

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Era globalisasi telah membuat banyak perubahan pada dunia ini. Globalisasi adalah sebuah istilah yang memiliki hubungan dengan peningkatan keterkaitan dan ketergantungan antar negara dan antar manusia di seluruh dunia melalui perdagangan, investasi, perjalanan, budaya populer, dan bentuk-bentuk interaksi yang lain sehingga batas-batas suatu negara menjadi bisa. Kata globalisasi merupakan serapan dari bahasa Inggris yaitu *globalization*. Kata *globalization* berasal dari kata *global* yang berarti universal yang kemudian mendapat imbuhan *-lization* yang berarti proses. Berdasarkan arti kata tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa globalisasi diartikan sebagai proses penyebaran unsur-unsur baru baik berupa informasi, pemikiran, gaya hidup maupun teknologi secara mendunia.

Pada era globalisasi, bidang perekonomian juga mengalami banyak perubahan, khususnya di sektor perbankan. Di era ini, teknologi berkembang dengan pesat. Segala hal yang ada di muka bumi ini memanfaatkan perkembangan teknologi, begitu pula pada sektor perbankan. Persaingan di industri perbankan dan jasa keuangan yang semakin intensif menuntut bank harus memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Siapa yang paling mampu mengerti dan dapat menyediakan produk dan jasa perbankan yang sesuai dengan keinginan nasabah dan lebih baik mutunya, dialah yang akan dipilih oleh nasabah (Suryani, 2017:3).

Perkembangan teknologi yang dihadapi dalam dunia perbankan, khususnya dibidang internet, telah mengubah banyak proses bisnis dan pendekatan bank terhadap nasabahnya. Perkembangan teknologi dalam dunia perbankan dikenal dengan istilah *electronic banking* atau *e-banking*. Menurut Tampubolon (2009), *Electronic banking* adalah salah satu jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. *E-banking* ada untuk memenuhi tuntutan kebutuhan hidup nasabah pada era ini yang membutuhkan semua serba cepat dan praktis. Melalui *e-banking*, nasabah tidak memerlukan banyak waktu dan banyak tenaga untuk melakukan kegiatan perbankan.

Layanan *electronic banking* atau *e-banking* yang ditawarkan oleh bank dan sering digunakan oleh masyarakat salah satunya adalah *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan sebuah layanan perbankan dalam bentuk aplikasi yang diciptakan oleh bank agar nasabah dapat melakukan kegiatan perbankan melalui ponselnya. *Mobile banking* dapat dipakai pada nasabah yang menggunakan *smartphone* berbasis android maupun iOS. Di era globalisasi ini, yang dimana teknologi berkembang secara pesat sehingga mempengaruhi perilaku dari seseorang, membuat *mobile banking* digemari oleh masyarakat. Kegiatan perbankan yang disediakan oleh layanan *mobile banking* umumnya hampir setiap bank sama. Melalui *mobile banking*, nasabah dapat melakukan cek saldo, transfer baik dengan bank yang sama maupun dengan bank yang berbeda, melakukan

pengisian saldo pada *e-commerce* dan bahkan beberapa bank menyediakan fitur buka tabungan baru pada *mobile banking*.

Transaksi perbankan melalui *mobile banking* di tiga tahun belakangan ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini dirasakan salah satu bank besar di Indonesia, yaitu Bank Central Asia (BCA). Bank Central Asia (BCA) mencatat pertumbuhan transaksi *e-channel* paling tinggi adalah dari internet *banking* yang kemudian disusul oleh *mobile banking*.

Tabel 1.1 Jumlah dan Nilai transaksi *e-channel* BCA per Desember 2018

	2016	2017	2018
<i>Internet Banking</i>			
Jumlah Transaksi (dalam jutaan)	1.705	2.040	2.264
Nilai Transaksi (dalam triliun Rupiah)	6.801	7.694	9.107
<i>Mobile Banking</i>			
Jumlah Transaksi (dalam jutaan)	786	1.161	1.932
Nilai Transaksi (dalam triliun Rupiah)	722	970	1.389

Sumber : [www.bca.go.id](http://www.bca.go.id) 2020

Di Indonesia, Bank Central Asia (BCA) merupakan bank pertama yang meluncurkan layanan *mobile banking*. Layanan *mobile banking* BCA bernama *BCA mobile*. *BCA mobile* resmi diluncurkan oleh BCA pada tahun 2011. Bank Central Asia (BCA) dalam ajang penghargaan Mobile DNA tahun 2018, berhasil mendapatkan penghargaan di kategori *Application* dengan sub kategori *Financial Technology (Digital Banking Application)*. Hal ini sebagai bentuk apresiasi dan

pengakuan dari MarkPlus Inc yang bekerjasama dengan InTouch dan Krista Exhibition melalui ajang penghargaan Mobile DNA 2018.

Sebagai pelopor layanan *mobile banking* di Indonesia, BCA memiliki banyak sekali layanan-layanan perbankan yang dapat digunakan oleh nasabahnya. BCA juga terus memperbarui layanan yang ada di *BCA mobile* untuk kepuasan nasabahnya. Keunggulan dari *BCA mobile*, diantaranya :

1. Kemudahan bertransaksi tanpa perlu mengganti *SIM Card*. Hal ini dikarenakan *BCA mobile* melalui semua operator *Global System for Mobile Communications (GSM)* yaitu Telkomsel, XL Axiata, Indosat, Axis, dan Three tanpa perlu melakukan ganti *SIM Card*.
2. Transaksi semakin hemat karena menggunakan internet *GPRS/EDGE/3G/WIFI*.
3. Kemudahan bertransaksi dengan menyimpan daftar pembayaran, sehingga untuk transaksi pembayaran berikutnya nasabah hanya memilih nomor pelanggan dan tidak perlu menginput nomor pelanggan yang akan dibayar.
4. Kemudahan bertransaksi dengan menyimpan daftar transfer baik untuk transfer antar rekening BCA maupun transfer ke bank lain pada menu daftar transfer.
5. Untuk transaksi pembayaran dan transfer, nasabah tidak perlu memasukkan kode perusahaan atau kode bank tujuan tetapi tinggal pilih dari menu yang tersedia.

Bagi generasi millennial atau generasi Y, perkembangan teknologi yang ada, termasuk *mobile banking* merupakan hal yang sangat menarik dan menguntungkan. Namun untuk generasi X, hal tersebut belum bisa dipersamakan. Menurut Direktur bank BCA, Santoso Liem, mengatakan bahwa jumlah pengguna BCA *mobile* per Juni 2019 berjumlah 9 juta pengguna yang didominasi oleh generasi millenials dengan presentase lebih dari 50% dari jumlah total pengguna BCA *mobile*. Santoso Liem juga menambahkan bahwa mayoritas transaksi yang terbanyak adalah untuk transfer dan cek saldo. Sangat disayangkan jika nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* hanya sekedar untuk melakukan cek saldo dan melakukan transfer dengan bank yang sama dan atau dengan bank yang berbeda. Padahal, banyak hal yang tersedia dalam layanan *mobile banking*, seperti kontrol kartu kredit atau melakukan pemblokiran kartu ATM dan BCA *mobile* merupakan salah satu dari layanan *mobile banking* yang menyediakan layanan tersebut. Maka dari itu, pengetahuan nasabah tentang *mobile banking* dirasa penting karena hal itu juga akan mempengaruhi keputusan nasabah dalam penggunaan produk *mobile banking*. Menurut Philip Kotler (2000:132), nasabah memiliki tingkatan pengetahuan produk yang berbeda, yang dapat dipergunakan untuk menerjemahkan informasi baru dan membuat pilihan keputusan. Ada tiga jenis pengetahuan produk, yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk/jasa, pengetahuan tentang manfaat produk/jasa dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh produk/jasa bagi konsumen.

Menurut Martin dan Tulgan (2002:40), generasi X adalah mereka yang lahir pada sekitaran tahun 1965 hingga tahun 1977. Hal ini dapat diartikan bahwa

generasi X adalah mereka yang kini berusia 43 hingga 55 tahun. Generasi X adalah generasi yang lahir pada tahun – tahun awal dari perkembangan teknologi dan informasi seperti penggunaan PC (*personal computer*), video games, tv kabel, dan internet. Ciri – ciri dari generasi ini adalah: mampu beradaptasi, mampu menerima perubahan dengan baik dan disebut sebagai generasi yang tangguh, memiliki karakter mandiri dan loyal, sangat mengutamakan citra, ketenaran, dan uang, tipe pekerja keras, menghitung kontribusi yang telah diberikan perusahaan terhadap hasil kerjanya (Jurkiewicz, 2000:55).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Tingkat Pengetahuan Nasabah Generasi X pada Minat Penggunaan BCA *mobile* PT Bank Central Asia”. Tugas akhir ini akan membahas tentang bagaimana pengaruh pengetahuan nasabah generasi X pada minat penggunaan BCA *mobile* PT Bank Central Asia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Apakah terdapat pengaruh dari tingkat pengetahuan nasabah generasi X pada minat penggunaan BCA *mobile* PT Bank Central Asia?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang permasalahan, maka tujuan dari penulisan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan nasabah generasi X pada minat penggunaan BCA *mobile* PT Bank Central Asia

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini dilaksanakan adalah diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis dan pembaca dalam bidang perbankan,

khususnya tentang pengaruh tingkat pengetahuan nasabah generasi X pada minat penggunaan *BCA mobile* yang disediakan oleh PT Bank Central Asia. Manfaat penulisan penelitian ini bagi PT Bank Central Asia adalah sebagai evaluasi mengenai pentingnya pengetahuan nasabah pada produk *BCA mobile*. Selain itu juga sebagai acuan dalam meningkatkan kualitas layanan untuk semakin baik lagi.