



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

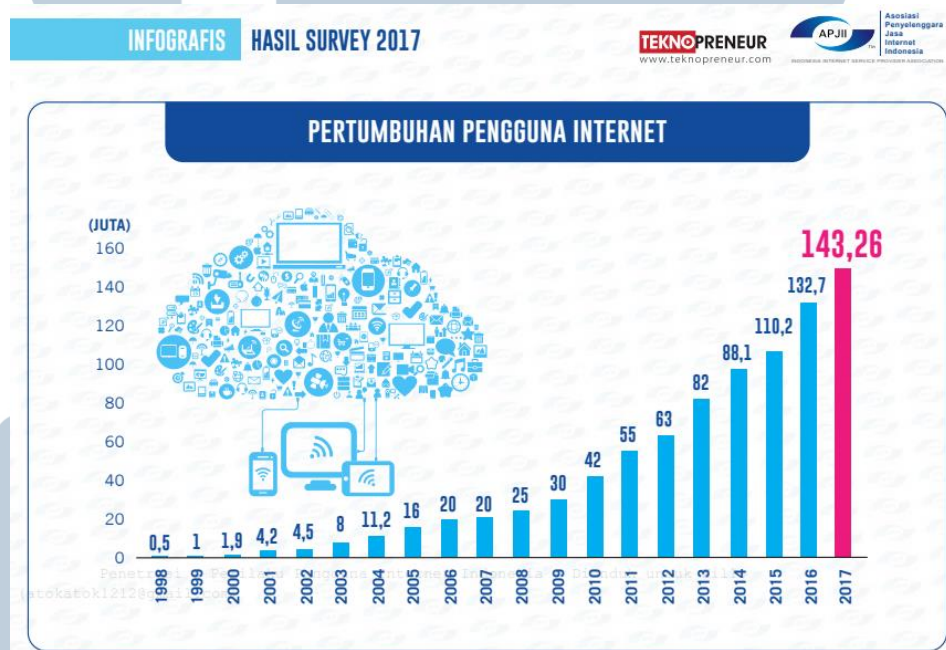
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pengguna internet semakin melonjak dari tahun ke tahun karena internet dapat mempermudah dalam mencari informasi dan komunikasi. Menurut survey yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), pada tahun 2017 pengguna internet di Indonesia naik pesat yaitu mencapai 143,26 juta penduduk Indonesia.

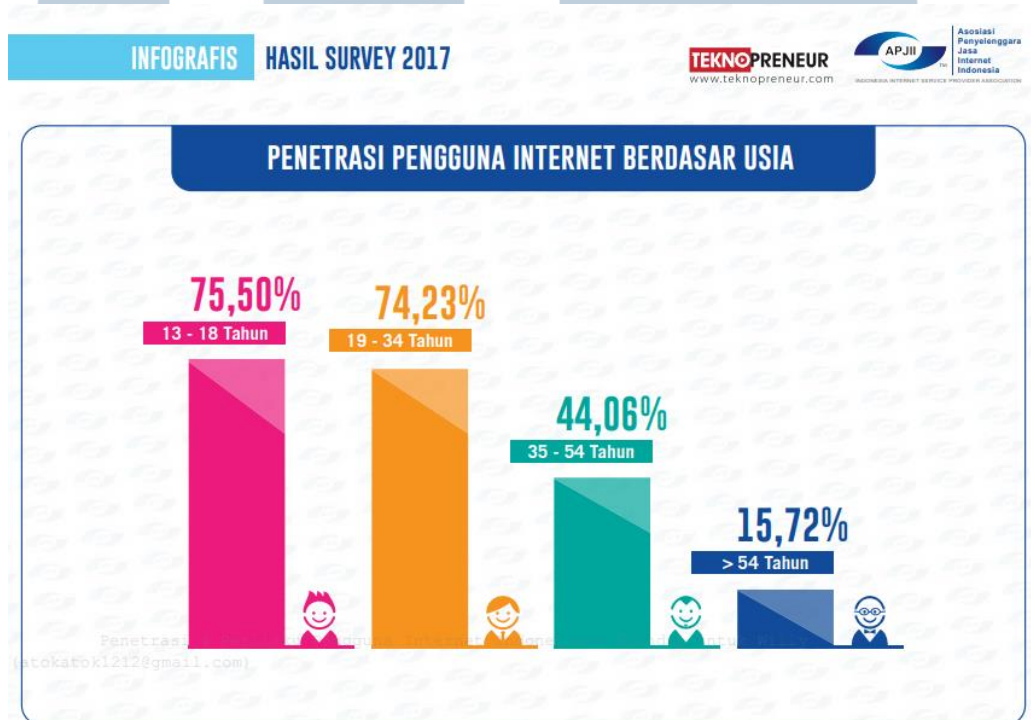


Gambar 1.1 Survey Pertumbuhan Pengguna Internet

Sumber : (APJII, 2017)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Berdasarkan riset Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017 yang diselenggarakan oleh APJII berdasarkan usia, didapatkan hasil yang cukup mengejutkan dimana pengguna internet terbanyak adalah pada rentang usia 13-18 tahun (Generasi Z) dan pengguna internet terbanyak kedua adalah pada rentang usia 19-34 tahun (Generasi Y).



**Gambar 1.2 Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Usia**

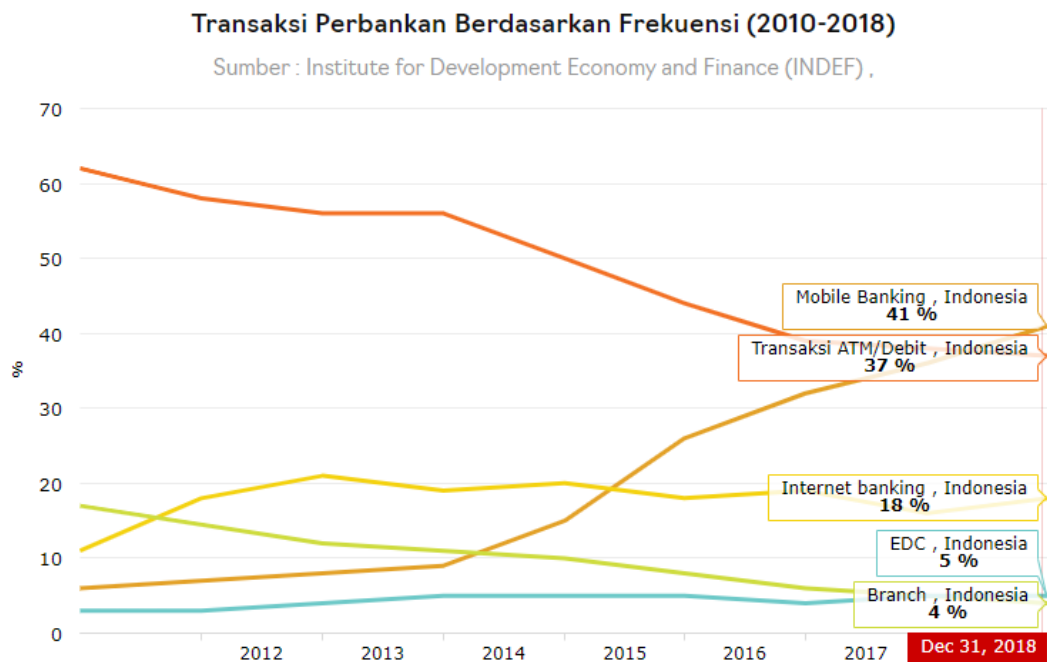
**Sumber:** (APJII, 2017)

Salah satu bidang yang memanfaatkan perkembangan internet ini adalah perbankan. Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 pengertian Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana-dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf

hidup rakyat banyak”. (Undang-Undang Republik Indonesia, 1998) Bank telah menjadi kebutuhan penunjang hidup bagi manusia dalam bidang perekonomian. Perbankan telah membuat aplikasi yang mempermudah transaksi perbankan untuk nasabahnya. Aplikasi tersebut disebut *Mobile Banking*.

*Mobile banking* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *m-banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi pada handphone (Wulandari, 2017). *Mobile Banking* diluncurkan pertama kali oleh Excelcom pada akhir 1995. Peluncuran tersebut mendapatkan respons yang beragam dari masyarakat. Kemunculan *Mobile Banking* ini dilatarbelakangi oleh keinginan bank-bank untuk mendapatkan kepercayaan penuh dari para nasabahnya. Salah satu caranya adalah memanfaatkan teknologi. Saat itu, teknologi yang tumbuh dengan pesat harus dimanfaatkan dengan cermat dan tepat. Berbagai macam teknologi memberikan terobosan-terobosan baru yang dapat digunakan oleh bank untuk meningkatkan kualitas layanan kepada nasabahnya (Wardhana, 2015). Dari hal tersebut, bank-bank yang ada di seluruh dunia membuat suatu inovasi baru dengan meluncurkan *Mobile Banking*.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

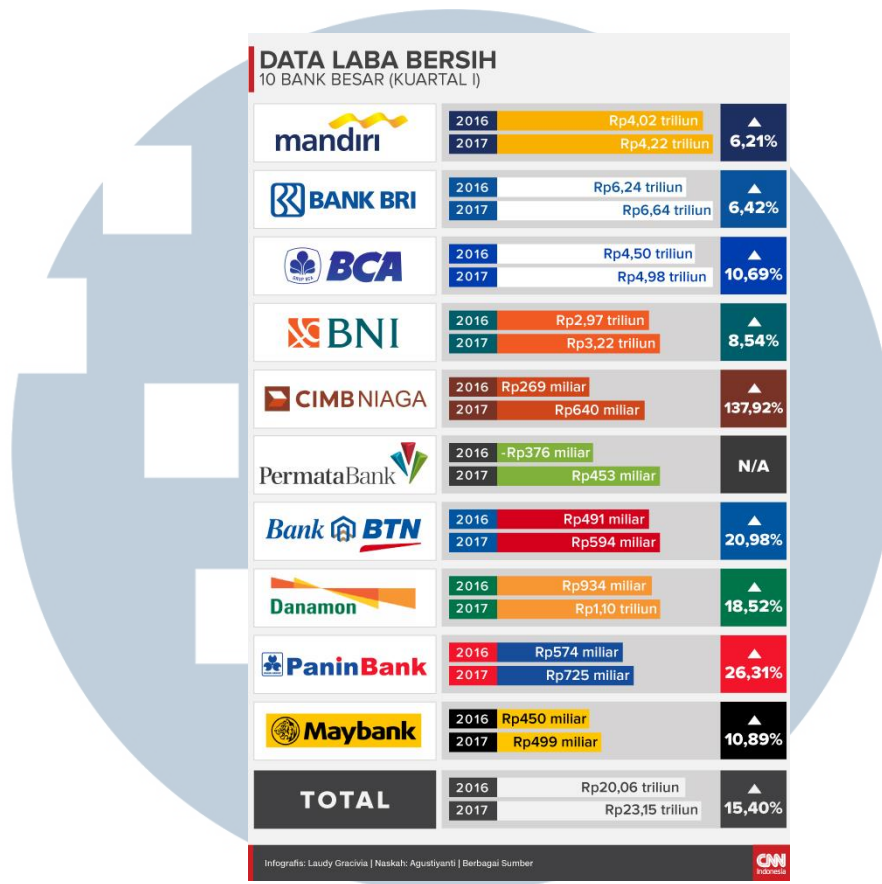


**Gambar 1.3 Data Transaksi Perbankan**

Sumber : (INDEF, 2018)

Pada gambar 1.3 menunjukkan data transaksi perbankan berdasarkan frekuensi dari tahun 2010-2018. Diagram tersebut menunjukkan penggunaan *mobile banking* yang terus meningkat dari tahun ke tahun, bahkan pada akhir tahun 2018 transaksi perbankan menggunakan *mobile banking* telah mengalahkan transaksi perbankan menggunakan ATM/debit.

BCA merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia yang memiliki komitmen "Senantiasa di sisi Anda", untuk meraih kepercayaan dan harapan nasabah (BCA, 2019) . BCA menyediakan fasilitas yang memberikan kenyamanan dan mempermudah nasabahnya berupa cabang bank, luasan jaringan ATM, serta jaringan perbankan dalam *smartphone*.



**Gambar 1.4 Data Laba Bersih Bank di Indonesia**

**Sumber:** (CNN Indonesia, 2017)

Pada gambar 1.3 dapat terlihat bahwa pada tahun 2017 bank BCA merupakan bank kedua se Indonesia setelah bank BRI yang memiliki laba bersih tertinggi dan bank swasta pertama se Indonesia yang memiliki laba bersih tertinggi.

BCA juga telah membuat aplikasi *mobile banking* yang bernama *BCA Mobile*. *BCA Mobile*, mempermudah nasabah mengatur masalah perbankan dalam hitungan menit. Fitur *m-banking* yang terdapat pada *BCA Mobile* terdiri dari m-Info, m-Transfer, m-Payment, m-Commerce, m-Admin, Tarik tunai.



Frekuensi transaksi perbankan melalui layanan digital BCA terus meningkat, sementara frekuensi transaksi melalui kantor cabang mengalami penurunan. Pada tahun 2017 frekuensi transaksi melalui layanan digital berkontribusi 97,0% terhadap keseluruhan transaksi BCA, meningkat dari 96,2% dibandingkan tahun 2016. Bahkan pada tahun 2018, sebesar 98 persen transaksi di BCA merupakan transaksi digital. Dari total transaksi 2018 senilai Rp 6.700 triliun, 98% berasal dari transaksi digital (BCA, 2019). Pertumbuhan tersebut terutama ditopang oleh peningkatan transaksi melalui *internet banking* dan *mobile banking*. Sejak tahun 2017, jumlah transaksi melalui internet banking BCA telah melebihi ATM. (BCA, 2019).

Ada beberapa faktor yang dapat menentukan dan mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan untuk penerimaan terhadap teknologi seperti faktor kepercayaan, kebiasaan, kemudahan penggunaan dan lain – lain. Faktor – faktor tersebut bisa saja berdampak satu sama lain. Satu faktor mungkin juga memiliki lebih banyak dampak jika dibandingkan dengan faktor lain (Christopher, 2018). Salah satu cara untuk melihat apakah *mobile banking* akan diterima di masa depan adalah dengan melihat penerimaan penggunaannya terhadap aplikasi tersebut. Penelitian ini akan didukung menggunakan *framework The Unified Theory of Acceptance And Use of Technology (UTAUT)*. Menurut (Venkatesh et al, 2003) UTAUT terbukti dapat menjelaskan hingga 70% lebih varian *Behavioral Intention* jika dibandingkan delapan model penerimaan teknologi lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor yang dapat mempengaruhi nasabah dalam penerimaan BCA *Mobile* dalam proses transaksi perbankan. Maka dari itu,

judul penelitian ini adalah **ANALISIS FAKTOR *BEHAVIORAL INTENTION* TERHADAP *BCA MOBILE* MENGGUNAKAN *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*.**

Penelitian dengan topik ini bukan penelitian pertama kali dilakukan. Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang mengambil topik yang serupa, tetapi penulis merasa penelitian ini berbeda karena melihat fokus objek yang telah dikerucutkan dengan objek penelitian yang lebih jelas yaitu *BCA Mobile* sebagai salah satu bank dengan nasabah terbanyak di Indonesia. (Wardani, 2018), (Herlambang, 2018), (Pertiwi, 2017). Lebih dari itu penulis juga memfokuskan penelitian ini menggunakan model *The Unified Theory of Acceptance And Use of Technology* (UTAUT).

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diurai, fokus pada penelitian ini adalah ingin merumuskan beberapa hal berikut yaitu:

1. Faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap *behavioural Intention* dalam menggunakan *BCA Mobile*?
2. Bagaimana hubungan variabel *Peformance Expectancy* dengan *Effort Expectancy* dan hubungan variabel *Secuirty* dengan *Trust* yang ada terhadap *behavioural Intention* dalam menggunakan *BCA Mobile* ?
3. Faktor apakah yang paling mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan *BCA Mobile* ?



### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk menyelesaikan masalah di atas dan pembahasan dari penelitian ini tidak jauh dari masalah yang ada, maka batasan masalah sebagai berikut

1. Penelitian hanya berfokus pada aplikasi *mobile banking* BCA *Mobile*,
2. Sasaran penelitian adalah pengguna BCA *Mobile* pada Generasi Y.
3. Penelitian ini tidak akan direkomendasikan langsung kepada pihak terkait.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku pengguna dalam menggunakan BCA *Mobile*.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku pengguna dalam menggunakan BCA *Mobile*.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah memperkaya literatur mengenai Sistem Informasi dan dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA