

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada saat ini teknologi terus berkembang menjadi lebih canggih dengan kehadiran internet. Salah satu teknologi yang terus berkembang seiring waktu yaitu teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi yang pesat menghadirkan kemudahan di seluruh bidang, salah satunya adalah dunia perbankan (Iqbal *et al.*, 2021). Salah satu layanan bank yang dapat digunakan menggunakan internet yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* yaitu layanan yang dapat memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui *smartphone* dengan akses 24 jam (Husnita dan Ariyanti, 2019).

Di Indonesia *mobile banking* terus mengalami pertumbuhan yang mengakibatkan adanya persaingan antar *mobile banking* di Indonesia. Persaingan dapat dilihat pada Tabel 1.1 terdapat *mobile banking* yang mendapatkan *top brand index* pada tahun 2021, peringkat 4 teratas yaitu BCA Mobile, BRI Mobile, BNI Mobile dan Livin' by Mandiri. Sehingga objek penelitian yaitu keempat *mobile banking* tersebut.

1.1.1 BCA Mobile (Bank BCA)



Gambar 1. 1 Logo BCA Mobile

Sumber: BCA (2021)

PT Bank Central Asia Tbk (BCA) meluncurkan sebuah layanan produk perbankan yang dapat diakses oleh nasabah melalui *smartphone* yaitu “BCA Mobile”. Aplikasi BCA mobile yang merupakan *mobile banking* BCA dapat

diunduh melalui *website* resmi BCA atau pada aplikasi *smartphone*. Dengan BCA mobile nasabah BCA dapat melakukan transaksi perbankan, baik transaksi finansial maupun non-finansial melalui *smartphone* (BCA, 2021).

Pada aplikasi BCA mobile terdapat fitur-fitur yaitu lifestyle, debit online, payment & purchase, buka rekening, BagiBagi, BCA keyboard, cardless, dan QR. Dengan berbagai macam fitur BCA mobile mempunyai keunggulan dalam menggunakannya yaitu tidak perlu mengganti kartu SIM, dapat melakukan transaksi tanpa kartu, dapat cek saldo flazz serta praktis dan mudah digunakan (BCA, 2021).

1.1.2 BRI Mobile (Bank BRI)



Gambar 1. 2 Logo BRI Mobile

Sumber: BRI (2021)

Bank BRI mempunyai layanan *mobile banking* yaitu “BRI Mobile”. BRI Mobile merupakan aplikasi pada *smartphone* yang berisi layanan perbankan dari bank BRI yaitu, Internet Banking BRI, Call BRI, Info BRI, serta T-bank. Dengan *User Interface* dan *User Experience*, aplikasi BRI mobile yang memiliki banyak manfaat ini sudah didirikan sejak tahun 2012. Aplikasi BRI mobile dapat diunduh melalui play store dan app store (BRI, 2021).

Beberapa fitur yang dihadirkan oleh BRI mobile yaitu Informasi Saldo, Mutasi Rekening, Transfer Dana, Transfer Antar Rek BRI, Transfer ke Bank lain, Transaksi terjadwal, Tambah transfer dan QR. Dengan fitur yang beragam BRI mobile mempunyai keunggulan yaitu dapat login dengan *face recognition* dan

fingerprint, dapat membuka rekening melalui aplikasi serta dapat tarik tunai tanpa menggunakan kartu ATM (BNI, 2021).

1.1.3 BNI Mobile Banking (Bank BNI)



Gambar 1. 3 Logo BNI Mobile Banking

Sumber: BNI (2021)

BNI Mobile Banking adalah layanan perbankan *mobile banking* dari bank BNI. BNI mobile banking menjamin bahwa nasabah akan bertransaksi secara mudah, cepat dan sudah dipastikan aman. Aplikasi terbaru BNI Mobile Banking dapat diakses dan diunduh melalui App Store atau Google Play. Dengan BNI mobile banking nasabah bank BNI dapat dengan mudah melakukan berbagai macam transaksi (BNI, 2021).

Beberapa layanan yang terdapat pada aplikasi BNI mobile adalah transaksi informasi saldo, transfer, pembayaran tagihan telepon, pembayaran tiket pesawat, pembayaran kartu kredit, pembelian pulsa, pembukaan rekening Taplus, pembukaan rekening Deposito, dan lainnya. BNI Mobile Banking dapat digunakan dan diakses untuk melakukan transaksi di luar negeri. Keunggulan BNI mobile banking lainnya yaitu gampang digunakan, terjamin aman, gratis biaya administrasi serta tidak butuh pulsa (BNI, 2021).

1.1.4 Livin' by Mandiri (Bank Mandiri)



Gambar 1. 4 Logo Livin' by Mandiri

Sumber: Mandiri (2021)

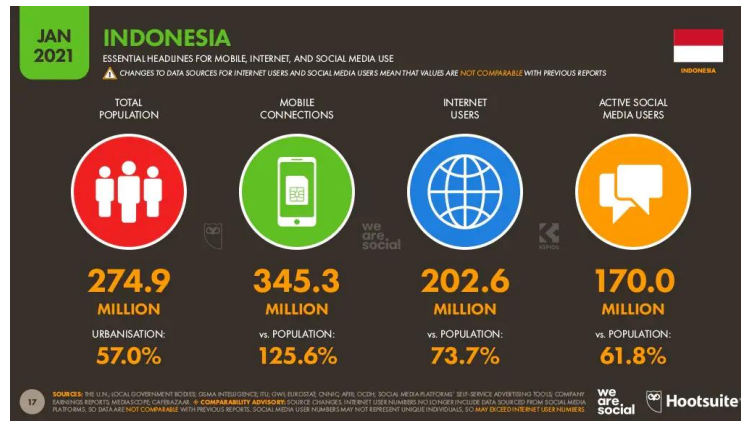
Mobile banking dari bank Mandiri yaitu Livin' by Mandiri. Aplikasi ini disebut sebagai penyempurnaan dari aplikasi Bank Mandiri Online yang sebelumnya untuk meningkatkan kemudahan dan kenyamanan nasabah dalam mengakses layanan perbankan pada era bank 4.0. Aplikasi Livin' by Mandiri dapat diunduh melalui aplikasi yang terdapat di *smartphone* (Mandiri, 2021).

Pembukaan rekening tabungan perdana secara online dapat dilakukan oleh Livin' by Mandiri, selain itu aplikasi juga dapat mengakses seluruh rekening tabungan, pinjaman personal, dan kartu kredit. Aplikasi ini juga terintegrasi dengan ekosistem digital seperti *e-wallet* serta dapat melihat saldonya. Nasabah juga tidak perlu berganti aplikasi untuk cek saldo maupun *top-up* karena aplikasi ini menawarkan fitur *Quick Pick* untuk akses transaksi yang instan. Kemudian keunggulan lainnya yaitu pembayaran *e-commerce* tidak perlu lagi repot *copy paste VA (virtual account)* (Mandiri, 2021).

1.2 Latar Belakang Penelitian

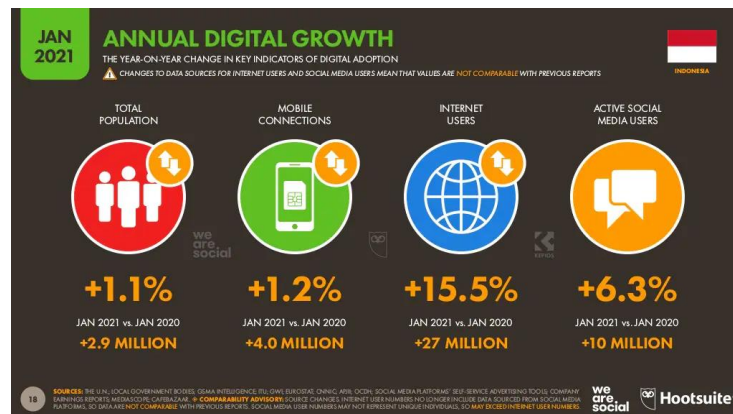
Pertumbuhan pengguna internet dan teknologi meningkat pesat pada masa sekarang, terlepas dalam kehidupan masyarakat sehari-hari yang tidak terlepas dari kegiatan yang ada di dalam teknologi dan internet untuk memudahkan masyarakat mengakses apa yang diinginkan dengan cara yang mudah. Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan We Are Social pada Januari 2021, dari hasil Gambar 1.5 menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia pada awal 2021 ini mencapai 202,6 juta jiwa. Total jumlah penduduk Indonesia sendiri saat ini adalah 274,9 juta

jiwa. Dapat disimpulkan bahwa pengguna internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 73,7 persen. Jika dilihat pada Gambar 1.6 pengguna internet di Indonesia meningkat 15,5 persen atau sekitar 27 juta jiwa dibandingkan Januari tahun 2020.



Gambar 1. 5 Jumlah Populasi dan Pengguna Internet di Indonesia 2021

Sumber: Data Reportal (2021)

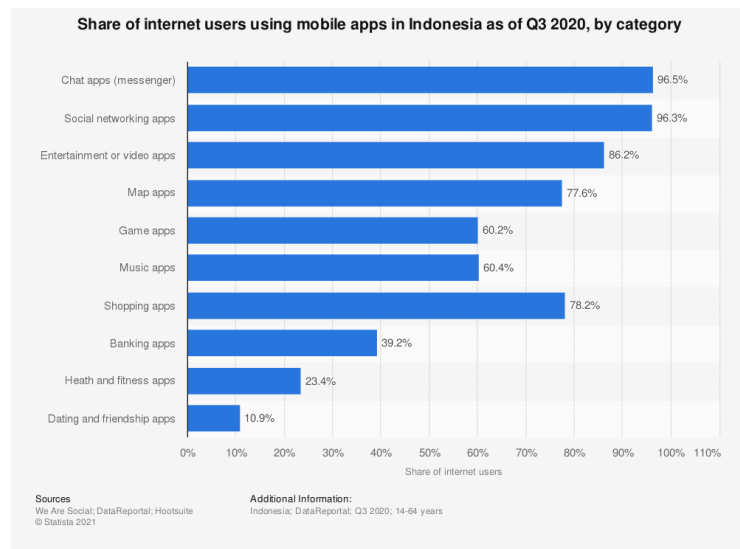


Gambar 1. 6 Pertumbuhan Populasi dan Pengguna Internet di Indonesia 2020-2021

Sumber: Data Reportal (2021)

Dengan pertumbuhan penggunaan internet yang selaras dengan perkembangan internet maka diikuti dengan hadirnya aplikasi bisnis berbasis internet. Salah satu industri yang menghadirkan aplikasi bisnis berbasis internet yaitu industri perbankan. Kemajuan teknologi mempermudah nasabah untuk melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun. Industri perbankan

mengembangkan aplikasi layanan *mobile banking* sebagai bentuk dari strategi memanfaatkan kemajuan teknologi informasi (Khalifah *et al.*, 2021). Dari hasil survei We Are Social pada kuartal 3 tahun 2020 di Indonesia, pengguna aplikasi banking melalui *mobile apps* dengan menggunakan internet yaitu sebesar 39.2%.



Gambar 1. 7 Data Pengguna Aplikasi Banking pada Q3 2020 di Indonesia

Sumber: Statista (2020)

Transaksi melalui *mobile banking* saat ini dapat diterapkan dengan mudah oleh masyarakat karena performa *mobile banking* terus berkembang dan meningkat. Akibat dari *mobile banking* yang semakin canggih, hal tersebut memudahkan masyarakat saat hendak melakukan transaksi. Sebelum terciptanya *mobile banking* masyarakat Indonesia hanya bertransaksi melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Terdapat masa dimana setiap masyarakat yang akan melakukan transaksi harus datang ke ATM terdekat agar dapat bertransaksi (Danamon, 2019). Penggunaan ATM oleh masyarakat memakan waktu yang tidak sebentar karena harus mengantri untuk menunggu giliran bertransaksi. Disisi yang lain masyarakat mulai mencemaskan risiko bertransaksi melalui ATM. Dalam mengatasi rasa cemas yang mulai dirasakan oleh masyarakat, saat ini layanan perbankan dapat diakses dengan mudah di genggamannya melalui *smartphone* yaitu *mobile banking* (Danamon, 2019).

Dalam memilih *mobile banking* terdapat empat alasan yang digunakan dalam penelitian ini untuk memilih *mobile banking* yang akan dijadikan objek penelitian: yaitu top brand index, jumlah transaksi, performa terbaik dan keunggulan layanan masing-masing *mobile banking*. Berikut adalah penjelasan lebih rinci.

Dapat dilihat pada Tabel 1.1 merupakan data hasil survei Top Brand Index dalam mengkategorikan *mobile banking* tahun 2021. Survei Top Brand Award pada fase pertama menjangkau sekitar 8.500 responden yang berusia 16-65 tahun. Berdasarkan kriteria yang dijelaskan, *brand* yang mendapatkan Top Brand Index menunjukkan seberapa kuat *brand* tersebut memposisikan *brand* dipikiran konsumen untuk kategori yang telah ditentukan (Top Brand Award, 2021).

Tabel 1. 1 Top Brand Index *Mobile Banking*

MEREK	TBI	TOP
BCA Mobile	47.5%	TOP
BRI Mobile	17.0%	TOP
BNI Mobile	14.0%	TOP
Livin' by Mandiri	12.9%	
CIMB Niaga Mobile	4.1%	

Sumber: Top Brand Award (2021)

Tabel 1.1 menyajikan hasil Top Brand Index mengenai *mobile banking* pada fase satu di tahun 2021. Hasilnya menyimpulkan bahwa 4 bank tersebut merupakan kategori *e-channel* terbaik menurut topbrand dari hasil survei dimana posisi *mobile banking* BCA Mobile ada diposisi pertama dengan jumlah hasil terbanyak sebesar 47.5%, posisi kedua BRI Mobile sebesar 17%, posisi ketiga terdapat BNI Mobile sebesar 14%, posisi keempat terdapat Livin' by Mandiri sebesar 12.9 % dan posisi terakhir yaitu kelima terdapat CIMB Niaga Mobile sebesar 4.1%.

Jumlah transaksi *mobile banking* BCA, BRI, BNI, Mandiri dan CIMB Niaga pada tahun 2018-2020 mengalami fluktuasi. Data mengenai jumlah transaksi

didapatkan melalui laporan tahunan masing-masing bank. Data tersebut dapat dilihat lebih rinci pada Tabel 1.2

Tabel 1. 2 Jumlah Transaksi *Mobile Banking* Tahun 2018-2020

	2018 (dalam jutaan)	2019 (dalam jutaan)	2020 (dalam jutaan)
BCA	1.932	3.848	6.321
BRI	317,6	370,5	765,8
BNI	96,88	201,85	302,49
Mandiri	1.602,38	1.248,57	1.073,51
CIMB Niaga	15,4	37,7	56,4

Sumber : data yang diolah dari masing-masing annual report Bank 2018-2020

Dapat dilihat pada Tabel 1.2 terdapat tinjauan *annual report* masing-masing bank mengenai jumlah transaksi melalui *mobile banking* pada *mobile banking* yang mendapatkan Top Brand Index pada Tabel 1.1. Tabel 1.2 memaparkan data mengenai beberapa jumlah transaksi yang naik dan ada juga yang turun dalam 3 tahun terakhir sebelum tahun 2021. Berdasarkan data yang tertera pada Tabel 1.2, *mobile banking* BCA, BRI dan BNI dan CIMB Niaga mengalami kenaikan dalam jumlah transaksi selama 3 tahun terakhir. Hasil yang berbeda datang dari *mobile banking* Mandiri yaitu mengalami penurunan secara terus menerus selama tiga tahun terakhir mengenai jumlah transaksi melalui *mobile banking*. Objek yang digunakan pada penelitian ini adalah *mobile banking* dari bank BCA, BRI, BNI dan Mandiri. *Mobile banking* dari CIMB Niaga tidak dijadikan objek penelitian karena berdasarkan tinjauan Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 hasil Top Brand Index serta jumlah transaksi *mobile banking* pada CIMB Niaga berbanding jauh dengan keempat *mobile banking* lainnya. Pernyataan tersebut dapat diperkuat oleh data pada Gambar 1.8 yaitu mengenai *mobile banking* dengan performa terbaik pada tahun 2020-2021.



Gambar 1. 8 Performa Terbaik Mobile Banking 2020-2021

Sumber : Fin (2021)

Berdasarkan hasil Gambar 1.8 dapat disimpulkan bahwa dari 10 bank dengan performa terbaik pada *mobile banking* di tahun 2020-2021, empat bank dengan peringkat satu hingga empat pada Top Brand Index tetap menduduki empat teratas untuk performa terbaik pada *mobile banking*. Bank BNI menduduki peringkat pertama untuk performa terbaik pada aplikasi BNI *mobile banking*. Data tersebut disimpulkan melalui hasil survei oleh Bank Service Monitor (BSEM) pada tahun 2021. BSEM menyimpulkan bahwa layanan *mobile banking* BNI mempunyai fitur yang lebih unggul dibandingkan dengan yang lainnya (Fin, 2021).

Berdasarkan fenomena tersebut, semakin berkembangnya *mobile banking* maka dampak persaingan dari keunggulan layanan masing-masing *mobile banking* semakin dirasakan. Saat ini *mobile banking* tidak begitu berbeda satu sama lain dengan melihat beberapa fitur yang disuguhkan oleh perusahaan memiliki tujuan untuk mempermudah nasabah dalam mengadopsi layanan perbankan melalui *mobile banking*.

Mobile banking BCA mempunyai keunggulan layanan dengan memberikan beberapa fitur diantaranya yaitu fitur lifestyle, QR BCA, fitur keamanan lengkap. Pada layanan *mobile banking* BCA, BCA *mobile* meluncurkan fitur lifestyle pada

akhir tahun 2020 dengan tujuan nasabah dapat menikmati hobi dan hiburan tanpa pindah aplikasi di *mobile banking*. Dalam fitur ini nasabah BCA dapat mencari, memesan serta membayar tiket pesawat, tiket kereta, hotel dan berbagai *voucher* lainnya untuk kebutuhan game *online* (Agustinus, 2021). Fitur lainnya yang disuguhkan oleh BCA mobile adalah QR BCA yang dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi yaitu hanya dengan menunjukkan kode unik (Agustinus, 2021). BCA mobile juga dilengkapi dengan fitur keamanan yang lengkap seperti kode akses berupa 6 digit kode alfanumerik kemudian kode PIN berupa enam digit kode numerik. Kode akses dan kode PIN digunakan untuk pengamanan akses ke menu *mobile banking* BCA serta pengamanan validasi untuk setiap transaksi yang dilakukan nasabah (Cermati, 2017).

Pada layanan *mobile banking* BRI, BRI mobile memungkinkan nasabah melakukan transaksi secara *online*, menggunakan *internet banking*, pembukaan rekening, hingga melakukan *personal financial management* (Boby, 2021). BRI Mobile juga dilengkapi dengan fitur canggih sebagai pengamanan seperti *fingerprint* dan *face recognition*. Kedua fitur tersebut digunakan untuk melakukan *login* dan transaksi keuangan pada aplikasi BRI mobile (Laruan, 2021). BRI mobile juga dapat digunakan dalam melakukan penarikan tunai tanpa kartu ATM (Laruan, 2021).

Pada layanan *mobile banking* BNI, BNI mobile banking memiliki layanan diluar layanan kegiatan transfer uang yaitu melakukan pembayaran tagihan hingga pembukaan rekening baru (Boby, 2021). BNI mobile banking mengklaim bahwa mereka mempunyai keunggulan yaitu mudah digunakan. Cara menggunakan BNI mobile banking hanya dengan login menggunakan User ID dan MPIN. Begitu login berhasil dilakukan maka langsung terlihat menu-menu yang siap ditransaksikan. BNI mobile banking juga dapat melakukan transfer tanpa memasukkan nomor rekening tujuan yaitu dengan *scan* atau *upload* kode QR (Banksentral, 2021).

Pada layanan *mobile banking* Mandiri, Livin' by Mandiri dapat melakukan transaksi dengan scan QR. Livin' by Mandiri juga dapat membayarkan semua jenis QR yang diterbitkan oleh Shopee, GoPay, OVO, LinkAja dan lainnya. Nasabah

Mandiri saat ini dapat melakukan pembukaan rekening secara *online* melalui Livin' by Mandiri dengan melakukan verifikasi identitas menggunakan teknologi terkini. Livin' by Mandiri juga meluncurkan fitur yang inovatif dan belum terdapat pada aplikasi *mobile banking* lainnya. Fitur tersebut yaitu nasabah Mandiri dapat melihat seluruh saldo *e-wallet* yang dihubungkan kepada Livin' by Mandiri tanpa berganti aplikasi serta dapat melakukan *top up* saldo *e-wallet* secara otomatis (Media Indonesia, 2021).

Item pada keempat *mobile banking* terdapat sedikit perbedaan karena masing-masing bank mempunyai target pasar yang berbeda sesuai ciri khasnya masing-masing serta keunggulan yang ditonjolkan oleh keempat bank pada *mobile banking* berda-beda. Pada BCA Mobile terdapat fitur "Lifestyle" yang bisa mengakses kebutuhan hiburan lainnya tanpa harus berpindah aplikasi (Anggraeni, 2022). Namun pada BCA Mobile login hanya dapat menggunakan kode akses saja, belum terdapat fitur login *Fingerprint* dan juga *Face ID Recognition* seperti ketiga *mobile banking* lainnya. Pada BRI Mobile nasabah dapat melihat mutasi rekening selama satu tahun terakhir yang kemudian dapat disimpan sebagai PDF (Doel, 2021). BRI Mobile juga mempunyai fitur untuk memudahkan nasabah mencari informasi letak keberadaan ATM terdekat (Doel, 2021). Pada BNI Mobile Banking terdapat fitur personalisasi profil untuk menambahkan foto sebagai *profile picture* (Money Kompas, 2021). Kemudian juga terdapat fitur "DiKado" yang berguna untuk mengirimkan kartu ucapan dan kado digital kepada orang terdekat (Money Kompas, 2021). Terakhir pada Livin' by Mandiri terdapat fitur *one stop payment solution* yang dapat melakukan pembayaran *e-commerce* tanpa perlu *copy paste* VA (Virtual Account) terlebih dahulu (Saumi, 2022). Livin' by Mandiri juga menyediakan fitur "intip saldo" yang dapat mengecek saldo tanpa harus melakukan login (Khoirunnisa, 2022).

Pada paragraf di atas telah dijelaskan mengenai sedikit perbedaan keempat *mobile banking*, namun semua itu bukan item yang secara signifikan merupakan layanan utama yang dibutuhkan oleh para nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Perbedaan yang signifikan pada keempat *mobile banking* yaitu perbedaan

limit transfer per hari. Keempat *mobile banking* memiliki perbedaan limit transfer per hari sesuai dari jenis kartu yang dimiliki nasabah dan berdasarkan kebijakan dari masing-masing bank. Pada BCA Mobile nasabah yang memiliki kartu ATM “Paspor BCA Platinum” mempunyai limit transfer ke sesama BCA sebesar Rp 100.000.000 dan ke bank lain sebesar Rp 25.000.000 (Cafeberita, 2021). Pada BRI Mobile nasabah yang memiliki kartu ATM “BRI BritAma Black” mempunyai limit transfer ke sesama BRI sebesar Rp 500.000.000 dan ke bank lain sebesar Rp 25.000.000 (Mihmii, 2022). Sedangkan BNI Mobile Banking dan Livin’ by Mandiri memiliki limit transfer yang sama pada semua nasabah. Pada BNI Mobile Banking tiap nasabah memiliki limit transfer ke sesama BNI sebesar Rp 200.000.000 dan ke bank lain juga sebesar Rp 200.000.000 (BNI, 2022). Pada Livin’ by Mandiri tiap nasabah memiliki limit transfer ke sesama Mandiri sebesar Rp 200.000.000 dan ke bank lain juga sebesar Rp 200.000.000 (Mandiri, 2022).

Persaingan yang dihadapi pada keempat *mobile banking* (BCA Mobile, BRI Mobile, BNI Mobile Banking, Livin’ by Mandiri) yang akan dijadikan objek penelitian dapat dilihat dari pernyataan sebelumnya mengenai penjabaran fitur-fitur yang disajikan oleh masing-masing *mobile banking*. Maka dari itu produk pada perusahaan harus mendapatkan perhatian yang lebih mendalam untuk memenangkan pasar (Sari dan Suyanto, 2019). Selain itu dapat dikaji persaingan keempat *mobile banking* (BCA Mobile, BRI Mobile, BNI Mobile, Livin’ by Mandiri) melalui data pada Tabel 1.1, Tabel 1.2 dan Gambar 1.8. Kemudian persaingan juga dapat dilihat melalui data yang didapat pada laporan tahunan keempat bank mengenai persentase kenaikan jumlah transaksi pada masing-masing *mobile banking*. Pada *mobile banking* BCA terdapat kenaikan jumlah transaksi *mobile banking* pada tahun 2019 ke tahun 2020 yaitu meningkat sebesar 64,3%. Pada *mobile banking* BRI terdapat kenaikan jumlah transaksi *mobile banking* pada tahun 2019 ke tahun 2020 yaitu meningkat sebesar 660,48%. Pada *mobile banking* BNI terdapat kenaikan jumlah transaksi *mobile banking* pada tahun 2019 ke tahun 2020 yaitu meningkat sebesar 49,86%. Yang terakhir terdapat *mobile banking* Mandiri yaitu mengalami kenaikan jumlah transaksi *mobile banking* pada tahun 2019 ke tahun 2020 yaitu meningkat sebesar 57,49%.

Keunggulan dan persaingan yang telah dibahas pada paragraf di atas, belum terdapat pembahasan mengenai *positioning* masing-masing *mobile banking*. Peneliti akan melakukan *positioning* sebagai salah satu cara untuk melihat persepsi pada benak konsumen mengenai *mobile banking* yang akan diteliti. Dalam melakukan *positioning* layanan perbankan melalui *mobile* atau yang disebut sebagai *mobile banking*, terdapat variabel yang mempengaruhi mengapa *mobile banking* tersebut dipilih oleh masyarakat. Penulis mengambil empat variabel sebagai variabel yang digunakan untuk melakukan *positioning mobile banking* menurut persepsi masyarakat. Empat variabel yang digunakan penulis yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *security* dan *trust*. Penulis mengadopsi empat variabel tersebut melalui penelitian Kumala *et al.* (2020) yang melakukan penelitian di Indonesia mengenai *e-wallet*.

Dengan melihat fitur yang diberikan dari keempat bank tersebut yang tidak jauh berbeda, maka perlu adanya persepsi masyarakat melalui beberapa variabel untuk melihat posisi *mobile banking* dipikiran konsumen yang akan menjadi strategi perusahaan tersebut untuk lebih fokus pada pemasaran kedepannya. Maka dari itu penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis *Positioning Mobile Banking* Menurut Persepsi Masyarakat di Indonesia Berdasarkan *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Security* dan *Trust*”.

1.3 Perumusan Masalah

Masyarakat telah mengadopsi layanan *mobile banking* pada kesehariannya. Penelitian ini akan mengidentifikasi persepsi masyarakat mengenai berbagai saluran *mobile banking* yang tersedia untuk mendapatkan faktor terkait dimana masyarakat menempatkan layanan tersebut dibenaknya. Dengan adanya penelitian ini maka dapat mempromosikan *mobile banking* sesuai dengan keunggulannya.

Terdapat persaingan ketat selaras dengan perkembangan industri perbankan di Indonesia, baik dari bank pemerintah maupun swasta senantiasa dituntut agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya (Hasnah dan Suyanto, 2020). Persaingan ketat diantara masing-masing bank yang mempunyai layanan *mobile banking* dengan berbagai fitur menarik, dapat melihat

bagaimana persepsi masyarakat pengguna *mobile banking* dengan menggunakan variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *security*, *trust* sebagai variabel dari persepsi masyarakat untuk melihat keunggulan yang diberikan masing-masing bank pada layanan *mobile banking*.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka perumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana gambaran *positioning mobile banking* menurut persepsi masyarakat di Indonesia berdasarkan *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *security* dan *trust*?
2. Bagaimana keunggulan dari masing-masing *mobile banking* berdasarkan *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *security* dan *trust*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran *positioning mobile banking* menurut persepsi masyarakat di Indonesia berdasarkan variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *security* dan *trust*.
2. Untuk mengetahui *mobile banking* manakah yang paling unggul berdasarkan variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *security* dan *trust*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini mampu memberikan kontribusi untuk ilmu manajemen pemasaran dan perilaku konsumen terkait dengan *positioning mobile banking* menurut persepsi masyarakat.

2. Aspek Praktisi

Bagi perusahaan hasil dari penelitian dapat dijadikan bahan rujukan kepada bank yang menyediakan layanan *mobile banking* untuk menyusun strategi yang dapat meningkatkan kualitas layanan *mobile banking* guna meningkatkan kepuasan masyarakat pengguna *mobile banking*.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penelitian ini disajikan dalam beberapa bab dengan sistematika penulisan tugas akhir sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian yang membahas fenomena untuk diteliti dan penelitian terdahulu yang menjadi acuan, lalu terdapat perumusan masalah berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, pertanyaan penelitian sebagai landasan penelitian, tujuan penelitian sebagai sesuatu yang ingin di dapatkan dari penelitian, manfaat penelitian yang membahas aspek praktisi dan akademisi, yang terakhir terdapat sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua ini membahas teori-teori yang mendukung penelitian ini kemudian disertai penelitian terdahulu yang dijadikan acuan serta relevan dengan pembahasan penelitian dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini di uraikan mengenai metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian serta teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dan menganalisis data yang dapat menjawab masalah penelitian . Bab ini dijelaskan tentang jenis penelitian, alat pengumpulan data, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, uji validitas dan reliabilitas dan teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab empat ini dijelaskan tentang hasil peneilitan dan pembahasan mengenai hasil penelitian secara rinci yang dilakukan oleh peneliti.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang kesimpulan penelitian yang dilakukan dan saran yang diberikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya.