

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pertumbuh industri perbankan di era digital saat ini sangat pesat, dimana saat ini layanan perbankan dapat diakses dengan lebih mudah secara digital. Berdasarkan model bisnis utama perbankan digital, jika dibandingkan dengan perbankan yang berjalan secara konvensional, maka tidak ada perbedaan yang signifikan. Perbankan digital menawarkan layanan bank yang mudah untuk diakses secara bebas dan mandiri oleh para nasabah melalui aplikasi *mobile banking* pada gawai yang dimiliki oleh para nasabah tanpa perlu untuk datang ke kantor bank tersebut. Dan salah satu layanan dari perbankan digital yaitu *mobile banking* (OJK, 2022).

Mobile banking adalah salah satu produk perbankan yang dapat menjadi solusi bagi nasabah aktif atau sibuk (Herawati, Sarwani, & DG, 2021). *Mobile banking* adalah salah satu solusi untuk sektor keuangan yang dapat memberikan nilai praktis baik bagi pengguna maupun bank. (Zhou, et al., 2021). *Mobile banking* menjadi layanan atau produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan yang memanfaatkan teknologi portabel (Tam & Oliveira, 2017).

Sumber lain juga menyatakan bahwa m-banking merupakan produk yang ditawarkan oleh perbankan agar para pengguna layanan perbankan dapat bertransaksi pada perbankan dengan lebih mudah melalui sebuah perangkat yang dimiliki pada gawai atau ponsel secara aman, mudah, dan cepat (Annur, 2022).

Terdapat fitur-fitur pada m-banking seperti layanan informasi mulai dari jumlah saldo, suku bunga, mutasi rekening, serta lokasi ATM terdekat. Selain itu, m-banking juga menyediakan layanan untuk bertransaksi, seperti transfer saldo, pembayaran air, internet, listrik, dan pulsa, serta fitur lainnya. Contoh aplikasi m-banking diantaranya BCA Mobile, BNI Mobile, BRImo, Mandiri Livin', dan Cimb Niaga Mobile (OJK, 2022).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa terdapat peningkatan yang sangat signifikan terkait pengguna internet dan *mobile banking* yang naik

hingga 300% sejak tahun 2016 hingga 2021. Hal ini berarti bahwa hampir seluruh penduduk Indonesia mulai sudah mulai menggunakan *Mobile banking* untuk bertransaksi (Ariesta, 2021). Berikut merupakan data terkait jumlah pengguna *mobile banking* di Indonesia, khususnya pada 5 perbankan dengan jumlah nasabah terbanyak, khususnya di Indonesia yaitu Mandiri, Cimb Niaga, BCA, BNI, BRI.

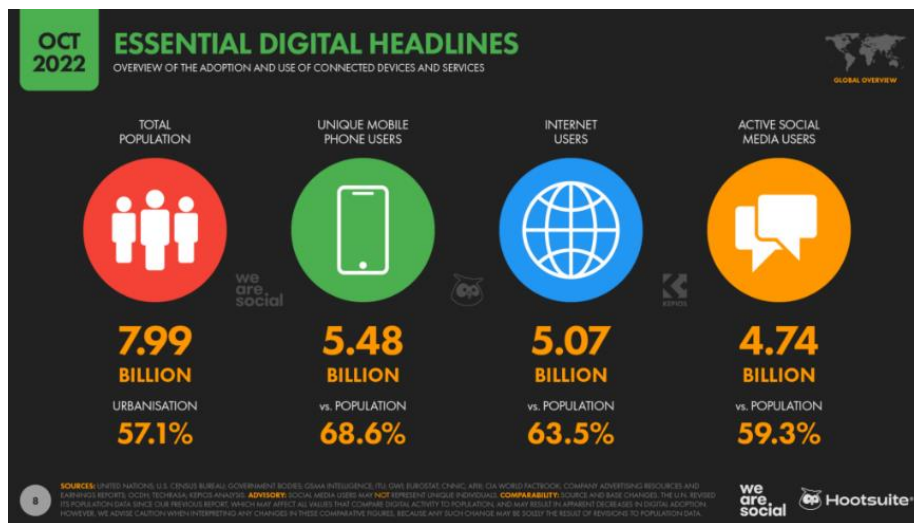
Tabel 1. 1 Pengguna *Mobile Banking* Di Indonesia

NAMA BANK	JUMLAH PENGGUNA <i>MOBILE BANKING</i>
BCA	20,8 Juta Pengguna
BRI	18,47 Juta Pengguna
BNI	11,8 Juta Pengguna
MANDIRI	6,92 Juta Pengguna
CIMB NIAGA	2,5 Juta Pengguna

Sumber: (BNI, 2022), (Kusnandar, 2022), (Annur, 2022), (CIMB Niaga, 2021), (Olavia, 2022)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Internet telah berkembang menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari, dan sebagian besar populasi manusia tentunya telah memanfaatkan dan menggunakan teknologi tersebut untuk membantu mempermudah kegiatannya sehari-hari.

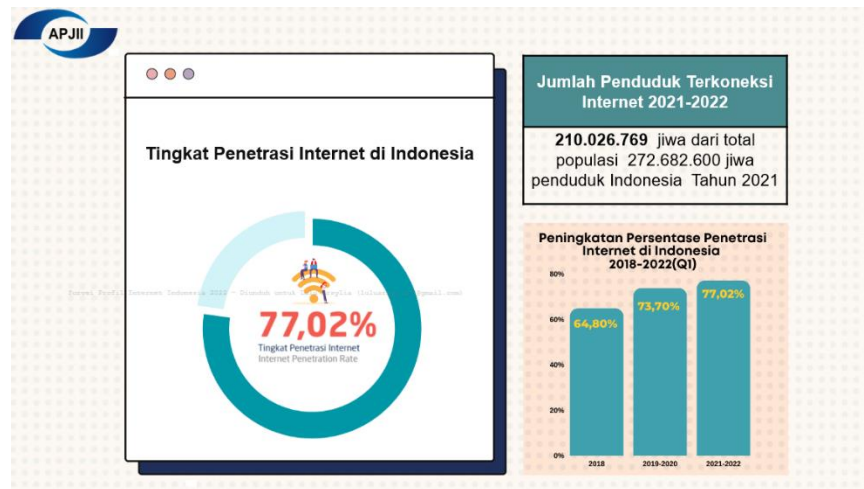


Gambar 1.1 Data Populasi Penduduk Yang Mengadopsi Internet dan *Mobile Phone* Di Dunia

Sumber: (*We Are Social, 2022*)

Menurut data yang diolah oleh *We Are Social & Hootsuite* dalam laporan, yang dipublikasi pada 20 Oktober 2022 didapatkan data bahwa, Jumlah populasi penduduk di dunia saat ini mencapai angka 7,99 miliar. Kemudian sebanyak 5,07 miliar penduduk atau 63,5% populasi penduduk di dunia sudah mengakses internet, sebanyak 5,48 miliar penduduk atau 68,6% dari total populasi telah menggunakan *mobile phone*, dan sebanyak 4,74 miliar penduduk merupakan pengguna aktif *social media* (*We Are Social, 2022*).

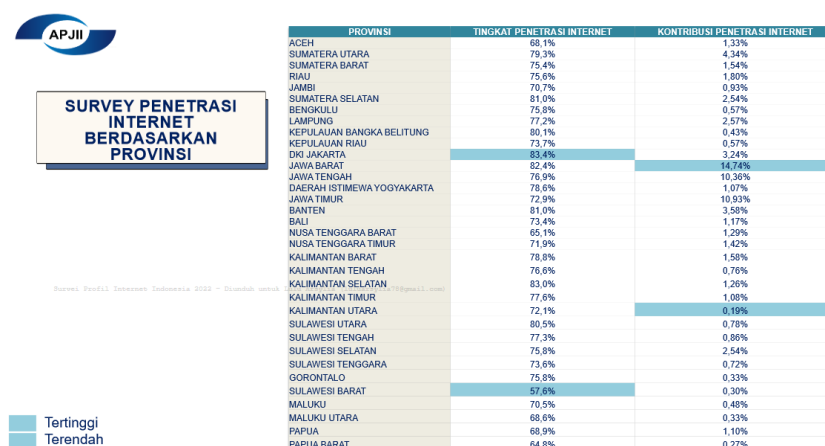
Dengan banyaknya pengguna yang mengakses internet di dunia, tentunya hal ini juga sejalan dengan pengguna yang mengakses internet di Indonesia yang juga terus bertambah semakin banyak dari tahun ke tahunnya. Tingkat penetrasi di Indonesia saat ini juga telah menyentuh angka yang cukup tinggi.



Gambar 1.2 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia

Sumber: (APJII, 2022)

Berdasarkan laporan hasil Survei Internet di Indonesia oleh APJII pertahun 2021-2022 (Q1) yang melakukan survei dengan menggunakan sampel sebanyak 7.568 responden yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia, didapatkan hasil bahwa tingkat penetrasi internet di wilayah yang berada di Indonesia tahun 2022 menyentuh angka hingga 77,02%, dan berdasarkan tingkat penetrasi internet yang telah ada didapatkan bahwa 210.026.769 jiwa dari total populasi 272.682.600 jiwa penduduk di Indonesia pertahun 2021 merupakan pengguna internet aktif (APJII, 2022).



Gambar 1.3 Tingkat Penetrasi Internet di Provinsi

Sumber: (APJII, 2022)

Berdasarkan sumber yang sama terkait tingkat penetrasi internet di provinsi di dapatkan pula bahwa jumlah penetrasi internet di Provinsi Jawa barat mencapai angka 82,4% dengan tingkat kontribusi penetrasi internet sebanyak 14,74% dimana Provinsi Jawa Barat menjadi yang paling tinggi dibandingkan dengan provinsi lainnya (APJII, 2022).

Penggunaan internet ini tentunya tidak terlepas pula dari penggunaan telepon seluler, Berdasarkan data dari badan pusat statistik (BPS), penduduk yang memiliki telepon seluler setiap tahunnya terus meningkat di daerah perkotaan maupun di pedesaan. Salah satunya pada kota dan provinsi daerah Jawa Barat (Badan Pusat Statistik, 2021).

Provinsi	Persentase Penduduk yang Memiliki/Menguasai Telepon Seluler Menurut Provinsi dan Klasifikasi Daerah								
	Perkotaan			Perdesaan			Perkotaan+Perdesaan		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
JAWA BARAT	69,14	67,63	70,66	56,84	55,68	57,80	66,24	64,83	67,83

Gambar 1.4 Data Persentase Penduduk Jawa Barat Yang Memiliki Telepon Seluler 2019-2021

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2021)

Dapat dilihat berdasarkan data pada gambar diketahui bahwa persentase masyarakat yang memiliki telepon seluler di daerah Provinsi Jawa Barat dari tahun 2019 mencapai angka 66,24%, tahun 2020 mencapai 64,83% dan kemudian pada tahun 2021 mencapai hingga 67,83% yang dimana ini berarti menunjukkan bahwa penduduk yang memiliki telepon seluler terus meningkat dari tahun ketahunnya di daerah perkotaan maupun pedesaan di Provinsi Jawa Barat (Badan Pusat Statistik, 2021). Kemudian menurut persentase penduduk yang memiliki telepon seluler, jika dibandingkan dengan jumlah penduduk di Provinsi Jawa Barat ini tergolong sangat banyak dimana lebih dari setengah populasi penduduknya telah memiliki telepon seluler.

Kabupaten/Kota Regency/Municipality	Penduduk (ribu) Population (thousand)	
	2020 ¹	2021 ²
(1)	(2)	(3)
Kabupaten/ Regency		
Subang	1 595,32	1 608,59
Jawa Barat	48 274,16	48 782,40

C

Gambar 1.5 Data Jumlah Penduduk Jawa Barat dan Kabupaten Subang 2020-2021

Sumber: (BPS Jabar, 2022)

Berdasarkan data yang bersumber dari BPS Jabar diketahui bahwa jumlah penduduk di wilayah Jawa Barat pertahun 2020 terdapat sebanyak 48.274,16 juta penduduk kemudian pada tahun 2021 terdapat sebanyak 48.782,40 juta penduduk. Dan untuk jumlah penduduk di kabupaten subang yang menjadi fokus pada kajian ini, mencapai 1.608,59 juta penduduk pertahun 2021 (BPS Jabar, 2022).

Sejalan dengan semakin berkembangnya zaman serta teknologi, saat ini jumlah pengguna ponsel dan pengguna internet di Indonesia yang semakin banyak membuktikan bahwa masyarakat Indonesia mulai beralih ke arah digitalisasi. Digitalisasi ini tentunya perlu didukung oleh keterampilan digital (Hukama & Giri, 2023). Dimana saat ini banyak orang mulai memanfaatkan teknologi digital untuk mempermudah berbagai kegiatannya, salah satunya yaitu dengan memanfaatkan digitalisasi di bidang perbankan atau keuangan, saat ini banyak orang mulai memanfaatkan *digital banking*. Industri perbankan juga terus berusaha untuk selalu mengoptimalkan kualitas layanan, untuk memudahkan nasabah yang ada, juga untuk menarik nasabah/pelanggan baru. Salah satu caranya yaitu dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Jika sebelumnya nasabah harus pergi ke *teller* atau ke ATM untuk melakukan transfer atau transaksi lainnya, namun saat ini kegiatan transfer atau transaksi perbankan dapat dilakukan dengan lebih mudah dengan adanya layanan *digital banking* (Danamon, 2019).

Singkatnya, perbankan digital adalah bentuk yang lebih luas dari perbankan online atau seluler. Perbankan digital adalah semua aktivitas perbankan yang dilakukan melalui internet. Dengan *digital banking*, nasabah dapat mengakses data bank melalui desktop, *mobile* dan ATM. Dan dengan berkembangnya layanan perbankan yang terus tumbuh, berdasarkan data, 25% orang dewasa di Indonesia pada tahun 2021 sudah memiliki rekening bank digital dan diprediksikan akan terus meningkat selama beberapa tahun ke depan (Pangesti, 2022).

Salah satu layanan *digital banking* yang menjadi fokus kajian ini adalah *mobile banking*. *Mobile banking* adalah layanan perbankan yang ditawarkan melalui aplikasi seluler. Melalui layanan tersebut, nasabah/pengguna dapat melakukan transaksi seperti transfer, cek saldo, atau jenis transaksi keuangan lainnya melalui gawai mereka. Di Indonesia, *mobile banking* tumbuh begitu pesat. Terbukti dengan banyaknya nasabah yang menggunakan berbagai aplikasi *mobile banking* dan didukung dengan aplikasi *mobile banking* yang terus berkembang. Berdasarkan data yang bersumber dari website resmi Bank Indonesia terkait dengan volume transaksi dan nilai transaksi para nasabah bank periode tahun 2022 yang dibagi menjadi beberapa kategori layanan perbankan mulai dari *Phone Banking*, *SMS/Mobile Banking*, *Internet Banking*, ATM, sampai EDC. Pada gambar tabel yang dilampirkan, terdapat 2 jenis data, yaitu volume transaksi dan nilai transaksi. Dimana volume transaksi merupakan Jumlah aktivitas atau frekuensi atas transaksi yang diproses dalam sistem pada periode waktu tertentu, sedangkan nilai transaksi merupakan nominal/nilai dari transaksi yang diproses oleh sistem dalam mata uang tertentu pada periode waktu tertentu (Bank Indonesia, 2022).

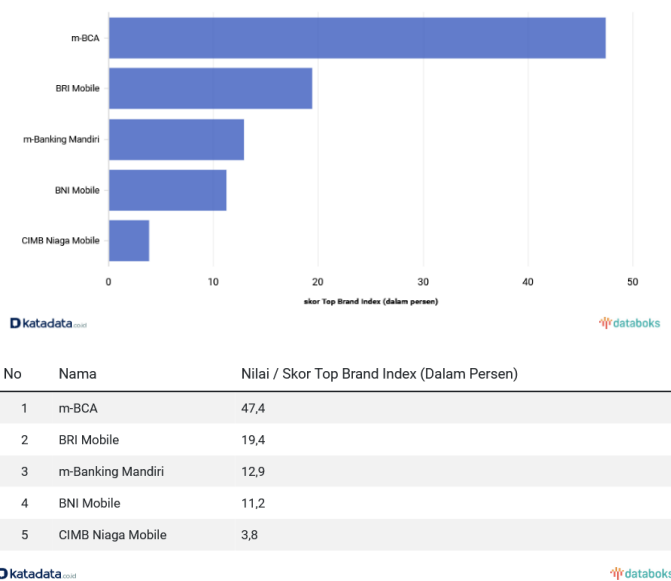
PERIODE 2022	PHONE BANKING		SMS / MOBILE BANKING		INTERNET BANKING		ATM		EDC		
	NILAI TRANSAKSI	VOLUME TRANSAKSI	NILAI TRANSAKSI	VOLUME TRANSAKSI	NILAI TRANSAKSI	VOLUME TRANSAKSI	NILAI TRANSAKSI	VOLUME TRANSAKSI	NILAI TRANSAKSI	VOLUME TRANSAKSI	
JANUARI	132	10	780,821	603,622	3,049,064	204,015	628,907	616	36,527	145	
FEBRUARI	1,024*	551*	693,529	572,454	2,681,664	194,871	577,176	551,26	29,761	72	
MARET	337*	162*	824,446	673,073	3,675,082	265,885	677,587	637,265	37,38	86	
APRIL	405*	203*	879,513	712,671	4,458,933	160,173	738,911	653,62	42,274	93	
MEI	309*	163*	709,781	641,783	3,056,886	260,108	605,275	586,711	37,057	94	
JUNI	163*	10*	801,883	669,898	3,493,273	282,768	631,219	597,486	35,584	88	
JULI	140*	10*	838,178	717,191	3,521,370	328,196	712,991	669,154	38,145	97	
AGUSTUS	135*	10*	861,896	711,858	3,695,469	329,172	694,13	659,06	37,638	94	
Volume transaksi: dalam satuan Ribu Transaksi								*Angka sementara			
Nilai transaksi: dalam satuan Rp Miliar								Sumber: Bank Indonesia			

Gambar 1.6 Data Nilai Transaksi dan Volume Transaksi

Sumber: (Bank Indonesia, 2022)

Berdasarkan data SPIP yang dikelola oleh Bank Indonesia nilai transaksi dan volume transaksi *mobile banking* cenderung mengalami peningkatan, selain itu nilai serta volume transaksinya juga sebanding dengan nilai dan volume transaksi pada ATM, yang notabene merupakan layanan perbankan yang sering digunakan oleh para nasabah sebelumnya (Bank Indonesia, 2022).

Saat ini telah banyak *mobile banking* yang berkembang dan populer di kalangan nasabah perbankan di Indonesia, yang dimana *mobile banking* dari setiap perbankan menawarkan fitur yang hampir sama, namun tentunya tidak semua *mobile banking* yang telah ada di Indonesia populer dan banyak di gunakan oleh nasabah di Indonesia.

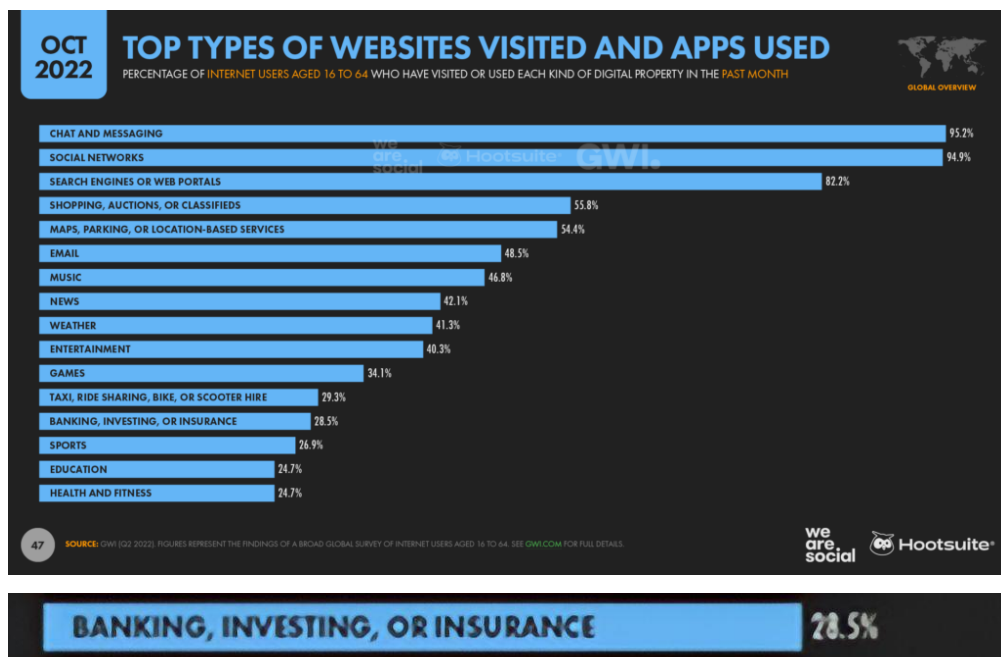


Gambar 1.7 Mobile Banking Terpopuler di Indonesia

Sumber: (Annur, 2022)

Dan berdasarkan hasil survei dari *Top Brand Award*, aplikasi *m-banking* terpopuler di Indonesia tahun 2022 yaitu m-BCA. Hasil survei berasal dari 8.500 responden dari 15 kota besar di Indonesia. Responden mencakup 6.000 sampel acak, 1.700 sampel tambahan, dan 800 sampel tambahan B2B (Annur, 2022).

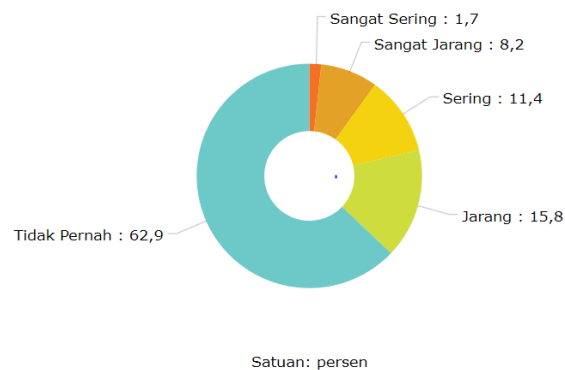
Perkembangan *mobile banking* tentu juga sejalan dengan perkembangan teknologi ponsel secara global. Perkembangan teknologi ponsel tersebut juga mendorong akan perkembangan aplikasi-aplikasi *mobile* yang dapat digunakan untuk keperluan sehari-hari oleh para penggunanya.



Gambar 1. 8 Website dan Aplikasi yang Sering Digunakan dan Dikunjungi

Sumber: (We Are Social, 2022)

Namun, dari sekian banyaknya aplikasi yang bisa digunakan, layanan perbankan digital masih minim digunakan. Hal ini ditunjukkan pada data yang diolah oleh *We Are Social & Hootsuite* yang mana hanya 28.5% dari keseluruhan penggunaan aplikasi yang digunakan untuk layanan perbankan digital (We Are Social, 2022). Rendahnya penggunaan aplikasi layanan perbankan digital pun sejalan dengan hasil survei yang dilakukan pada masyarakat Indonesia yang merupakan pengguna internet.



Gambar 1. 9 Data Penggunaan Internet untuk Akses Transaksi Perbankan 2021
Sumber: (Mutia, 2022)

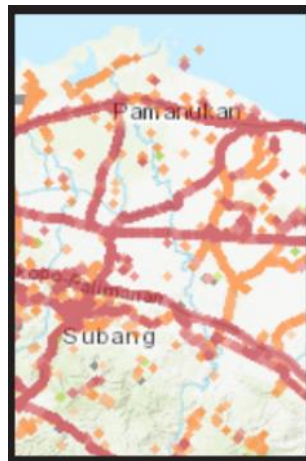
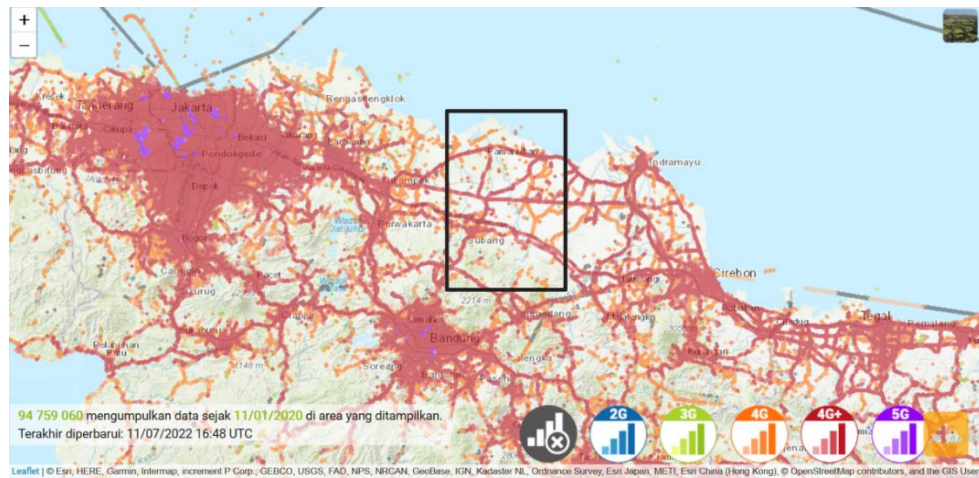
Pada survei penggunaan internet untuk akses transaksi perbankan tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 62.9% masyarakat Indonesia yang merupakan pengguna internet ternyata belum pernah mengakses layanan *mobile banking* (Mutia, 2022).

Di tengah maraknya perkembangan zaman dan teknologi dimana hampir semua kegiatan mulai beralih ke arah digitalisasi seperti industri perbankan yang mulai menggunakan *Internet Banking*, *E-Banking*, maupun *Mobile Banking*. Disisi lain generasi muda lebih familiar dengan teknologi dan memiliki kemampuan yang cukup dalam menggunakan teknologi tersebut, sehingga sebagian besar dari mereka lebih tertarik menggunakan mobile banking. Namun, saat ini masih banyak yang belum atau enggan memanfaatkan perkembangan digital karena masih banyak yang belum paham bagaimana cara memanfaatkan dan menggunakan media digital (Giri, Santoso, & Bratawisnu).

Dalam mengakses perbankan digital khususnya *mobile banking* yang menjadi fokus pada penelitian ini tentunya para pengguna atau nasabah perbankan diharuskan untuk memiliki pengetahuan terkait kemampuan digital atau *digital skills* untuk mengoperasikan teknologi digital atau pada penelitian ini yaitu pengoperasian *mobile banking*, sehingga mereka dapat menggunakan berbagai fitur layanan yang ditawarkan dengan mudah. Namun pada kenyataannya tidak semua orang mampu dan memiliki akses untuk

menggunakan *mobile banking*. Bagi Sebagian orang yang memiliki keterampilan digital tentunya *mobile banking* ini dianggap mempermudah para nasabah perbankan dalam bertransaksi namun bagi sebagian orang yang memiliki keterbatasan atau ketidakpahaman dan ketidakmampuan dalam mengoperasikan teknologi digital tentunya hal ini menjadi tantangan bagi mereka untuk dapat menggunakan *mobile banking*.

Di Indonesia sendiri, terdapat keterbatasan dalam digital skills serta kesenjangan digital antara pusat dan daerah. Kesenjangan tersebut termanifestasi dalam infrastruktur informasi dan komunikasi yang terbatas di beberapa wilayah Indonesia. Fokus kajian ini adalah wilayah Kabupaten Subang, yang menjadi salah satu wilayah infrastruktur layanan TIK yang dikaji (Menkominfo, 2011).



Gambar 1. 10 Peta Penyebaran Jaringan Internet di Wilayah Kabupaten Subang

Sumber: (nPerf, 2022)

Rendahnya infrastruktur akan teknologi informasi dan komunikasi dapat dilihat berdasarkan gambar coverage area, yang mana ditunjukkan bahwa persebaran dan liputan akan internet di Kabupaten Subang masih belum merata, dan hanya mencakupi daerah-daerah jalanan besar atau jalan utama yang menjadi pusat aktivitas warga Kabupaten Subang. Pusat persebaran internet tentunya berada pada pusat Kota Subang dan jalan-jalan utama antar kabupaten kota dan provinsi, sedangkan untuk daerah-daerah rural Kabupaten Subang masih sangat terbatas.

Minimnya teknologi informasi dan komunikasi di Kabupaten Subang juga mempengaruhi kemampuan masyarakat dalam menggunakan dan

mengakses internet, khususnya layanan perbankan digital seperti *mobile banking*. Kemampuan masyarakat dalam menggunakan internet dan perangkat digital disebut sebagai *digital skills*. *Digital skills* merupakan kemampuan seseorang dalam menggunakan *software* dan *hardware* yang berkaitan dengan teknologi digital. Teknologi digital yang menjadi fokus kajian ini adalah *mobile banking* (Van Dijk J. A., 2012).

Terdapat *research gap* atau kesenjangan penelitian, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Van Dijk yang berjudul “*The Evolution of the Digital Divide: The Digital Divide Turns to Inequality of Skills and Usage*” terdapat empat jenis akses berurutan dalam pemanfaatan teknologi digital yaitu *motivation, physical and material access, digital skills* dan *usage* (Van Dijk J. A., 2012). Dan terdapat empat jenis kemampuan atau *skill* yang ada dalam *digital skills*. Di antaranya yaitu *social skills, operational mobile skills, creative skills* dan *information navigation skills*. Hal ini dikemukakan oleh Van Deursen pada penelitiannya yang berjudul “*Development and Validation of the Internet Skills Scale (ISS)*” (Deursen, Helsper, & Eynon, 2016). Namun, dari keempat kemampuan atau *skills* yang dijabarkan, masih belum diketahui kemampuan apa yang termasuk kedalam *digital skills* yang mempengaruhi secara langsung kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan dan menggunakan layanan *mobile banking*.

Pada penelitian sebelumnya juga Van Dijk hanya berfokus pada kesenjangan digital dan akses dalam penggunaan teknologi digital yang juga meliputi *digital skills*. Dan pada penelitian yang dilakukan oleh Van Derseun sebelumnya hanya berfokus pada *digital skills* pada penggunaan internet dan *internet skills*. Oleh karena itu pada penelitian kali ini penulis mengkolaborasikan pemikiran yang telah di kemukakan oleh Van Dijk dan Van Derseun untuk melakukan penelitian terkait *digital skills* pada penggunaan *mobile banking*. Sehingga dapat mengkonfirmasi kembali faktor-faktor dari keempat *digital skills* yang dikemukakan pada penelitian sebelumnya yaitu *operational mobile skills, information navigation skills, creative skills* dan

social skills, indikator mana saja yang relevan dan dapat mewakili konstruksinya dalam *digital skills* pada penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka penelitian ini ditulis berdasarkan urgensi akan pengaruh *digital skills* terhadap akses masyarakat atau pengguna internet terhadap penggunaan *mobile banking*. Penelitian akan *digital skills* terhadap industri perbankan juga masih jarang dilakukan. Dan oleh karena itu, penelitian ini pun ditulis dengan mengangkat judul **“ANALISIS FAKTOR KONFIRMATORI *DIGITAL SKILL* PADA PENGGUNAAN LAYANAN *MOBILE BANKING* DI KABUPATEN SUBANG.”**

1.3 Perumusan Masalah

Internet Users di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahunnya. pertahun 2021, jumlah *internet user* di Indonesia sudah menyentuh angka 210.026.769 yang mana sudah menyentuh angka jumlah penetrasi internet sebesar 77,02%. Meskipun jumlah *internet users* di Indonesia sudah menyentuh angka yang cukup tinggi, namun penggunaan layanan *mobile banking* masih relatif minim dilakukan oleh para pengguna internet di Indonesia, khususnya pada daerah penelitian ini, yaitu daerah Kabupaten Subang. Salah satu alasan minimnya penggunaan layanan *mobile banking* adalah karena adanya akses *digital skills* terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan sesuai dengan penelitian sebelumnya, faktor *digital skills* pada penggunaan *mobile banking* ini belum diketahui apa saja yang relevan dan dapat merepresentasikan konstruksinya dengan sesuai pada penggunaan *mobile banking*. Sehingga perlu untuk dilakukan kembali penelitian dengan tujuan memastikan dan mengkonfirmasi kembali terkait faktor *digital skills* pada penggunaan *mobile banking*.

Maka dari itu, berdasarkan latar belakang dalam penelitian ini, didapatkan pertanyaan yang menjadi acuan dalam melaksanakan penelitian, yaitu untuk mengkonfirmasi faktor-faktor *digital skills* yang pada penggunaan *mobile banking* di Kabupaten Subang yaitu:

Konfirmasi apa saja faktor-faktor *digital skills* pada penggunaan layanan *mobile banking* di Kabupaten Subang yang dapat merepresentasikan konstruksinya?

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan merujuk pada latar belakang dan perumusan masalah yang telah disusun, penelitian ini bertujuan untuk:

Mengkonfirmasi apa saja faktor-faktor *digital skills* pada penggunaan layanan *mobile banking* di Kabupaten Subang yang dapat merepresentasikan konstruksinya.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pelengkap dalam keilmuan atau pengetahuan, sebagai referensi penelitian di bidang ekonomi, khususnya pada industri perbankan, Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pelengkap bagi penelitian terdahulu serta dapat menjadi rujukan atau referensi bagi penelitian di masa mendatang yang membahas mengenai topik serupa yaitu terkait *digital skills* dan *mobile banking*.

1.5.2 Aspek praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat serta dapat menjadi informasi yang dapat digunakan sebagai refleksi bagi penyedia layanan perbankan dalam upaya melakukan perkembangan akan layanan transaksi secara digital, khususnya layanan *mobile banking* pada daerah-daerah di Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Fungsi dari sistematika penulisan tugas akhir ini yaitu memberikan informasi mengenai gambaran umum terkait penelitian yang dilakukan, berikut merupakan sistematika penulisan tugas akhir diantaranya:

a. BAB 1 PENDAHULUAN

Bab pendahuluan merupakan bab yang memberikan penjelasan secara general dan jelas yang menggambarkan isi dari penelitian yang

meliputi: Gambaran umum, latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai teori dan literatur mengenai pemasaran dengan berfokus pada topik dan variabel penelitian yaitu *mobile banking*, perilaku konsumen, dan *digital skills*. Disertai dengan penelitian terdahulu yang berkaitan, kerangka pemikiran penelitian, dan diakhiri dengan hipotesis penelitian.

c. BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini membahas pendekatan, metode dan teknik dalam pengumpulan data, analisis data yang dapat menjadi jawaban dari permasalahan pada penelitian. Bab ini memberikan uraian terkait dengan jenis penelitian, operasional variabel atau pertanyaan kuesioner, pengumpulan data, populasi dan sampel, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik pengolahan data.

d. BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dipaparkan hasil penelitian, analisis materi dan pembahasannya dideskripsikan secara sistematis dan disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, disajikan dalam subjudul tersendiri. Pada bab ini pembahasan dibagi menjadi dua bagian yaitu pembahasan hasil penelitian dan pembahasan analisis hasil penelitian.

e. BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan yang diambil dari analisis data dan hasil penelitian, yang merupakan jawaban atas pertanyaan penelitian, setelah itu disajikan juga saran tentang kemanfaatan penelitian.