

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Menurut Undang - Undang Nomor 10 Tahun 1998, Bank adalah badan usaha yang mnghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak.

Salah satu produk dalam perbankan adalah *mobile banking*. *Mobile banking* memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat *mobile* mereka. Menurut Riswandi (2005) *m-banking* adalah suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. Melalui fasilitas ini, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank. Hanya dengan menggunakan perangkat tangan nasabah diharapkan dapat menghemat waktu dan biaya. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki ponsel dapat melakukan transaksi seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain dimana saja dan kapan saja.

Di Indonesia, implementasi *mobile banking* diperkenalkan pada tahun 1998 oleh Bank Internasional Indonesia (BII) ,lalu Bank Central Asia (BCA) merupakan bank pertama di Indonesia yang mengoperasikan *mbanking* secara massif melalui situs Klik BCA. Untuk peraturan perundang-undangan yang mengatur secara khusus mengenai *mbanking* di Indonesia, tercantum dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.



Gambar 1.1: Logo Bank Mega

(Sumber: *bankmega.com* diakses April 2021)

Bank Mega Tbk. dibangun pada tanggal 15 April 1969 sebagai bisnis keluarga dibawah naungan PT Karman di Surabaya. Dengan visinnya “Kebanggaan Nusantara”, Bank Mega menjadi perusahaan terbuka yang terdaftar di *Initial Public Offering* (IPO). Untuk menciptakan pertumbuhan bisnis yang bisa bertahan lama, Bank Mega menerapkan prinsip profesionalisme, transparansi, dan bijaksana. Pada tanggal 12 Juli 2013, Bank Mega mengeluarkan produk Mega Mobile. Mega Mobile memungkinkan pelanggannya untuk melakukan transaksi bank lebih mudah, lebih cepat, nyaman dan aman menggunakan perangkat *mobile* mereka. Tahun 2020, Bank Mega lebih fokus pada transformasi digital untuk meningkatkan layanan kepada nasabah dengan meluncurkan produk m-banking bernama M-Smile yang bisa diakses menggunakan aplikasi *smartphone* sehingga memungkinkan pelanggannya untuk mengakses produk ini dengan lebih fleksibel. (bankmega.com, 2020). Per tanggal 31 April 2021, aplikasi M-Smile sudah diunduh sebanyak lebih dari 100.000 unduhan di Play Store (play.google.com, 2021).

1.2 Latar Belakang

Internet menjadi hal yang sangat penting saat ini, baik dalam kehidupan sehari-hari, pendidikan, maupun dalam dunia bisnis. Adapun perkembangan teknologi yang memanfaatkan internet sangat cepat, baik dalam hal kemampuan maupun jenis layanan yang ditawarkan ke masyarakat. Hal ini seiring dengan kebutuhan masyarakat semakin maju dan selalu menginginkan kemudahan dan kualitas yang lebih baik dalam beraktivitas. (Purbo, 2015)

Tabel 1.1 Statistik Pengguna Internet di Pulau Jawa

No	Provinsi	Jumlah Pengguna Internet 2019-2020 (Juta)	Jumlah Pengguna Internet 2018 (Juta)
1	DKI JAKARTA	8,928,485	8,384,112
2	JABAR	35,100,611	28,261,216
3	JATENG	26,536,320	24,531,969
4	DI YOGYAKARTA	2,746,706	2,817,905
5	JATIM	26,350,802	23,278,399
6	BANTEN	9,980,725	8,145,020

Sumber: apjii.or.id (2020)

Pada tabel 1.1, APJII melakukan survey penggunaan internet Indonesia. Di Jawa Tengah pada tahun 2018 ada 24.531.969 pengguna internet. Angka ini bertambah pada tahun 2019 hingga 2020 sebanyak 2.000.000 pengguna. Tren kenaikan sebesar pengguna internet dapat dilihat dari tahun 2018 ke tahun 2020. Menurut APJII kenaikan jumlah pengguna internet akan terus bertambah setiap tahunnya dikarenakan infrastruktur jaringan internet juga terus berkembang.

Tabel 1.2 Presentase Penggunaan Internet pada Penduduk berusia 5 Tahun ke Atas di Provinsi Jawa Tengah

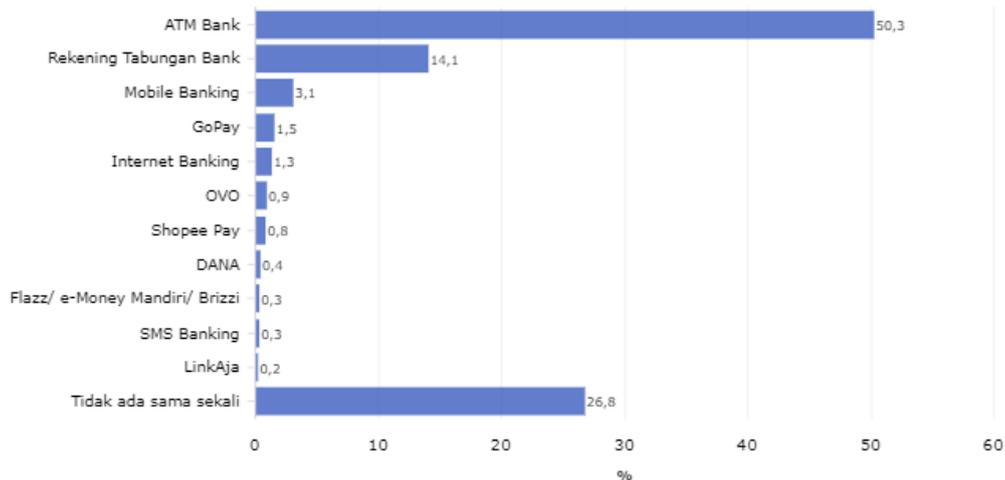
Tahun	Informasi/Berita	Tugas	Email	Jual Beli	Sosial media	Finansial
2018	67.69	41.98	22.06	12.21	84.24	4.19
2019	66.30	24.58	11.29	16.53	88.65	4.57
2020	66.04	23.98	9.61	22.92	90.58	4.51

Sumber: www.bps.go.id

Pada tabel 1.2, dari data yang diambil dari Badan Pusat Statistik tahun 2018 hingga 2020 tidak ada perkembangan yang signifikan terhadap penggunaan internet di bidang finansial. Namun, terdapat kenaikan penggunaan internet di bidang finansial sebanyak 0.32% dari tahun 2018 ke tahun 2020. Penggunaan internet pada penduduk berusia di atas 5 tahun paling banyak pada penggunaan

untuk sosial media yang pada tahun 2020 penggunaannya sebesar 90.58%.

Layanan Perbankan yang Paling Sering Digunakan Selama 3 Bulan Terakhir (Katadata Inisght Center, Oktober 2020)



Sumber : Katadata Insight Center (KIC)

Gambar 1.2 Layanan Perbankan yang Paling Sering Digunakan

Sumber: Katadata Insight Center (2020)

Gambar 1.2 memperlihatkan hasil survei oleh Katadata Insight Center (KIC) periode Oktober 2020, mengenai layanan perbankan yang paling banyak digunakan terhadap 1.155 responden pengguna internet di 33 provinsi yang memiliki rekening perbankan. Sebanyak 50,3 persen menyatakan menggunakan ATM untuk bertransaksi selama tiga bulan terakhir. Disusul transaksi melalui rekening tabungan, sebanyak 14,1 persen, dan melalui *mobile banking* sebesar 3,1 persen. Sehingga dapat diketahui meski penggunaan *m-banking* di Indonesia terus meningkat pada tiap tahunnya, jumlah penggunaan tersebut masih jauh lebih kecil dibanding dengan transaksi melalui atm dan rekening tabungan yang bukan merupakan saluran transaksi perbankan secara *online*.

Dilihat dari data sebelumnya pada tabel 1.2 dan gambar 1.2, diketahui bahwa penggunaan aplikasi perbankan di Indonesia belum maksimal jika dibandingkan dengan dengan besarnya jumlah pengguna internet. Menurut McKinsey (2019), masyarakat Indonesia pada dasarnya terbuka terhadap teknologi perbankan digital, namun bank perlu melakukan pendekatan aktif dengan terlibat secara langsung dengan pengalaman yang dirasakan oleh nasabah.

Berdasarkan fenomena diatas, penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi adopsi *m-banking* di Jawa Tengah dengan studi kasus nasabah Bank Mega yang mendapatkan apresiasi Indonesia Banking Award pada tahun 2016, sebagai bank terbaik dalam efisiensi dan pelayanan digital. Selain itu, semenjak diluncurkannya *m-banking* M-Smile, jumlah transaksi

perbankan Bank Mega meningkat sebesar 175% (bankmega.com/laporan-tahunan-2020). Jawa Tengah dipilih sebagai lokasi penelitian karena provinsi ini adalah provinsi ke-3 di Indonesia yang pertumbuhan ekonominya berfokus pada industri pertanian, furnitur, pengolahan logam, serta industri *general manufactur*. Berdasarkan Mehrotra et al (2013), dalam salah satu penelitian World Bank, Jawa Tengah memiliki potensi untuk membuka 225.000 lapangan pekerjaan baru. Hal ini bisa menciptakan populasi *unbanked* yang *bankable* atau berpotensi untuk membuka rekening bank baru.

Untuk mengikuti zaman yang sudah memasuki era digital dimana layanan *m-banking* mulai menggantikan layanan konvensional, perusahaan perbankan di Indonesia khususnya di Jawa Tengah, perlu mengembangkan produk dan jasa yang berfokus pada kebutuhan masyarakat. Hal ini dikarenakan masyarakat adalah pengguna produk yang menentukan apakah produk tersebut bisa diterima oleh pasar. Untuk mengembangkan produk tersebut, faktor-faktor nasabah dalam mengadopsi teknologi *m-banking* harus diidentifikasi dengan baik dan kemudian kebutuhan masyarakat harus dipenuhi sehingga layanan *m-banking* memiliki kualitas yang lebih baik dan memenuhi harapan masyarakat. Agar faktor-faktor tersebut dapat teridentifikasi dengan baik, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada fenomena penggunaan layanan *m-banking* yang digunakan oleh masyarakat dan menulis tugas akhir tentang “**ANALISA ADOPTSI PENGGUNAAN MOBILE BANKING MENGGUNAKAN MODEL MODIFIED UTAUT DI JAWA TENGAH (STUDI KASUS PADA NASABAH BANK MEGA)**”.

1.3 Perumusan Masalah

Jawa Tengah merupakan provinsi dengan jumlah pengguna internet terbesar ke 2 di Indonesia, namun menurut data dari bps.go.id, penggunaan internet dibidang finansial masih sangat rendah, yaitu hanya sebesar 4,50 persen dari total keseluruhannya. Dapat disimpulkan bahwa masyarakat Jawa Tengah belum memanfaatkan *mobile banking* dalam kehidupan sehari-harinya. Fenomena ini mendorong penulis untuk meneliti faktor-faktor yang berpengaruh terhadap adopsi teknologi *mobile banking* di Jawa Tengah dengan studi kasus nasabah dari Bank Mega.

Penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi adopsi teknologi *mobile banking* di Jawa Tengah. Penggunaan metode UTAUT diperkenalkan oleh Venkates et al. pada tahun 2003 melalui proses penelaahn dan konsolidasi variabel-variabel yang ada dalam delapan model penerimaan terhadap produk dan layanan teknologi sebelumnya. Dalam model Theory Unified of Acceptance and Use of Technology, terdapat 4 konstruk utama yang menjadi pendorong minat masyarakat untuk menggunakan sebuah teknologi, yaitu *Performance expectancy*, *effort*

expectancy, *social influence*, dan *facilitating condition*. *Performance Expectancy* adalah tingkat dimana seorang individu percaya bahwa penerapan teknologi akan membantu untuk menunjang kinerja pekerjaan. *Effort Expectancy* adalah tingkat kemudahan dalam menggunakan sistem. *Social influence* adalah sejauh mana seseorang mempersepsikan, bahwa orang terdekat menyarankan untuk menggunakan suatu teknologi. *Facilitating condition* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa infrastruktur teknis dan teknologi dapat mendukung penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012; Wu et al, 2012; Marhaeni, 2014).

Penulis menambahkan faktor *trust* karena, kepercayaan masyarakat dibutuhkan dalam mengadopsi teknologi mobile banking. Venkates et al. (2003) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen dalam menggunakan teknologi merupakan faktor yang penting. Baptista dan Oliveira (2015) menggunakan metode UTAUT2 juga menyatakan bahwa *trust* memiliki pengaruh yang non-signifikan terhadap *behavior intention* dan *usage behavior*. Adapun variabel umur dan jenis kelamin digunakan sebagai moderator terhadap variabel utama dalam model penelitian, karena Warsame dan Ileri (2018) berpengaruh dalam memoderasi pengaruh variabel *performance expectancy* dan *effort expectancy* terhadap *behavior intention*.

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah dipaparkan, permasalahan yang dikaji antara lain:

1. Berdasarkan model modified UTAUT, variabel yang berpengaruh terhadap adopsi teknologi *m-banking* M-Smile di Jawa Tengah
2. Faktor – faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dan perilaku penggunaan dalam menggunakan aplikasi *m-bankin* M-Smile g.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Dari latar belakang yang telah dikemukakan, maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan model UTAUT, faktor-faktor apa yang bisa mempengaruhi perilaku penggunaan dalam mengadopsi *m-banking* M-Smile pada masyarakat di Jawa Tengah?
2. Apakah usia dan jenis kelamin memiliki pengaruh terhadap adopsi teknologi *m-banking* M-Smile.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian antara lain:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang bisa mempengaruhi perilaku penggunaan dalam mengadopsi *m-banking* M-Smile pada masyarakat di Jawa Tengah.

2. Mengidentifikasi pengaruh usia dan jenis kelamin sebagai variabel moderasi terhadap perilaku penggunaan dalam mengadopsi *m-banking* M-Smile pada masyarakat di Jawa Tengah.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini antara lain:

1. Aspek Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat menambah wawasan dibidang perekonomian digital dan sebagai referensi penelitian di masa yang akan datang khususnya penelitian yang berkaitan dengan perilaku online masyarakat dalam mengadopsi teknologi *m-banking* atau teknologi lainnya

2. Aspek Praktis

- Perbankan dapat menggunakan penelitian ini untuk menemukan faktor-faktor yang mendorong konsumen mereka untuk menggunakan teknologi *m-banking*.
- Sebagai masukan bagi perusahaan bidang perbankan untuk meningkatkan layanan dan mengembangkan layanan *m-banking* sesuai dengan kebutuhan konsumen.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menganalisis *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, gender, trust, dan behavioral intention* serta menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh positif dan berpengaruh negatif terhadap nasabah bank di Jawa Tengah dalam mengadopsi *m-banking* pada periode 2021.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penelitian ini berisi tentang gambaran dari penelitian yang dilakukan penulis disertai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis. Sistematika penelitian akan dijabarkan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan membahas tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian. Tujuan penelitian. Manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan penulisan tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis akan membahas tentang teori yang menjadi dasar penulis yang digunakan dalam penelitian, yang relevan dan terkait dengan penelitian yang dilakukan. Selanjutnya penulis akan membahas tentang hipotesis sementara penulis dan kerangka penelitian yang digunakan penulis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan membahas gambaran umum dari penelitian yang dilakuakn dan sejarah tempat penelitian, metode penelitian yang digunakan, teknik pengumpulan data dalam penelitian, data yang diperlukan, sumber data, teknik analisa data yang dilengkapi dengan hipotesis, serta pendekatan yang digunakan peneliti, pendekatan yang digunakan dalam penelitian, dan hasil uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan tentang analisis terkait penelitian serta menjabarkan hasil analisis responden terhadap variabel penelitian, analisa statistik penelitian. Serta analisis pengaruh variabel yang diteliti pada penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir dari penelitian, di bab ini penulis akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian, saran dari penulis, aspek teoritis, dan aspek praktis.