

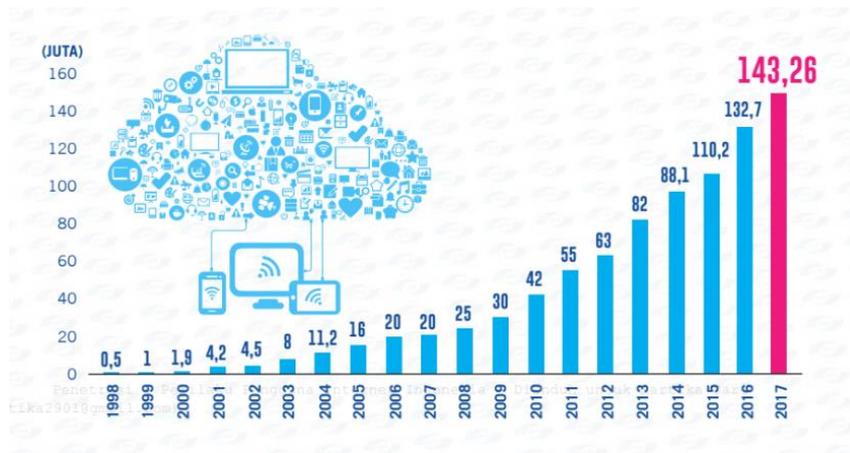
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

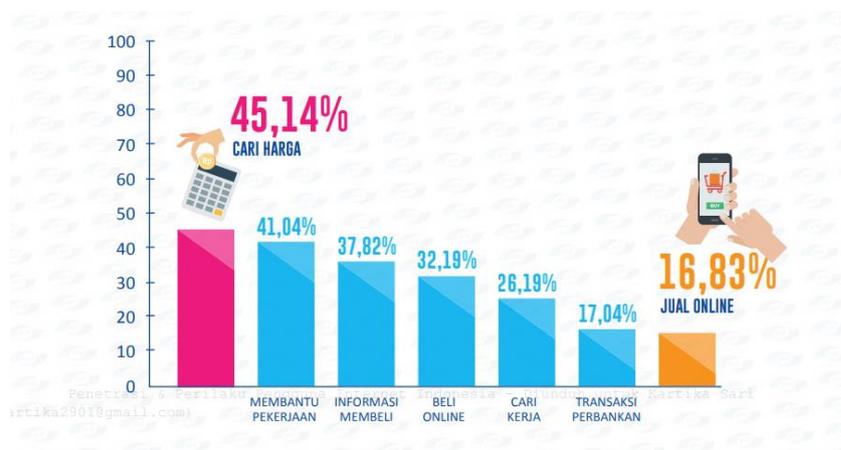
Kondisi bidang usaha perbankan di Indonesia ditahun 2018 ini sangat berkembang pesat. Dengan kondisi kredit yang baik yang menunjukkan bahwa industri perbankan dalam kondisi yang sangat kuat, dan tahan terhadap krisis (Rakhma & Setiawan, 2018). Namun persaingan semakin meningkat dengan banyaknya perusahaan *fintech* sehingga perbankan harus siap memasuki era digital dengan meningkatkan kualitas *electronic channel* yang *up to date* yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah, perkembangan perbankan di era digital selain dikarenakan persaingan dengan perusahaan *fintech* tapi juga dikarenakan penggunaan internet di Indonesia yang semakin meningkat (Laucerno, 2017).

Sesuai data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada akhir 2017 bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 143,26 juta jiwa. Angka tersebut meningkat dari tahun 2016 lalu yang mencapai 132,7 juta jiwa. Hal ini menunjukkan 54,68% dari total populasi Indonesia yang mencapai 262 juta orang telah menggunakan internet. Seperti tampak pada Gambar I.1 berikut:



Gambar I.1
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia
 Sumber: www.apjii.or.id (2017)

Berdasarkan pemanfaatannya dalam bidang ekonomi, internet paling sering digunakan untuk mencari harga produk yang dipasarkan sebanyak 45,14%, untuk membantu pekerjaan sebanyak 41,04%, untuk mencari informasi sebelum membeli produk sebanyak 37,82%, untuk membeli produk secara *online* sebanyak 32,19%, untuk mencari pekerjaan sebanyak 26,19%, untuk transaksi perbankan sebanyak 17,04% dan untuk penjual secara *online* sebanyak 16,83%, seperti tampak pada Gambar I.2 berikut:



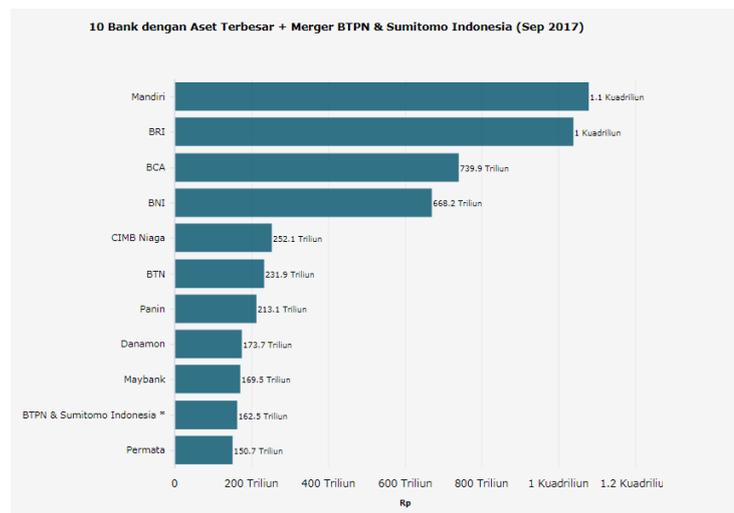
Gambar I.2
Pemanfaatan Internet di Indonesia
 Sumber: www.apjii.or.id (2017)

Jika dilihat dari angka tersebut penggunaan internet dalam bidang transaksi perbankan memang masih cukup kecil jika dibandingkan pemanfaatan dalam bidang ekonomi lain, namun penggunaan internet dalam transaksi perbankan tersebut cukup mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2016 (APJII, 2017).

Selain itu perkembangan *e-Banking* di Indonesia juga dilatarbelakangi dengan meningkatnya jumlah rekening pada bank umum sebesar 1,86% dari jumlah rekening per Januari 2018. Berdasarkan data yang dirilis oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan) per Februari 2018 total rekening simpanan mencapai 250.866.218 rekening, naik 4.572.841 rekening dibanding posisi jumlah rekening Januari 2018, yang sebanyak 246.293.377 rekening. Kenaikan paling tinggi berdasarkan jenis simpanan adalah rekening giro kenaikannya mencapai 4,77% dari 3.071.363 rekening di Januari 2018, menjadi 3.217.788 rekening di Februari 2018. Selain itu, giro juga mengalami kenaikan nominal tertinggi dibandingkan jenis simpanan lain, yaitu 1,72%, dari Rp1.267.582 miliar di Januari 2018 menjadi Rp1.289.434 miliar di Februari 2018. Jumlah ini merupakan gabungan dari 115 bank yang terdaftar di LPS yang terdiri dari 102 bank umum konvensional dan 13 bank umum syariah (LPS, 2018).

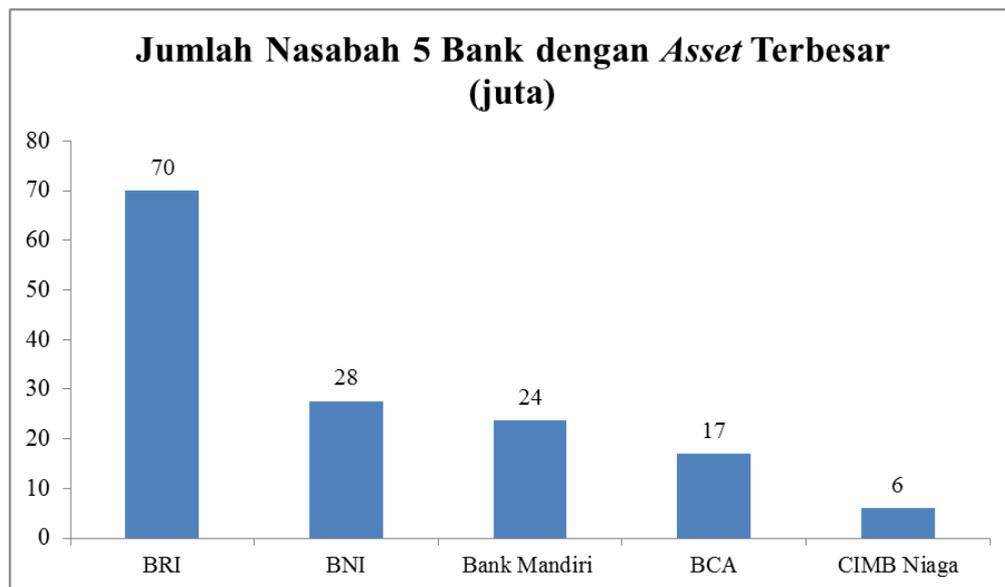
Bank Mandiri merupakan bank yang memiliki *asset* terbesar di Indonesia, dengan *asset* sebanyak 1,1 kuadtriliun dan berada pada urutan pertama, BRI pada urutan kedua dengan 1 kuadtriliun, BCA dengan 739,9 triliun pada urutan ketiga, BNI dengan 668,2 triliun, CIMB Niaga dengan 252,1 triliun, BTN dengan 239,1 triliun, Panin dengan 213,1 triliun, Danamon dengan 173,7 triliun, Maybank

dengan 169,5 triliun, BTPN dan Sumitomo Indonesia dengan 162,5 triliun, dan Permata Bank pada urutan 10 dengan *asset* 150,7 triliun seperti tampak pada Gambar I.3 berikut:



Gambar I.3
10 Bank dengan Aset Terbesar
Sumber: www.katadata.co.id (2017)

Namun kepemilikan *asset* terbesar tersebut tidak berbanding lurus dengan jumlah nasabah yang dimiliki Bank Mandiri. Jika dibandingkan dengan lima bank yang memiliki *asset* terbesar jumlah nasabah BRI masih paling unggul dengan jumlah nasabah sebanyak 70 juta nasabah, BNI pada urutan kedua sebanyak 28 juta nasabah, Bank Mandiri pada urutan ke tiga sebanyak 24 juta nasabah, kemudian BCA dengan 17 juta nasabah dan CIMB Niaga 6 juta nasabah (Rakhma & Setiawan, 2018), seperti tampak pada Gambar I.4 berikut:



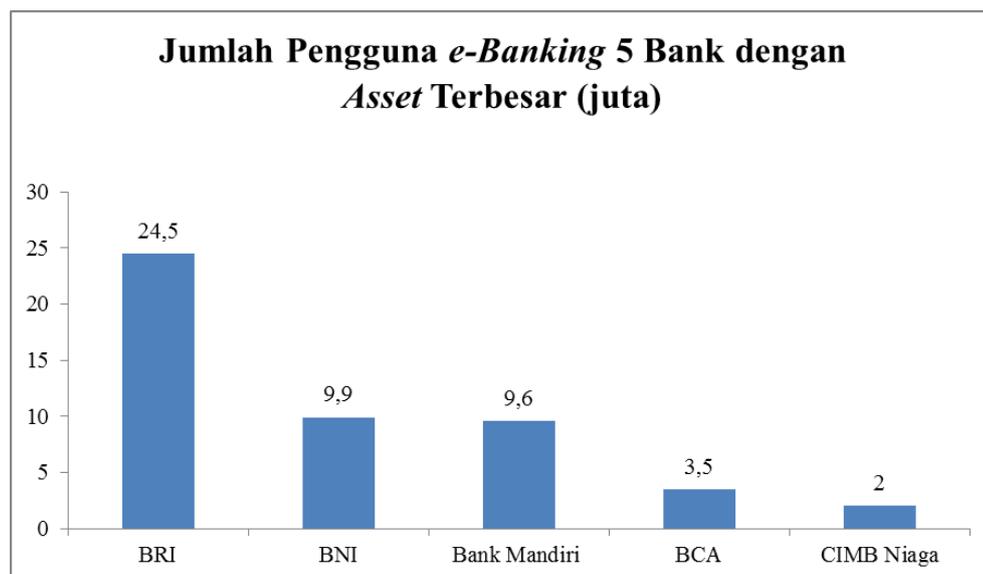
Gambar I.4
Jumlah Nasabah Lima Bank dengan *Asset* Terbesar di Indonesia
Sumber: Data diolah Peneliti (2018)

Untuk penggunaan *e-Banking* setiap tahunnya terus meningkat sesuai data dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan) yang menyatakan bahwa jumlah pengguna *e-Banking* meningkat 270%, dari 13,6 juta nasabah pada tahun 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada tahun 2016. Frekuensi transaksi pengguna *e-Banking* meningkat 169%, dari 150,8 juta transaksi pada tahun 2012 menjadi 405,4 juta transaksi pada tahun 2016, pertumbuhan *e-Banking* ini pun direspon perbankan dengan terus berinovasi dan mengotimalkan layanan *e-Banking*-nya (Fuad, 2018).

Begitu pula transaksi yang menggunakan layanan *e-Banking* Bank Mandiri atau saat ini lebih dikenal dengan sebutan Mandiri Online terus mengalami peningkatan, pada tahun 2017 mencapai 135 juta kali transaksi, dengan nilai mencapai Rp 35 triliun. Namun penggunaan layanan *e-Banking* BCA masih mendominasi yaitu sebanyak 1,49 miliar kali transaksi, dengan nilai mencapai Rp 5.565,2 triliun yang berarti niat penggunaan nasabah Bank Mandiri untuk

menggunakan Mandiri Online untuk transaksi masih kurang (katadata.co.id, 2017).

Niat Penggunaan tersebut juga dapat dilihat pada jumlah pengguna *e-Banking* Bank Mandiri berada pada urutan ketiga, BRI memiliki jumlah pengguna terbanyak yaitu 24,5 juta pengguna *e-Banking*, BNI pada urutan kedua sebanyak 9,9 juta pengguna *e-Banking*, Bank Mandiri pada urutan ketiga sebanyak 9,6 juta pengguna *e-Banking*, BCA pada urutan keempat sebanyak 3,5 juta pengguna *e-Banking*, dan pada urutan kelima yaitu CIMB Niaga dengan pengguna *e-Banking* sebanyak 2 juta pengguna *e-Banking* (katadata.co.id, 2017). Sesuai tampak pada Gambar I.5 berikut:



Gambar I.5
Jumlah Pengguna *e-Banking* Lima Bank dengan Asset Terbesar
Sumber: Data diolah Peneliti (2018)

Untuk terus meningkatkan penggunaan *e-Banking*, pada tahun 2017 Bank Mandiri mengupgrade layanan *e-Banking* dengan meluncurkan aplikasi Mandiri Online yaitu aplikasi *mobile banking* yang terintegrasi dengan *SMS banking* dan

internet banking (Julianto, 2018). Namun pada awal peluncurannya Mei 2017 Mandiri Online ini sempat mengalami masalah pada keamanan aplikasinya dan menghentikan sementara layanan Mandiri Online. Hal ini terjadi karena banyak nasabah Bank Mandiri yang mengeluhkan tidak berfungsinya layanan Mandiri Online tersebut serta sering *error*. Beberapa nasabah bahkan melaporkan dana yang ada di rekeningnya hilang, padahal mereka tidak melakukan transaksi hal ini menyebabkan persepsi nasabah terhadap risiko yang mungkin terjadi atas penggunaan Mandiri Online tinggi (Prihadi, 2017).

Nasabah yang kehilangan dananya saat menggunakan Mandiri Online tersebut merasa tidak percaya lagi terhadap Mandiri Online Bank Mandiri karena tidak sedikit dana yang hilang namun mencapai jutaan rupiah. Nasabah merasa keamanan dana yang disimpannya tidak terjamin ketika menggunakan Mandiri Online tersebut yang berarti persepsi nasabah terhadap keamanan Mandiri Online buruk. OJK pun menghimbau agar nasabah tetap berhati-hati karena masih adanya kemungkinan kerusakan sistem dan pembobolan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab yang berisiko akan adanya kehilangan dana (Thertina, 2017)

Selain itu risiko lain yang mungkin terjadi ialah ada kejahatan baru yaitu berupa pemalsuan tampilan aplikasi yang didesain serupa dengan Mandiri Online yang dapat membuat nasabah tertipu dan memberikan user id dan passwordnya dan nasabah berisiko kehilangan dananya (Supriyatna, 2017).

Hal tersebut menunjukkan bahwa untuk meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan layanan *e-Banking* bank tidak hanya dengan melakukan inovasi dalam layanannya namun juga harus memperhatikan untuk mengurangi

risiko, meningkatkan keamanan serta meningkatkan kepercayaan nasabah agar minat nasabah untuk menggunakan *e-Banking* meningkat (Listyawati, 2018).

Niat perilaku merupakan suatu keinginan seseorang dalam melakukan suatu perilaku. Perilaku adalah tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan karena individual memiliki minat atau keinginan untuk melakukannya sehingga minat perilaku akan menentukan perilakunya (Febrian, 2016). Niat dalam penelitian ini dilandasi oleh beberapa faktor yaitu persepsi terhadap risiko, persepsi terhadap keamanan dan kepercayaan.

Penelitian Dowling dan Staelin (1994) dalam Farizi dan Syaefullah (2013) menyatakan bahwa persepsi risiko adalah suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan kegiatan. Menurut Flavian *et al.* (2006) dalam Aggarwal dan Rahul (2018) menyatakan bahwa persepsi keamanan adalah kemungkinan subjektif di mata pelanggan bahwa informasi pribadi atau keuangannya tidak akan ditampilkan, disimpan, dan / atau dicuri oleh pihak lain selama melakukan transaksi. Das dan Teng (1998) dalam Farizi dan Syaefullah (2013) menyebutkan bahwa kepercayaan (*trust*) sebagai derajat dimana seseorang yang percaya menaruh sikap positif terhadap keinginan baik dan keandalan orang lain yang dipercayanya di dalam situasi yang berubah ubah dan berisiko.

Beberapa deskripsi diatas didukung penelitian yang dilakukan oleh Shyong dan Lin (2015) yang menunjukkan Persepsi keamanan dan Persepsi risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan keamanan memiliki pengaruh pada niat penggunaan. Adapula penelitian yang dilakukan oleh Chin *et*

al. (2018) yang menunjukkan kepercayaan dan persepsi keamanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan aplikasi seluler. Adapun penelitian yang menunjukkan pengaruh kepercayaan terhadap niat penggunaan didukung oleh penelitian dari Alalwan *et al.* (2017) menunjukkan terdapat hubungan signifikan kepercayaan dan niat penggunaan. Serta penelitian Chaouali *et al.* (2016) juga menunjukkan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan.

Berdasarkan pentingnya persepsi risiko, persepsi keamanan, dan kepercayaan dalam mempengaruhi niat penggunaan Mandiri Online serta belum adanya penelitian mengenai Mandiri Online Bank Mandiri dengan variabel persepsi risiko, persepsi keamanan, kepercayaan dan niat menggunakan maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Keamanan terhadap Niat Penggunaan pada Nasabah Mandiri Online Bank Mandiri melalui Kepercayaan sebagai Pemediasi: Survei di Cabang Wilayah Jabodetabek”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti memfokuskan masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap kepercayaan pada nasabah Mandiri Online Bank Mandiri?
2. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap kepercayaan pada nasabah Mandiri Online Bank Mandiri?

3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap niat penggunaan Mandiri Online Bank Mandiri?
4. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap niat penggunaan Mandiri Online Bank Mandiri?
5. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap niat penggunaan Mandiri Online Bank Mandiri?
6. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap niat penggunaan Mandiri Online di Bank Mandiri melalui kepercayaan sebagai pemediasi?
7. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap niat penggunaan Mandiri Online di Bank Mandiri melalui kepercayaan sebagai pemediasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap kepercayaan pada nasabah Mandiri Online Bank Mandiri.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap kepercayaan pada nasabah Mandiri Online Bank Mandiri.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap niat penggunaan Mandiri Online di Bank Mandiri.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap niat penggunaan Mandiri Online pada Bank Mandiri.
5. Untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap niat penggunaan Mandiri Online di Bank Mandiri.

6. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap niat penggunaan Mandiri Online di Bank Mandiri melalui kepercayaan sebagai pemediasi.
7. Untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap niat penggunaan Mandiri Online di Bank Mandiri melalui kepercayaan sebagai pemediasi.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya mengenai persepsi keamanan, persepsi terhadap risiko, kepercayaan, dan niat penggunaan Mandiri Online.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada perusahaan mengenai faktor yang mempengaruhi niat penggunaan aplikasi *Mobile Banking* sehingga dapat digunakan untuk memperbaiki kinerja aplikasi *Mobile Banking* khususnya Mandiri Online.