuskan menggunakan *Mobile Banking* yang diduga mampu mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan sistem aplikasi *Mobile Banking* dengan sampel 35 nasabah.

Tabel 1-1
Hasil Observasi Keputusan Nasabah Menggunakan *Bima Mobile* pada Bank Jateng KCP Gombong

No	Nama Variabel	Jumlah	Persentase
1	<i>Perceived Ease Of Use</i>	11	31%
2	<i>Perceived Usefulness</i>	9	26%
3	<i>Trust</i>	8	23%
4	Kenyamanan	4	11%
5	Promosi	3	9%
Jumlah		35	100%

Sumber : Data Observasi Tahun 2024

Berdasarkan hasil tabel observasi menunjukkan persentase tertinggi nasabah yang diduga memutuskan untuk menggunakan *Mobile Banking* yaitu *Perceived Ease Of Use* dalam bertransaksi dengan jumlah 11 nasabah dan persentase 31%. Persentase tertinggi kedua yaitu *Perceived Usefulness* dengan jumlah 9 nasabah dan persentase sebesar 26%. Persentase tertinggi ketiga yaitu *Trust* dengan jumlah 8 nasabah dan persentase sebesar 23%. Persentase tertinggi keempat yaitu kenyamanan dengan jumlah 4 nasabah dan persentase sebesar 11%. Persentase tertinggi kelima yaitu promosi dengan jumlah 3 nasabah dan persentase sebesar 9%. Bank Jateng selalu melakukan inovasi dengan memberikan kemudahan transaksi, kegunaan dalam bertransaksi dengan melalui *Mobile Banking*. Setiap bank saat ini sudah memberikan pelayanan melalui *Bima Mobile*, namun yang menjadi permasalahan disini adalah tidak semua nasabah menggunakan *Bima Mobile* karena faktor keterbatasan pemahaman mengenai *Bima Mobile*. Fenomena ini perlu diteliti lebih dalam mengapa dengan kemudahan dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*, kepercayaan nasabah serta kegunaan *Mobile Banking* dalam bertransaksi tidak membuat semua nasabah memutuskan untuk mengadopsi sistem *Bima Mobile*.

Berdasarkan hasil observasi mengenai nasabah Bank Jateng KCP Gombong yang menggunakan *Bima Mobile* maka diduga yang mempengaruhi keputusan nasabah Bank Jateng KCP Gombong menggunakan *Bima Mobile* yaitu *Perceived Ease Of Use* dalam bertransaksi. Menurut Davis, et al, (2017), mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai tingkatan seseorang percaya diri bahwa

dengan menggunakan sistem tertentu, itu dapat menuntut mereka lebih sedikit usaha atau dengan kata lain memudahkan pekerjaannya. Meskipun perbedaan dalam preferensi individu, umumnya, untuk menghindari penolakan dari pengguna, suatu sistem harus mudah dioperasikan tanpa memerlukan upaya yang memberatkan. Konsep tersebut menggambarkan manfaat sistem untuk pengguna yang terkait dengan sistem yang mudah dipelajari, dikontrol, jelas dan mudah dimengerti, fleksibel, mudah untuk menjadi terampil dan juga mudah digunakan. Fenomena ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Linnatunnisa (2022), hasil penelitian membuktikan bahwa *Perceived Ease Of Use* berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *Mobile Banking*.

Selain *Perceived Ease Of Use* yang diduga mempengaruhi Keputusan menggunakan *Mobile Banking* yaitu *Perceived Usefulness*. Menurut Alalwan (2016), *Perceived Usefulness* adalah seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi atau inovasi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmani (2023), hasil penelitian juga membuktikan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *Mobile Banking*.

Selain *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* faktor yang diduga mempengaruhi Keputusan menggunakan *Mobile Banking* yaitu *Trust*. Menurut Lu, Yang, Chau, dan Cao (2011), *Trust* adalah keyakinan subyektif bahwa suatu pihak akan memenuhi kewajibannya dalam situasi di mana pengawas tunduk pada ketidakpastian yang lebih tinggi dan risiko kehilangan

kontrol yang lebih besar. Menurut Zhang, Lu, dan Kizildag (2018), Trust adalah keyakinan integritas, kebajikan, kompetensi dan kemampuan yang dimiliki seseorang terhadap orang lain. Menurut Zhou (2013), Trust adalah kesediaan untuk setia kepada penyedia layanan berdasarkan harapan positif terhadap perilaku penyedia layanan di masa depan. Fenomena ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saputro (2020), hasil penelitian membuktikan bahwa *Trust* berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *Mobile Banking*

Berdasarkan latar belakang fenomena permasalahan, hasil observasi dan didukung oleh penelitian terdahulu sebelumnya, maka penelitian ini tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USFULNESS* DAN *TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *BIMA MOBILE*, (Study Pada Nasabah Bank Jateng KCP Gombong).**

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah yang dijabarkan, bahwa tidak semua nasabah Bank Jateng Kebumen Keputusan menggunakan *Bima Mobile*, permasalahan ini perlu diteliti lebih dalam permasalahan yang mempengaruhi nasabah yang memutuskan menggunakan *Bima Mobile*. Fenomena pada era digitalisasi saat ini yang masih banyak nasabah Bank Jatennng yang belum menggunakan *Bima Mobile*. Hal ini menjadi rumusan masalah sehingga peneliti menguraikan rumusan masalah terkait *Bima Mobile*. Berdasarkan

uraian fenomena penelitian latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, dan hasil mini riset pada Bank Jateng Kebumen maka perumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apakah *Perceived Ease Of Use* berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *Bima Mobile* pada Bank Jateng KCP Gombong?
2. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *Bima Mobile* pada Bank Jateng KCP Gombong?
3. Apakah *Trust* berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *Bima Mobile Banking* pada Bank Jateng KCP Gombong?
4. Apakah *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Trust* secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *Bima Mobile* pada Bank Jateng KCP Gombong?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Subyek penelitian ini adalah nasabah Bank Jateng KCP Gombong yang menggunakan *Bima Mobile* Bank Jateng KCP Gombong.
- b. Masalah dalam penelitian ini membahas tentang *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Usefulness* dan *Trust* terhadap

Keputusan Menggunakan Jassa *Bima Mobile*. Guna menghindari meluasnya batasan, maka variabel penelitian ini dibatasi pada:

1) Keputusan Menggunakan (Y)

Kotler & Armstrong (2014), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Menurut Kotler dan Keller (2018), adopsi merupakan sebuah keputusan seseorang dalam menjadi pengguna suatu informasi yang diberikan. Menurut Husein (2017), menyatakan bahwa adopsi informasi merupakan prosedur informasi yang berguna konsumen dari saran atau pendapat yang direkomendasikan dalam pengambilan keputusan.

Menurut Kotler & Armstrong, (2014) terdapat beberapa indikator dalam proses Keputusan Menggunakan antara lain:

- a. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk
- b. Memutuskan membeli karena menyukai
- c. Memutuskan membeli karena keinginan dan kebutuhan
- d. Memutuskan membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.

2) *Perceived Ease Of Use* (X_1)

Menurut Davis, et al (2017), mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai tingkatan seseorang percaya diri bahwa dengan menggunakan sistem tertentu, itu dapat menuntut mereka lebih sedikit usaha atau dengan kata lain memudahkan pekerjaannya.

Menurut Davis, et al (2017), indikator yang digunakan untuk mengukur *Perceived Ease Of Use* yaitu:

- a. Interaksi individu dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*).
- c. Sistem yang mudah digunakan (*easy to use*).
- d. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang individu ingin kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

3) *Perceived Usefulness* (X₂)

Menurut Alalwan (2016), *Perceived Usefulness* adalah seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi atau inovasi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Menurut Yogananda dan Dirgantara (2017), indikator *Perceived Usefulness*, yaitu antara lain:

- a. Mempermudah transaksi.
- b. Mempercepat transaksi.
- c. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi.
- d. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi.

4) *Trust* (X₃)

Menurut Zhou (2013), *Trust* adalah kesediaan untuk setia kepada penyedia layanan berdasarkan harapan positif terhadap perilaku

penyedia layanan di masa depan. Kotler dan Keller (2016:225) ada empat indikator kepercayaan konsumen, yaitu sebagai berikut:

a. *Benevolence* (kesungguhan / ketulusan).

Benevolence yaitu seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen.

b. *Ability* (Kemampuan)

Ability (Kemampuan) adalah sebuah penilaian terkini atas apa yang dapat dilakukan seseorang. Dalam hal ini bagaimana penjual mampu meyakinkan pembeli dan memberikan jaminan kepuasan dan keamanan ketika bertransaksi.

c. *Integrity* (integritas)

Integrity (integritas) adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

d. *Willingness to depend*

Willingness to depend adalah kesediaan untuk bergantung kepada penjual berupa penerimaan resiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat disimpulkan tujuan dari peneliti ini untuk:

1. Mengetahui pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap Keputusan menggunakan *Bima Mobile* pada Bank Jateng KCP Gombong.
2. Mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Keputusan menggunakan *Bima Mobile* pada Bank Jateng KCP Gombong.
3. Mengetahui pengaruh *Trust* terhadap Keputusan menggunakan *Bima Mobile* pada Bank Jateng KCP Gombong.
4. Mengetahui secara bersama-sama pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, *Trust* terhadap Keputusan menggunakan *Bima Mobile* pada Bank Jateng KCP Gombong.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik terhadap ilmu pengetahuan yang selalu berkembang. Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat Praktis

- a. Bagi Manajemen Bank Jateng KCP Gombong Manfaat praktis penelitian ini adalah dapat bermanfaat bagi Manajemen Bank Jateng Gombong Kebumen, sebagai bahan pertimbangan evaluasi untuk meningkatkan niat nasabah untuk mengadopsi Mobile Banking khususnya yang berkaitan dengan pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Trust*

terhadap Keputusan menggunakan *Mobile Banking* pada Bank Jateng KCP Gombang Gombang Kebumen.

1.5.2. Manfaat Teoritis

a. Bagi peneliti

Manfaat bagi peneliti sebagai pembanding antara teori yang penulis dapatkan diperkuliahan tentang manajemen organisasi khususnya mengenai Manajemen Pemasaran dengan realita yang sebenarnya serta menambah informasi sebagai bahan referensi dan kepustakaan yang ada, khususnya di Universitas Putra Bangsa Kebumen

b. Manfaat penulisan karya ilmiah bagi pembaca yaitu menjadi sumber referensi dan informasi bagi orang yang membaca karya tulis ini supaya mengetahui dan lebih mendalami khususnya mengenai Manajemen Pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Trust* terhadap Keputusan menggunakan *Mobile Banking* pada Bank Jateng KCP Gombang Gombang Kebumen.