

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi saat ini aktivitas manusia telah banyak dipermudah dengan berbagai macam teknologi yang canggih. Banyak tantangan dan tuntutan yang mempengaruhi semua aspek kehidupan seperti pendidikan, sosial, budaya, politik dan ekonomi. Perkembangan ini juga menuntut kita semua untuk bergegas dalam beradaptasi dengan perubahan yang ada. Perkembangan teknologi yang pesat memberikan kemudahan bagi setiap orang di segala bidang.

Sektor keuangan mengalami kemajuan yang cukup pesat dan memanfaatkan dinamika perkembangan teknologi, misalnya di bidang layanan perbankan *digital*. Layanan *digital* banking adalah salah satu bentuk layanan perbankan dengan menggunakan metode elektronik atau digital milik bank yang dilakukan secara mandiri melalui media *digital* yang dimiliki nasabah bank.

Industri perbankan telah mengikuti perkembangan teknologi. Hal ini terlihat dengan munculnya berbagai sistem pembayaran sederhana seperti *ATM*, *internet banking*, *mobile banking*, dan *SMS banking*. Alternatif untuk memenuhi kebutuhan masyarakat pada masa pandemi ini adalah dengan melakukan belanja *online* dan transaksi *online*. Masyarakat dapat menggunakan *e-payment* yaitu teknologi modern untuk transaksi *online*.

Semakin banyak niat masyarakat pada belanja dan transaksi *online* membuat para bank semakin berinisiatif untuk meningkatkan berbagai macam fitur pada layanan *e-payment* contohnya seperti *mobile banking*.

Mobile banking adalah layanan yang disediakan oleh bank untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui fungsi rilis atau menu di aplikasi perbankan yang diunduh dan diinstal melalui *smartphone*. Dibandingkan dengan *SMS banking*, *mobile banking* menawarkan kemudahan, karena nasabah tidak perlu mengingat format *SMS* yang akan dikirimkan ke bank atau nomor tujuan *SMS banking*.

Penggunaan *mobile banking* memiliki manfaat yang banyak seperti nasabah akan mendapat layanan informasi (saldo, transfer bank, tagihan kartu kredit, suku bunga dan lokasi cabang atau ATM terdekat); dan layanan transaksi seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (impuls, tiket), tabungan dan berbagai fungsi lainnya.

Mobile banking berfokus menghubungkan nasabah dengan bank melalui *smartphone* untuk melakukan transaksi interaktif seperti informasi tabungan, transfer dana, pembayaran tagihan, dan lain-lain. *Mobile banking* menjadi layanan strategis oleh bank saat ini untuk membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan retensi pelanggan. Seperti yang telah Ashifa (2020) sampaikan bahwa saat ini *mobile banking* telah menjadi metode dominan bagi konsumen untuk berinteraksi dengan bank mereka. Interaksi bank lebih banyak ditangani melalui

mobile banking daripada *ATM* atau cabang bank karena manfaat teknologi yang luar biasa.

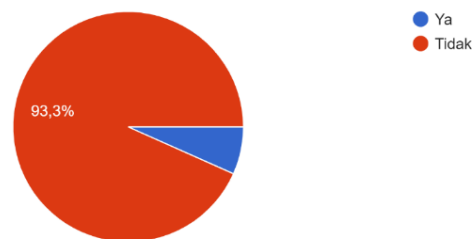
Pemanfaatan *mobile banking* di dunia pendidikan khususnya pada Perguruan Tinggi untuk melakukan pembayaran uang kuliah tunggal (UKT) yang sebelumnya dilakukan dengan datang langsung ke bank telah dipermudah dengan adanya layanan *mobile banking* salah satunya yang telah diterapkan oleh Universitas Negeri Jakarta dimana sistem pembayaran ukt dapat dilakukan melalui *mobile banking*. Di beberapa tempat makan di kantin UNJ diketahui juga sudah mulai menyediakan barcode Qris sebagai layanan *cashless* dan dapat menggunakan *mobile banking* sebagai alat pembayarannya. Namun pembayaran *cashless* di beberapa kantin UNJ bukan menjadi suatu hal yang wajib diterapkan. Berbeda dengan Universitas Trisakti yang telah memberlakukan sistem pembayaran melalui *mobile banking* dalam setiap kegiatan transaksi pada lingkungan kampus.

Dikutip idxchannel.com Direktur Utama BNI yaitu Royke Tumilaar menyatakan bahwa “Kami terus fokus mengembangkan Solusi Bisnis Kelembagaan, dimana USAKTI saat ini sudah menikmati beberapa layanan dan telah berjalan selama ini seperti Pembayaran pendidikan melalui BNI *mobile banking*, Kartu ID Mahasiswa, pembayaran *Payroll*, *Virtual Account*, *Cash Management*, dan Solusi digital lainnya untuk kebutuhan civitas akademika yang kami persiapkan”. Hal tersebut menyatakan bahwa ekosistem keuangan Perguruan Tinggi yang terintegrasi dituangkan dalam

nota kesepahaman dan perjanjian kerjasama antara BNI dan USAKTI yang mengatur pemberian jasa perbankan secara lengkap. Layanan tersebut meliputi digitalisasi dalam pengelolaan manajemen, transaksi di lingkungan kampus seperti parkir, kantin, koperasi dan lainnya.

Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta memiliki kartu tanda mahasiswa yang dapat digunakan juga sebagai alat transaksi perbankan dan dapat digunakan sebagai layanan *mobile banking*, oleh karena itu melihat kebijakan yang diterapkan pada mahasiswa USAKTI membuat peneliti melakukan penelitian kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi UNJ angkatan 2018 mengenai apakah mereka setuju apabila kebijakan tersebut juga diterapkan di UNJ. Berikut hasil dari penelitian:

Apakah anda setuju mengenai kebijakan dimana semua transaksi saat ini harus melalui Mobile Banking?
30 jawaban



Gambar 1. 1 Hasil Persetujuan Regulasi *Mobile Banking*

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa 93,3% yaitu sebanyak 28 mahasiswa tidak setuju dan 6,7% yaitu sebanyak 2 mahasiswa setuju mengenai hal tersebut. Dapat diberikan kesimpulan bahwa banyaknya manfaat yang didapatkan dalam penggunaan *mobile banking*, tidak membuat mahasiswa setuju mengenai kebijakan dimana transaksi pada lingkungan kampus harus melalui *mobile banking*.

Penggunaan *mobile banking* tidak luput dari berbagai kendala yang dihadapi sehingga menjadi bahan pertimbangan seseorang untuk menggunakannya. Berikut hasil penelitian yang dilakukan untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi dari 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2018 yaitu:

Tabel 1.1 Kendala yang di hadapi pengguna *Mobile Banking*

No	Kendala yang dihadapi	Jumlah
1.	Aplikasi <i>mobile banking</i> sering mengalami gangguan server	86,7%
2.	Mebutuhkan jaringan internet yang cukup stabil	90%
3.	Rentan mengalami penipuan “phising”	66,7
4.	Dibutuhkan smartphone canggih untuk mengakses <i>mobile banking</i>	33%
5.	Sulit memahami berbagai fitur pada <i>mobile banking</i>	16,7
6.	Mebutuhkan bantuan orang lain untuk menggunakan <i>mobile banking</i>	6,3%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan hasil pra riset pada gambar 1.1 menyatakan bahwa banyak kendala yang mahasiswa hadapi dalam penggunaan *mobile banking*. Kendala tersebut dapat mempengaruhi intensi untuk menggunakan *mobile banking*. Untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi mahasiswa dalam intensi menggunakan *mobile banking* maka peneliti melakukan pra riset kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi UNJ sebagai berikut:

Tabel 1.2 Faktor yang Mempengaruhi Intensi Menggunakan *Mobile Banking*

Faktor yang Mempengaruhi Intensi Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	Ya	Tidak
1. Efikasi Diri	83.3%	16.7%
2. Persepsi Kegunaan	80%	20%
3. Persepsi Kemudahan	73,3%	26,7%
4. Persepsi Resiko	43,3%	56,7%
5. Brand Image	33,3%	66,7%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan pra riset yang telah peneliti lakukan, diketahui bahwa faktor dengan persentase terendah atau yang dinilai kurang mempengaruhi intensi menggunakan *mobile banking* adalah persepsi resiko dengan persentase menjawab “Ya” sebesar 43,3% dan “Tidak” sebesar 56,7%, *brand image* dengan persentase menjawab “Ya” sebesar 33,3% dan “Tidak” sebesar 66,7%..

Berdasarkan data pra riset di atas persentase paling tinggi ialah Efikasi Diri dengan persentase menjawab “Ya” sebesar 83,3% dan persentase menjawab

“Tidak” sebesar 16,7%. Persentase tinggi kedua adalah Persepsi Kegunaan dengan persentase menjawab “Ya” sebesar 80% dan persentase menjawab “Tidak” sebesar 20%. Selanjutnya persentase tinggi ketiga adalah Persepsi Kemudahan dengan persentase menjawab “Ya” sebesar 73,3% dan menjawab “Tidak” sebesar 26,7%. Hal ini menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi intensi menggunakan *mobile banking* adalah efikasi diri, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Oleh karena hal tersebut peneliti tertarik untuk mengambil 3 variabel yaitu efikasi diri, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan sebagai variabel independen.

Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi menggunakan *mobile banking* tersebut sesuai dengan hasil penelitian dari Nursiah (2017) yang menjelaskan bahwa efikasi diri, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan mempengaruhi intensi menggunakan *mobile banking*. Penelitian tersebut memaparkan bahwa tingkat keyakinan seseorang dalam penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Seseorang menggunakan teknologi informasi karena mempunyai keyakinan bahwa dengan persepsi kemudahan dan kegunaan yang ada maka prestasi dan kinerja akan meningkat. Konsep ini menggambarkan ukuran dimana penggunaan teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi pemakai sehingga membuat tingkat intensi untuk menggunakan pun naik.

Penelitian yang dilakukan oleh Ashish Kumar et al., (2020) menunjukkan bahwa, bersama dengan konstruksi TAM, yaitu kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan, serta semua faktor perilaku yang relevan

lainnya, yaitu norma subjektif, inovasi pribadi, kepercayaan, dan efikasi diri telah diterapkan secara statistik berpengaruh terhadap intensi *mobile banking*.

Berdasarkan pra riset yang telah peneliti lakukan, diketahui bahwa faktor dengan nilai tertinggi yang mempengaruhi intensi menggunakan *mobile banking* adalah efikasi diri. Menurut Glady dan Rantung (2020) efikasi diri yaitu keyakinan akan kemampuan diri untuk menggunakan teknologi dan sistem informasi. Seseorang akan mampu menggunakan teknologi dan sistem informasi baru jika mereka menyadari bahwa mereka memiliki efikasi diri yang tinggi.

Efikasi diri memegang peran yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, seseorang akan mampu menggunakan potensi dirinya secara optimal apabila efikasi diri mendukungnya. Rendahnya efikasi diri akan menyebabkan meningkatnya kecemasan dan perilaku menghindar. Individu akan menghindari aktivitas-aktivitas yang dapat memperburuk keadaan, hal ini bukan disebabkan oleh ancaman tapi karena merasa tidak mempunyai kemampuan untuk mengelola aspek-aspek yang berisiko.

Tingkat efikasi diri seseorang dapat menggambarkan proses pemilihan dan penyesuaian diri terhadap pilihan karir dalam hidupnya. Tingkat efikasi diri dapat menentukan motivasi seseorang dalam menggunakan *mobile banking*. Dalam penelitiannya Triska Dewi Pramitasari (2017) mengungkapkan bahwa mereka yang memiliki efikasi diri, akan tercermin dengan motivasi untuk menjadi sukses lebih tinggi. Seseorang yang memiliki efikasi diri yang tinggi, mempengaruhi jenis

tindakan yang akan mereka lakukan. Seberapa besar tingkat keberanian dan kepercayaan diri seseorang dalam menghadapi suatu permasalahan dalam hidupnya juga akan mempengaruhi *personality* seseorang.

Faktor lain yang memiliki nilai tertinggi dari pra riset sebelumnya adalah persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Penelitian yang dilakukan oleh Fadlan dan Dewantara (2018) menyatakan bahwa ketika suatu teknologi, yang dalam penelitian ini yaitu *mobile banking* dapat dengan mudah dipahami dan digunakan serta dipercaya mampu memberikan manfaat bagi penggunanya, maka akan berpengaruh terhadap perilaku seseorang untuk mengadopsi atau menggunakan *mobile banking*. Kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan *mobile banking* akan mendorong seseorang untuk menggunakan *mobile banking* guna mendukung kegiatan perbankan. Kegunaan atau manfaat yang dirasakan dalam menggunakan *mobile banking* juga menjadi faktor yang mendukung seseorang untuk menggunakan *mobile banking*.

Penelitian yang dilakukan oleh Aditya (2020) menyatakan bahwa dalam persepsi kegunaan jika suatu aplikasi tidak mampu membantu seseorang untuk melakukan pekerjaannya, maka tidak akan diterima, meski sekeras apapun usaha yang dilakukan. Sedangkan dalam persepsi kemudahan merupakan kecenderungan seseorang dalam menggunakan sebuah aplikasi dan kepercayaan bahwa sistem yang dimaksud dapat meningkatkan performa dari kegiatan yang dilakukan. Keragaman persepsi akan kemudahan mempengaruhi hasil pekerjaan, teknologi

yang digunakan oleh seseorang jika terasa sulit akan berujung pada hasil kinerja yang kurang baik.

Dari hasil tersebut dapat kita pahami dibalik intensi menggunakan *mobile banking*, dengan berbagai macam kemudahan dan kegunaan yang diberikan oleh pihak bank, mahasiswa harus memiliki efikasi diri yang tinggi agar dapat mencapai tujuannya. Efikasi diri dapat membantu dalam tindakan dan melaksanakan suatu perubahan tentang perilaku menuju kepada arah yang lebih baik. Berdasarkan hasil pra-riset yang telah peneliti lakukan, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengangkat judul “Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Pemanfaatan Mobile Banking Dengan Pendekatan TAM Pada Mahasiswa FE UNJ”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh efikasi diri terhadap persepsi kegunaan?
2. Apakah terdapat pengaruh efikasi diri terhadap persepsi kemudahan?
3. Apakah terdapat pengaruh persepsi kegunaan terhadap intensi menggunakan *mobile banking*?
4. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap intensi menggunakan *mobile banking*?
5. Apakah terdapat pengaruh persepsi kegunaan terhadap persepsi kemudahan?
6. Apakah terdapat pengaruh efikasi diri terhadap intensi menggunakan *mobile banking* yang dimediasi oleh persepsi kegunaan?

7. Apakah terdapat pengaruh efikasi diri terhadap intensi menggunakan *mobile banking* yang dimediasi oleh persepsi kemudahan?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh efikasi diri terhadap persepsi kegunaan
2. Mengetahui pengaruh efikasi diri terhadap persepsi kemudahan penggunaan.
3. Mengetahui pengaruh persepsi kegunaan dalam intensi penggunaan *mobile banking*.
4. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dalam intensi penggunaan *mobile banking*.
5. Mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap persepsi kemudahan.
6. Mengetahui pengaruh efikasi diri terhadap intensi menggunakan *mobile banking* yang dimediasi oleh persepsi kegunaan.
7. Mengetahui pengaruh efikasi diri terhadap intensi menggunakan *mobile banking* yang dimediasi oleh persepsi kemudahan.

D. Kebaruan Penelitian

Kebaruan penelitian membahas mengenai hasil penelitian terdahulu untuk mengetahui bahwa ada penelitian terdahulu yang sama dengan penelitian ini. Peneliti melakukan pembaharuan penelitian ini berdasarkan penelitian sebelumnya, yaitu:

1. **Wijayanti et al., (2019) Pengaruh *Perceived Usefulness* Dan *Perceived Ease Of Use* Terhadap *Behaviour Intention To Use BRI Digital***

Banking Pada Agen Brilink PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Magelang

Kebaruan pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dalam penelitian sebelumnya hanya membahas tiga variabel yaitu persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan intensi menggunakan. Namun dipenelitian ini terdapat satu variabel tambahan yaitu efikasi diri.

2. **Mutahar et al., (2018) *The Mediating of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use: The Case of Mobile Banking in Yemen* Ahmed**

Penelitian ini memiliki kebaruan pada penelitian sebelumnya yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*, sedangkan penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*.

