

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Undang-Undang Ri Nomor 10 tahun 1998 tentang Perbankan, Bank dapat diartikan sebagai suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan (Bank Indonesia, 1998). Bank merupakan lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat yang biasa disebut tabungan atau simpanan dan dana tersebut dapat disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman. Bank mengandalkan kepercayaan masyarakat dalam kegiatan usahanya (Hery, 2015). Dengan kegiatan operasional bank sebagai tempat menyimpan dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat, bank mengembangkan jasa- jasa lainnya yang semakin beragam sesuai kebutuhan, dengan demikian perbankan mengalami perkembangan yang sangat pesat khususnya di Indonesia.

Di Indonesia, perkembangan perbankan meningkat pesat, ditandai dengan banyaknya cabang dan bank yang beragam. Untuk mempertahankan dan meningkatkan usahanya ditengah persaingan yang kompetitif, bank menjalankan salah satu fungsinya sebagai penghimpun dana dari masyarakat. Bank memiliki sumber dana sebagai alat bagi operasionalnya, diantaranya yaitu dana pihak kesatu, dana pihak kedua dana pihak ketiga (Sumiyati, 2017). Dalam sektor perbankan, dana yang berasal dari pihak ketiga merupakan sumber yang potensial untuk kelangsungan hidup bank agar tetap dapat menjalankan aktivitas operasionalnya.

Perkembangan bank yang terus terjadi mengakibatkan timbulnya persaingan antar bank untuk memperebutkan nasabah agar menyimpan dananya di bank tersebut. Sehingga untuk dapat menghimpun dana dari masyarakat, bank perlu melakukan inovasi dan memberikan daya tarik kepada nasabah berupa produk bank yang terintegrasi dengan teknologi, keamanan

pada dana yang dititipkan kepada bank, dan kualitas pelayanannya. Hal tersebut tentu menjadi salah satu pertimbangan calon nasabah untuk menentukan keputusan menggunakan produk suatu bank.

Keputusan menurut (Audina PutriBasutami et al., 2018), yang menyatakan bahwa saat akan mengambil keputusan, konsumen akan menggunakan berbagai informasi untuk mengambil keputusan. Untuk menghindari risiko kerugian, nasabah akan melewati proses keputusan saat nasabah akan memutuskan untuk menabung di suatu bank. Sedangkan menurut (Kamakodi & Khan, 2017), Keputusan pemilihan bank oleh konsumen yang dipengaruhi oleh beberapa hal dalam keputusan perbankan yaitu biaya layanan, reputasi bank, suku bunga pinjaman, waktu yang diperlukan dan teller ramah. Hal tersebut diidentifikasi sebagai penentu utama keputusan pemilihan bank. Sesuai dengan pernyataan tersebut, bank perlu memerhatikan faktor-faktor yang dapat menjadi pertimbangan nasabah menentukan keputusan memilih bank tertentu, salah satunya yaitu inovasi sesuai perkembangan zaman, keamanan, dan reputasi.

Menurut (Anastasia Makalew et al., 2016), kualitas pelayanan dapat memberi pengaruh pada kepuasan nasabah, pangsa pasar dan profitabilitas. Dan untuk meningkatkan pelayanannya, bank melakukan inovasi sesuai perkembangan zaman yang memberikan kemudahan kepada nasabah berupa jasa-jasa dengan menggunakan internet. Karena menurut (Ahmad & Pambudi, 2014), media internet merupakan inovasi sehingga masyarakat dapat melakukan transaksi di manapun dan kapanpun dengan mudah. Hal tersebut dapat dilakukan bank untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk yang ada di bank.

Perkembangan teknologi adalah hal yang tidak dapat terhindarkan untuk terus mengikutinya. Teknologi menjadi sesuatu yang tidak terlepas dari kehidupan masyarakat sehari-hari, bahkan menjadi suatu kebutuhan. Salah satunya yakni ditandai dengan adanya internet yang mampu mengubah kebiasaan masyarakat yang berkaitan dengan informasi, kemudian berkembang dan digunakan sebagai alat untuk komunikasi, bahkan transaksi.

Internet merupakan bukti kemajuan teknologi informasi di era modern, teknologi internet membuat masyarakat mengalami perubahan yaitu terjadi perpindahan dari aktivitas nyata ke aktivitas maya (virtual) atau dapat disebut cyberspace (Badruzaman, 2019). Hal ini ditandai dengan meningkatnya kebutuhan dan gaya hidup masyarakat, yang menganggap bahwa kegiatan yang dilakukan secara online memudahkan mereka dan menghemat waktu. Untuk itu, sektor perbankan perlu menyesuaikan dengan cara mengembangkan layanannya dan memperluas jaringan usaha dengan mengintegrasikan produknya dengan internet, bank mulai menggunakan internet pada sistem kerjanya.

Melalui internet, kegiatan jual beli menjadi lebih mudah ditandai dengan komunikasi yang lebih dekat antara penjual dengan konsumen maupun calon konsumen, penjual juga dengan mudah melakukan interaksi dan analisis terhadap konsumen maupun calon konsumen (Warpindyastuti & Sulistyawati, 2018). Kemudahan akibat adanya internet membuat masyarakat tertarik untuk bertransaksi hanya dengan melalui internet. Karena semakin meningkatnya pengguna internet pada masyarakat dan tarif internet yang murah, bank menyediakan layanan berbasis internet seperti e- banking, sms banking, dan m-banking.

Bank mulai memanfaatkan teknologi internet untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi tanpa batasan ruang dan waktu. *Electronic banking* yang disediakan oleh bank membuat nasabah dapat melakukan aktivitas perbankan seperti melakukan transaksi, melakukan pembayaran maupun transaksi lain dengan menggunakan internet dengan menggunakan website, bank yang sudah dilengkapi dengan sistem keamanan (Wahyuningsih et al., 2020). Hal ini dapat menghilangkan batasan fisik dan jam operasional bank, nasabah dapat mengakses layanan bank dimanapun dan kapanpun tidak terikat waktu.

Dengan adanya internet, bank mendapat keuntungan dengan meluasnya jaringan usaha dan target pasar, karena tidak hanya golongan orang tua dan pekerja yang tertarik untuk menggunakan produk bank, namun muda-mudi termasuk salah satunya mahasiswa yang merupakan pengguna teknologi dan

calon nasabah yang potensial. Menurut (Arumi & Yanto, 2019), jasa bank dapat dimanfaatkan bagi kalangan mahasiswa untuk mempermudah berbagai transaksi. Seperti penyimpanan uang pribadi, penerimaan beasiswa, pembayaran biaya kuliah, penyimpanan uang pribadi, atau sebagai alat transaksi pribadi mahasiswa yang berasal dari luar daerah yang akan melakukan transaksi keuangan melalui bank secara rutin.

Salah satu media yang banyak digunakan di Indonesia ialah telepon genggam. Hampir setiap orang dari berbagai kalangan menggunakan telepon genggam. Karena kemudahan dalam penggunaannya dan dapat dibawa kemana saja, internet pun dapat diakses dengan telepon genggam. Smartphone membuat komunikasi antar masyarakat berkembang menjadi lebih maju dan mudah, sehingga Smartphone disebut juga sebagai alat komunikasi modern (Rahmandani et al., 2018). Berdasarkan hal tersebut, e-banking tidaklah cukup untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang serba praktis dan menginginkan kemudahan dalam mobilitas, bank menyediakan layanan lain yakni mobile banking.

Mobile Banking ialah salah satu inovasi pada sektor perbankan untuk menjawab kebutuhan nasabah akan teknologi. Menurut (Ramadhan & Herianingrum, 2017), *Mobile banking* merupakan layanan jasa yang menggunakan teknologi informasi, dan sebagai inovasi dari layanan perbankan untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Selain itu, menurut (Rizal, 2017), *M-Banking* memudahkan nasabah untuk meninjau dana yang dimiliki, seperti mengecek saldo tabungan, membayar tagihan ataupun memindahkan dana ke rekening lain.

Mobile banking membuat beberapa kegiatan transaksi yang hanya dapat dilakukan di depan teller, kini berubah dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa harus datang ke kantor cabang bank atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Layanan ini membuat nasabah merasa terbantu atas transaksi yang sangat cepat, yakni hanya dengan menggunakan telepon genggam. Manfaat kecanggihan teknologi ini berdampak pada kepuasan nasabah yang meningkat, sehingga minat masyarakat untuk menggunakan jasa-jasa yang ada

di bank meningkat dan dengan segala kemudahan akses yang ada, masyarakat menjadi lebih dekat dengan fasilitas dan jasa perbankan menggunakan teknologi modern.

Dengan semakin berkembangnya teknologi dan manfaat yang diperoleh oleh masyarakat dan sektor perbankan, namun terdapat aspek resiko yang tidak dapat dihindari, yakni keamanan data-data nasabah. Selain kemudahan dalam penggunaan, kejahatan berbasis internet juga marak terjadi. Keamanan yang berhubungan dengan data dan privasi nasabah yang harus dijaga dan dijamin keamanannya. Sehingga menurut (Akraman et al., 2018), kekhawatiran utama pengguna internet yaitu risiko kehilangan privasi seperti informasi data pribadi, yang disebabkan pengungkapan informasi kepada pihak ketiga seperti pengembang aplikasi. Hal ini tentu menjadi evaluasi pihak bank untuk meningkatkan kualitas keamanan *mobile banking*.

Keamanan yang terjamin akan menimbulkan rasa percaya, maka perlu penanganan dan tindak lanjut untuk mengatasi *cyber crime* yang dapat merugikan nasabah maupun bank itu sendiri. Selain itu, masalah teknis dalam transaksi elektronik juga menjadi salah satu kendala yang berakibat pada kerugian. Menurut (R. Irman Hariman, 2018), Permasalahan yang terjadi pada sistem transaksi elektronik perbankan akan menyebabkan inkonsistensi pada transaksi yang akan sangat merugikan nasabah secara materil, bahkan efek terbesar terjadi pada perbankan adalah adanya rush sehingga perbankan akan mengalami *collapse*.

Keamanan menjadi salah satu pertimbangan nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Nasabah tentu akan memilih bank yang keamanannya terjamin agar resiko kerugian yang di dapatkan kecil. Perkembangan teknologi yang mengakibatkan segala informasi tidak dapat terkontrol sehingga sulit untuk membedakan data-data yang dapat dijadikan informasi maupun informasi negatif yang merugikan. Hal ini menjadi kekhawatiran baru bagi nasabah yakni penyalahunaan data dan sistem yang error. Menurut (Wardhana, 2015), aspek security menjadi salah satu aspek yang paling banyak mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna layanan m-banking di Indonesia,

keamanan menjadi daya tarik bagi nasabah dalam melakukan transaksi pada aplikasi *m- banking*.

Bank maupun masyarakat harus memiliki cara untuk mencegah penipuan dan pencurian berbasis online yang marak terjadi, bank juga perlu mendeteksi dan memastikan mobile banking diakses oleh orang yang benar atau tidak. Selain itu, bank bertanggung jawab atas privasi data-data nasabah, menjaga data tersebut dari orang yang tidak berhak mengakses atau mengganti. Karena Sistem informasi harus memberikan keamanan, privasi dan integritas data yang diolah, kinerja sistem informasi juga menjadi bagian penting yang harus diperhatikan agar sistem informasi dapat dimanfaatkan secara optimal (Kurniawan & Riadi, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh (Kristianti & Pambudi, 2017), menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif antara tingkat keamanan pada pengguna mobile banking, yang menyatakan bahwa keamanan pada setiap transaksi mobile banking dijamin oleh pihak bank. Hal tersebut ditandai dengan adanya konfirmasi pemberitahuan lewat sms yang berisi detail perincian apabila telah melakukan transaksi. Selain itu, ketika membuka menu selanjutnya pada aplikasi mobile banking pengguna harus menyertakan passcode dan untuk setiap transaksi yang dilakukan pengguna perlu mengetikkan pin dari akun pengguna itu sendiri.

Kualitas keamanan yang telah menjadi tolak ukur nasabah dalam memilih bank, yang berakibat pada kepercayaan untuk menggunakan produk di bank tertentu. Keamanan yang terjamin akan meningkatkan kepercayaan nasabah, Sehingga bank tersebut mempunyai reputasi yang baik dimata masyarakat. Reputasi dianggap penting oleh nasabah dalam mengambil keputusan, bank yang dikenal luas dan tidak memiliki sejarah yang buruk cenderung memiliki kepercayaan nasabah yang tinggi, sehingga bank yang dikenal baik dan berprestasi memiliki daya tarik dan simpati masyarakat.

Bank sebagai lembaga keuangan dengan sumber dana yang dominan dari dana pihak ketiga, maka kepercayaan merupakan modal yang penting bagi suatu bank (Nugroho & Soliha, 2018). Menurut (Sihombing, 2020), Semakin

tinggi kepercayaan konsumen, semakin tinggi pula kesadaran merek, dan kesadaran merek berpengaruh terhadap kepercayaan merek karena kepercayaan itu sendiri harapan yang didasarkan pada keyakinan bahwa suatu merek memiliki ciri atau sifat khusus yang konsisten, kompeten, dan kredibel.

Reputasi adalah suatu sikap yang dikembangkan dalam pikiran melalui komunikasi dan pengalaman, sehingga apabila kepuasan yang dirasakan konsumen, maka sikap mereka terhadap perusahaan meningkat (Mujaddid & Nugroho, 2019). Menurut (Fang, 2017), reputasi adalah aset berharga dalam industri perbankan investasi, karena kinerja sekuritas yang buruk merusak reputasi penjamin emisi, bank dengan reputasi terkemuka akan memilih tugas penjaminan dengan hati-hati. Bank perlu menjaga kualitas pelayanan dan keamanannya untuk menjaga reputasinya agar tetap baik. Anggapan baik oleh masyarakat juga dapat membuat bank semakin dikenal luas. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh (J. Gunawan, 2018), menyatakan mayoritas nasabah setuju bahwa reputasi sangat penting untuk menarik minat nasabah, yakni memiliki perasaan yang baik tentang perusahaan, mengagumi dan menghormati perusahaan, serta mempercayai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti dapat mengidentifikasi masalah berupa peningkatan jumlah perbankan di Indonesia, menghadapi bank dalam persaingan yang kompetitif untuk memperoleh dana pihak ketiga. Sementara itu, dana pihak ketiga berasal dari masyarakat sebagai pembuat keputusan dalam menggunakan layanan perbankan. Kemudian, kasus penipuan dan kejahatan berbasis internet yang menyebabkan turunnya kepercayaan masyarakat dan reputasi bank sehingga masyarakat cenderung memilih reputasi bank yang baik dari bank yang lainnya. Selain itu, mayoritas masyarakat masih meragukan keamanan *mobile banking* dan merasa lebih aman bertransaksi secara langsung di *teller*.

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka peneliti membatasi masalah hanya pada Pengaruh Keamanan dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas

Negeri Jakarta. Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Berdasarkan dari uraian yang telah disajikan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk meneliti lebih lanjut yakni dengan judul “Pengaruh Keamanan dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *mobile banking*?
2. Apakah Reputasi bank berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *mobile banking*?
3. Apakah Keamanan dan Reputasi bank berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *mobile banking*?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Menggunakan *mobile banking*
2. Menganalisis pengaruh Reputasi Bank terhadap Keputusan Menggunakan *mobile banking*
3. Menganalisis pengaruh Keamanan dan Reputasi Bank terhadap Keputusan Menggunakan *mobile banking*

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti maupun pihak lain, adapun manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pengembangan ilmu khususnya mengenai perbankan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas, dan ilmu yang diperoleh dapat diterapkan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi penelitian di bidang yang sama di masa yang akan datang, khususnya mengenai pengaruh Keamanan dan Reputasi Bank terhadap Keputusan Menggunakan mobile banking.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai dunia perbankan, sehingga dapat memberikan motivasi kepada masyarakat dalam menentukan keputusan menggunakan produk pada sebuah bank tertentu.

E. Kebaharuan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti tertarik untuk mengulas tentang keputusan menggunakan mobile banking yang dilakukan di Universitas Negeri Jakarta sebagai objek penelitian, karena memudahkan peneliti untuk menjangkau responden. Kemudian, mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta menjadi subjek penelitian. Subjek penelitian yang dipilih ialah mahasiswa, karena mahasiswa merupakan salah satu target pasar bank sebagai calon nasabah, mengingat banyak transaksi yang membutuhkan jasa bank sebagai perantara. Untuk itu, peneliti memilih mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sebagai subjek penelitian.

Pada penelitian sebelumnya, variabel yang digunakan ialah Keamanan (X1) terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* (Y), dan reputasi bank (X1) terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* (Y). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan variabel keamanan dan reputasi bank terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*, dimana variabel tersebut belum banyak digunakan.

Pada penelitian sebelumnya dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah” yang diteliti oleh (Widowati & Mustikawati, 2018). Penelitian tersebut menggunakan teknik sampling menggunakan convenience sampling atau accidental sampling. Sedangkan pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampling yang berbeda yaitu propotional stratified random sampling atau pengambilan sampel berstrata secara acak agar dapat mengukur minat dan keputusan mahasiswa secara menyeluruh sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

