BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi komputer mempunyai potensi untuk memperbaiki kinerja individudan organisasi, sehingga perusahaan melakukan investasi dalam berbagai aplikasikomputer. Diluar perkembangan tersebut manfaat potensial komputer dalam membantu pengambilan keputusan manajerial belum secara penuh dapat direalisasikan karena tingkat penerimaan *(acceptance)* yang rendah oleh para pengguna. Suatu aplikasi dapat diandalkan apabila memiliki kualitas yang baik dan mampu memberikan kepuasan pada penggunanya. Dengan adanya kepuasan pengguna *(usersatisfaction)* tersebut, maka akan timbul penerimaan *(acceptance)* pada sistem informasi yang dipergunakan dalam organisasi tersebut. Kepuasan pengguna *(user satisfaction)* merupakan salah satu indikator dari keberhasilan pengembangan teknologi informasi yang ada.

Penggunaan teknologi yang sangat pesat saat ini telah memberikan pengaruh yang cukup signifikan pada aktivitas yang dilakukan oleh manusia**.**Teknologi informasi yang berkembang beberapa dekade ini menjadikan banyak inovasi yang baru di berbagai bidang. Seperti contohnya pada bidang bisnis *online*, jasa transportasi, jasa akomodasi, dan jasa keuangan. Praktek bisnis yang menggunakan internetmemudahkan penjual dan pembeli di dalam melaksanakan transaksi. Pembeli dan penjual tidak perlu melakukan tatap muka hanya untuk melakukan pembayaran. Transaksi yang umum dilakukan adalah transfer antar rekening, tetapi pada saat ini penggunaan internet juga digunakan sebagai transaksi perbankan lainnya tidak terbatas hanya digunakan untuk transfer antar rekening (Annisya & Hastuti, 2012).

Sejak tahun 2011 merebaknya pengguna media internet menyebabkan banyak perusahaan mulai mencoba membuat sistem-sistem untuk perusahaannya berbasis teknologi yang harapannya dapat mempermudah pekerjaan. Sektor keuangan adalah salah satu sektor

yang sangat strategis di dalam menghimpun dana masyarakat sehingga dibutuhkannya dukungan regulasi dari pemerintah untuk memudahkan mengakses perbankan untuk mendukung kinerja perbankan agar lebih efektif dan efisien. Upaya untuk menunjang perkembangan informasi pada dunia bisnis keuangan, menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terdapat 2 (dua) hal. Pertama, perubahan perilaku konsumen yang lebih mengedepakan teknologi untuk melakukan aktifitas sehari-hari, sehingga terjadi peningkatan penggunaan teknologi untuk melakukan transaksi keuangan pada masyarakat sehingga menjadikan peluang yang cukup besar untuk jasa keuangan di dalam meningkatkan pelayanan menggunakan teknologi.

Pentingnya penggunaan layanan teknologi keuangan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh McKinsey dan Company pada tahun 2014 yang terkait dengan elektronik perbankan menyatakan bahwa 40% nasabah di bawah umur 40 tahun lebih memilih menggunakan teknologi keuangan untuk mempermudah transaksi. Teknologi keuangan diharapkan ke depannya dapat mempermudah jasa keuangan untuk memperluas cakupan untuk dapat melayani nasabah yang terkendala oleh masalah geografis atau yang kurang mendapatkan akses untuk melakukan transaksi jasa keuangan yang diinginkan. Teknologi keuangan menurut National Digital Research Centre (2014) adalah istilah yang ditujukan untuk menyebut suatu inovasi dalam bidang jasa keuangan. Konsep teknologi keuangan yang akan diberikan kepada masyarakat yaitu proses transaksi keuangan yang lebih efektif dan efisien, di antaranya proses pembayaran, jual beli saham, kredit, dan masih banyak lagi yang berhubungan dengan jasa keuangan.

Kondisi persaingan yang terjadi di antara perusahaan jasa keuangan yang telah meggunakan teknologi keuangan menjadi salah satu masalah yang harus dihadapi oleh para pengelola jasa keuangan dimana sesuai dengan Undang-undang Perbankan No.10 tahun 1998 bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk

simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Adanya teknologi keuangan yang mulai banyak digunakan oleh jasa keuangan di Indonesia menjadikan konsumen lebih infromatif dalam memilih yang ditawarkan oleh bank di Indonesia. Produk yang beragam dengan teknologi menjadi pilihan konsumen untuk mempermudah melakukan transaksi keuangan maupun hal-hal yang berkaitan dengan jasa keuangan. Adanya persaingan di dalam teknologi maka memberikan kesempatan untuk Bank Bukopin untuk melakukan inovasi agar dapat bersaing dengan bank di Indonesia.

Layanan teknologi keuangan yang disebut Bukopin *Mobile* Banking ini menjadi salah satu inovasi yang diberikan oleh Bukopin untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah serta kenyamanan dalam melakukan transaksi keuangan maupun menjangkau produk yang dimiliki oleh Bukopin. Teknologi keuangan yang diberikan oleh Bukopin adalah teknologi yang menghubungkan nasabah denganBukopin,. Adapun layanan teknologi keuangan ini juga bekerja sama dengan situs belanja daring seperti; Tokopedia, Lazada, Bukalapak,Shopee dan lain sebagainya.

Adapun penelitian tentang *Technology Acceptance Model*(TAM) mengenai adopsi teknologi keuangan pernah dilakukan oleh Chuang *et al.,* (2016) yang mengidentifikasikan perkembangan teknologi keuangan pada saat ini adalah pengembangan atas TAMoleh Davis (1989). Dalam penelitiannya dijelaskan adanya penerimaan dan penolakan yang terjadi pada konsumen ketika menggunakan teknologi. Selain itu, menurut Chuttur (2009), TAM merupakan penelitian yang sering digunakan untuk mengetahui efektivitas pada penggunaan sistem teknologi. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chuang *et al.*, (2016) yang menggunakan TAM untuk meneliti pengadopsian teknologi keuangan, maka peneliti ingin menganalisis faktor-faktor apa saja yang akan mempengaruhi konsumen untuk

menggunakan teknologi keuangan yang dianalisis melalui variabel; kepercayaan pada reputasi, persepsi kegunaan, persepsi kemudahaan penggunaan, dan penggunaan *M-Banking*.

Berdasarkan uraian-uraian latar belakang di atas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Adopsi Layanan *M-Banking*Bank Bukopin denganPendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*".**

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

a. Apakah kepercayaan pada reputasi berpengaruh terhadap penggunaan *M-Banking*?
b. Apakah persepsi kegunaanberpengaruh terhadappenggunaan *M-Banking*?
c. Apakah persepsi kemudahaan penggunaan berpengaruh terhadap penggunaan *M-Banking*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk:

a. Mengetahui, menganalisis, dan membuktikan secara empiris pengaruh kepercayaan pada reputasiterhadap penggunaan *M-Banking*.
b. Mengetahui, menganalisis, dan membuktikan secara empiris pengaruh persepsi kegunaanterhadappenggunaan *M-Banking*.
c. Mengetahui, menganalisis, dan membuktikan secara empiris pengaruh persepsi kemudahaan penggunaanterhadap penggunaan *M-Banking*.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak sebagai berikut.

a. Bagi Bank Bukopin

Penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat untuk Bank Bukopin agar dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nasabah dalam menerima dan mengadopsi teknologi keuangan. Sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam mengembangkan strategi layanan bank agar dapat bersaing di era teknologi informasi saat ini.

b. Bagi NasabahBank Bukopin

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada nasabah bank dalam menggunakan teknologi keuangan. Manfaat lain yang dapat diberikan adalah untuk nasabah yang belum menggunakan layanan teknologi keuangan sehingga dapat mengetahui kegunaan serta fungsi dari teknologi keuangan itu sendiri.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya bagi mahasiswa bidang pemasaran yang berkaitan dengan penelitian mengenai penerimaan konsumen pada produk teknologi keuangan yang dimiliki oleh perusahaan jasa keuangan yang sedang berkembang saat ini.