

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

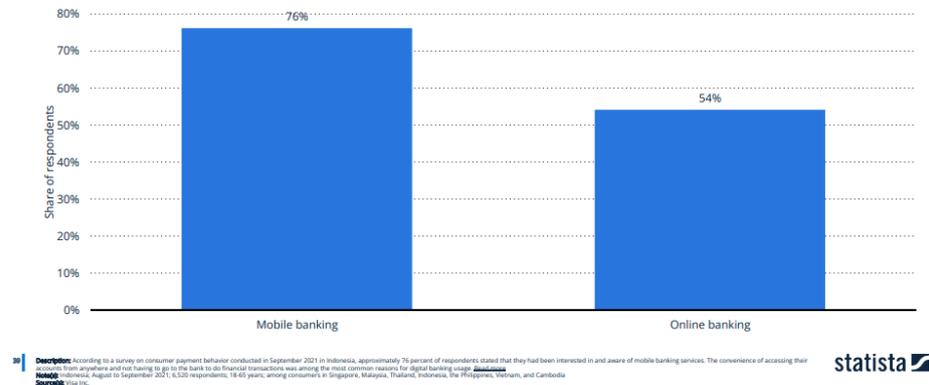
1.1.1. Mobile Banking

Mobile banking yang sering disingkat *M-Banking* merupakan sebuah produk perbankan berbasis aplikasi digital yang memungkinkan penggunanya melakukan transaksi melalui *smartphone* (OJK, 2018). Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12 /POJK.03/2018 disebutkan bahwa *digital banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan komunikasi, memperoleh informasi, dan melakukan transaksi melalui media elektronik untuk mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka lebih mudah untuk melayani nasabah, cepat dan sesuai kebutuhan, serta mampu dilakukan secara mandiri oleh nasabah dengan memperhatikan aspek keamanan. *Mobile banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses melalui ponsel dengan kecanggihan yang lebih tinggi (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

Berdasarkan data yang dirilis oleh Statista tentang *digital banking* di Indonesia, terlihat data bahwa 76% masyarakat Indonesia lebih memilih menggunakan *mobile banking* dibandingkan dengan *online banking*. *Online banking* merupakan sebuah produk perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi secara *online*, sedangkan *mobile banking* merupakan hasil pengembangan dari *online banking* dengan tambahan fitur dan perbedaan media, sehingga memungkinkan nasabah untuk bertransaksi dimanapun dan kapanpun melalui *smartphone*. Hal ini menunjukkan bahwa *mobile banking* memiliki peran yang sangat penting dalam menunjang transaksi yang berimplikasi pada perekonomian di Indonesia (Statista, 2022). Berikut merupakan data persebaran orang yang peduli dan tertarik dengan *online banking* dan *mobile banking* di Indonesia seperti pada gambar 1.1.:

Share of people who are aware of and interested in digital banking services in Indonesia in 2021

Awareness and interest in digital banking services among Indonesians 2021



Gambar 1.1. Persebaran Orang yang Peduli dan Tertarik dengan Online Banking dan Mobile Banking di Indonesia

Sumber: Statista (2022)

Indonesia memiliki 3 *mobile banking* terbaik yang masuk dalam kategori Top berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Top Brand Index, diantaranya adalah m-BCA atau BCA Mobile dengan TBI 47,4%, BRI Mobile atau BRI Mo dengan TBI 19,4% dan *M-Banking Mandiri* atau Livin' dengan TBI 12,9% (Top Brand Index, 2022). Berikut data *Top Brand Index* (TBI) mobile banking di Indonesia pada gambar 1.2.:

MOBILE BANKING		
Brand	TBI	
m-BCA	47.40%	TOP
BRI Mobile	19.40%	TOP
m-Banking Mandiri	12.90%	TOP
BNI Mobile	11.20%	
CIMB Niaga Mobile	3.80%	

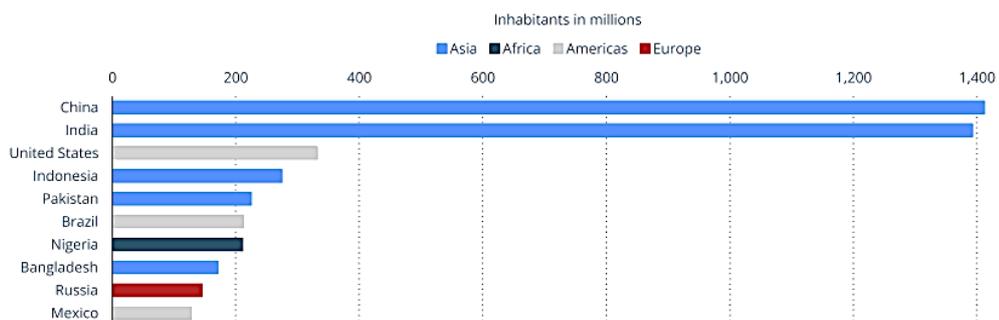
Gambar 1.2. Top Brand Index Mobile Banking di Indonesia

Sumber: Top Brand Index (2022)

1.2. Latar Belakang Penelitian

Dunia sedang berada pada revolusi industri 4.0, namun para peneliti sudah mulai menganalisis tentang perkembangan industri generasi berikutnya yaitu industri 5.0. dimana sejarah mencatat bahwa perkembangan revolusi industri tidak dapat dipisahkan dengan proses transformasi digital di seluruh belahan dunia (Humayun, 2021). Pada era revolusi industri 4.0 dan marketing 5.0, sedang terjadi celah antar generasi yang membuat perbedaan kemampuan dalam mengoperasikan teknologi yang sangat pesat perkembangannya, sehingga terjadi sebuah fenomena yang disebut kesenjangan digital atau lebih dikenal dengan *digital divide* (Kotler et al., 2021). Penggunaan teknologi di kalangan masyarakat membutuhkan *digital skill* dalam implementasinya, sehingga *digital skill* merupakan hal yang penting dalam mengatasi *digital divide* (van Deursen & van Dijk, 2010).

Populasi dunia pada 2022 berjumlah 7,94 miliar jiwa dengan mayoritas populasi berada di Asia sebesar 59,17%. Indonesia menempati posisi ke-4 berdasarkan populasi terbanyak di dunia dan posisi ke-3 berdasarkan populasi terbanyak di Asia (Statista, 2022). Berikut merupakan data populasi dunia pada 2022 yang disajikan pada gambar 1.3.:



Gambar 1.3. 10 Negara dengan Populasi Terbanyak di Dunia

Sumber: Statista (2022)

Indonesia memiliki jumlah populasi sebanyak 272,68 juta jiwa dengan 5 urutan provinsi pemilik populasi terbanyak di Indonesia yaitu Jawa Barat dengan Bandung sebagai ibukota berada pada posisi pertama memiliki populasi sebanyak 48,78 juta jiwa, Jawa Timur dengan Surabaya sebagai ibukota berada pada posisi kedua memiliki populasi sebanyak 40,87 juta jiwa, Jawa Tengah

dengan Semarang sebagai ibukota berada pada posisi ketiga memiliki populasi sebanyak 36,74 juta jiwa, Sumatera Utara dengan Medan sebagai ibukota berada pada posisi keempat memiliki populasi sebanyak 14,93 juta jiwa, dan Banten dengan Serang sebagai ibukota berada pada posisi kelima memiliki populasi sebanyak 12,06 juta jiwa (Badan Pusat Statistik, 2022).

Transformasi digital telah menjadi sesuatu yang penting dalam beberapa tahun terakhir, hal ini dikarenakan terjadinya perubahan besar pada masyarakat akibat dari penggunaan teknologi digital (Vial, 2019). Berikut merupakan data penetrasi Internet di Indonesia pada 2021-2022 sebagaimana pada gambar 1.4.:

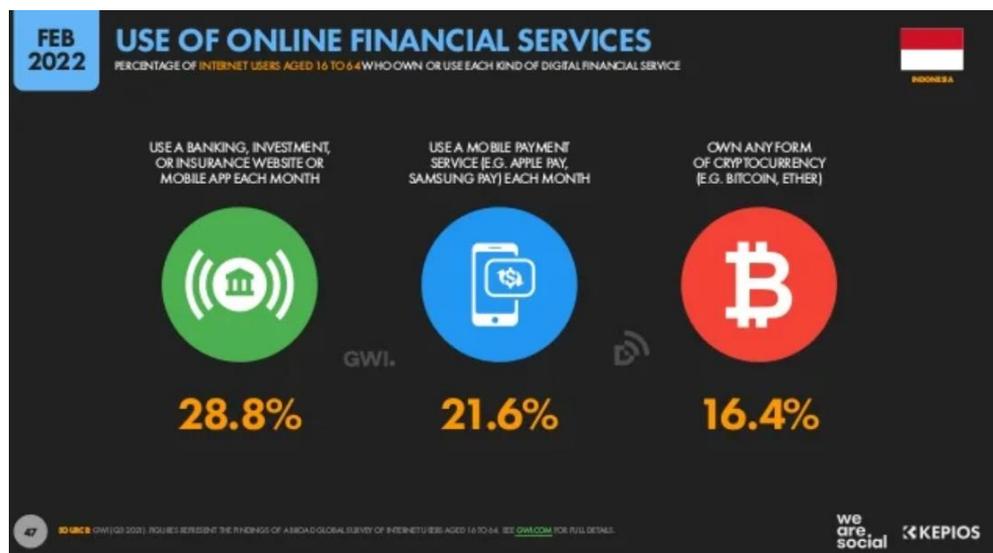


Gambar 1.4. Tingkat Penetrasi dan Penduduk Terkoneksi Internet di Indonesia

Sumber: APJII (2022)

Pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 210,02 juta jiwa, yang jika dibandingkan dengan populasi Indonesia, maka 77,02% masyarakat Indonesia telah menggunakan *Internet* dengan kontribusi pengguna internet terbesar berasal dari pulau Jawa sebesar 43,92%, diikuti oleh pulau Sumatera dengan 16,63%, dan pada urutan ketiga dari pulau Sulawesi sebesar 5,53% (APJII, 2022).

Perkembangan internet menjadikan *Mobile banking* merupakan teknologi yang paling penting dalam beberapa tahun terakhir karena memiliki nilai yang sangat besar bagi bank dan konsumen (Baabdullah et al., 2019), bahkan saat ini *mobile banking* telah menjadi pilihan dari gaya hidup serta memiliki dampak penting terhadap perkembangan perekonomian (Sharmaa & Sharmaa, 2019). Berikut merupakan data pengguna layanan keuangan *online* termasuk *mobile banking* di Indonesia pada gambar 1.5.:



Gambar 1.5. Pengguna Layanan Keuangan Online di Indonesia

Sumber: Data Reportal (2022)

Pengguna layanan keuangan *online* seperti perbankan, investasi, atau *mobile banking* di Indonesia hanya 28,8% dari populasi (Data Reportal, 2022). Namun, jumlah volume transaksi perbankan di Indonesia per juli 2022 tercatat sebesar 10.348,26 triliun rupiah (Otoritas Jasa Keuangan, 2022) dengan jumlah volume transaksi pada *mobile banking* sebesar 838,18 triliun rupiah (Bank Indonesia, 2022), yang berarti penggunaan *mobile banking* dari seluruh transaksi perbankan hanya sebesar 8,01%. Terlihat bahwa selisih pengguna internet dengan pengguna layanan keuangan *online* sebesar 48,2%, berdampak pada kesenjangan digital pada aspek transaksi masyarakat yang tidak menggunakan *mobile banking* di Indonesia sebesar 91,99%.

Kesenjangan digital atau *digital divide* masih akan terus terjadi hingga masyarakat menggunakan teknologi dalam semua aspek agar dapat bermanfaat

bagi kehidupan (Kotler et al., 2021). Penggunaan teknologi dalam semua aspek kehidupan di kalangan masyarakat membutuhkan *digital skill* dalam implementasinya, sehingga *digital skill* merupakan hal yang penting dalam mengatasi *digital divide* (van Deursen & van Dijk, 2010). Berdasarkan data laporan Indeks Literasi Digital dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), Sumatera Utara hanya menempati posisi ke-20 dari 34 provinsi di Indonesia (Kominfo, 2021). Berikut merupakan Indeks Literasi Digital yang diurutkan berdasarkan provinsi di Indonesia pada tabel 1.1.:

Tabel 1.1. Indeks Literasi Digital di Indonesia

No.	Provinsi	Indeks
1.	D.I. Yogyakarta	3,71
2.	Kepulauan Riau	3,68
3.	Kalimantan Timur	3,62
4.	Sumatera Barat	3,61
5.	Gorontalo	3,61
6.	Papua Barat	3,61
7.	Nusa Tenggara Timur	3,60
8.	Kalimantan Barat	3,58
9.	Aceh	3,57
10.	Kalimantan Utara	3,57
11.	Sulawesi Barat	3,57
12.	Kepulauan Bangka Belitung	3,57
13.	Jawa Timur	3,55
14.	Sulawesi Utara	3,53
15.	Lampung	3,52
16.	Kalimantan Tengah	3,52
17.	Sulawesi Tengah	3,51
18.	DKI Jakarta	3,51
19.	Bengkulu	3,50
20.	Sumatera Utara	3,50
21.	Kalimantan Selatan	3,49
22.	Sulawesi Selatan	3,47
23.	Jawa Barat	3,47

(bersambung)

(sambungan)

24.	Jawa Tengah	3,46
25.	Maluku	3,46
26.	Nusa Tenggara Barat	3,45
27.	Sumatera Selatan	3,44
28.	Bali	3,43
29.	Sulawesi Tenggara	3,43
30.	Jambi	3,41
31.	Banten	3,37
32.	Papua	3,37
33.	Riau	3,35
34.	Maluku Utara	3,18

Sumber: Kominfo (2021)

Kota Medan sebagai ibukota provinsi Sumatera Utara dengan populasi 2,46 juta jiwa, memiliki pengeluaran per kapita terbanyak di Sumatera Utara. Bahkan, jumlah simpanan pada perbankan di Kota Medan mencapai 178,04 triliun rupiah, sehingga memiliki potensi transaksi yang sangat tinggi (BPS Kota Medan, 2022). Berikut data rata-rata pengeluaran per kapita di Sumatera Utara seperti paad tabel 1.2.:

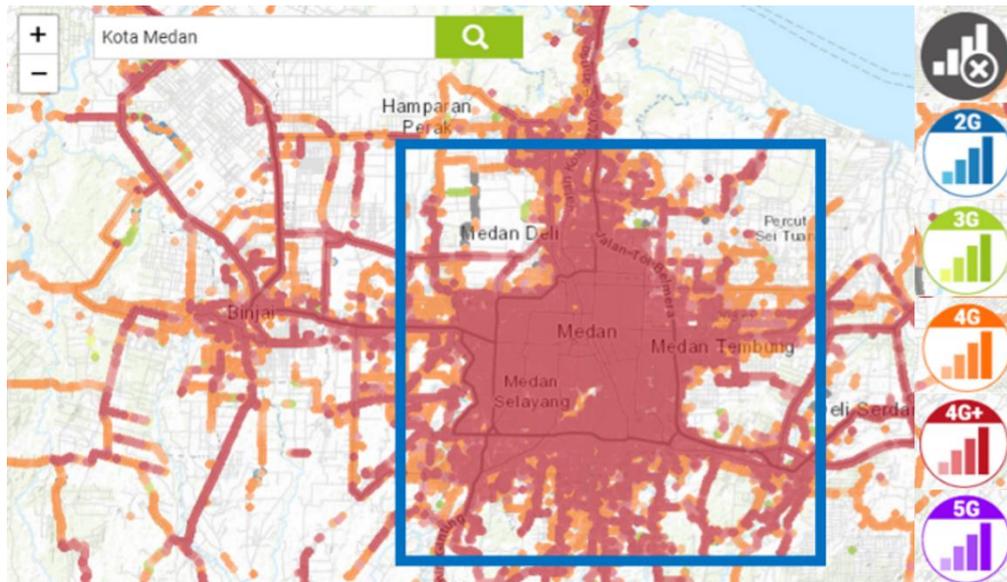
Tabel 1.2. Rata-Rata Pengeluaran per Kapita 10 Provinsi Tertinggi di Sumatera Utara

No.	Kabupaten/Kota	Pengeluaran Per Kapita
1.	Kota Medan	Rp 1.631.599
2.	Kota Padangsidimpuan	Rp 1.394.225
3.	Karo	Rp 1.364.192
4.	Kota Pematang Siantar	Rp 1.326.421
5.	Kota Tebing Tinggi	Rp 1.244.930
6.	Deli Serdang	Rp 1.188.226
7.	Kota Sibolga	Rp 1.169.743
8.	Toba	Rp 1.166.990
9.	Kota Binjai	Rp 1.160.877
10.	Simalungun	Rp 1.111.655

Sumber: BPS Kota Medan (2022)

Kota Medan juga secara keseluruhan telah terjangkau oleh jaringan internet dengan mayoritas layanan 4G+ (Network Coverage Indonesia, 2022).

Hal ini menunjukkan bahwa potensi masyarakat Indonesia menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi perbankan sangat besar dikarenakan berdasarkan aspek akses jaringan yang dibutuhkan telah sangat memadai untuk melakukan transaksi menggunakan *mobile banking*. Berikut data persebaran jangkauan jaringan internet di kota Medan pada gambar 1.6.:



Gambar 1.6. Peta Jangkauan Jaringan Internet di Kota Medan

Sumber: Network Coverage Indonesia (2022)

Fenomena *digital divide* berupa kesenjangan penggunaan teknologi antar generasi yang mengharuskan setiap individu memiliki *digital skill* dalam menggunakan teknologi yang saat ini berkembang sangat pesat. Bahkan terjadinya tren kesenjangan pengguna internet dengan pengguna layanan keuangan *online*, sehingga berimplikasi pada minimnya jumlah volume transaksi *mobile banking* di Indonesia, khususnya di kota Medan yang memiliki cukup banyak dana tersimpan serta memiliki pengeluaran per kapita tertinggi di Sumatera Utara, serta cakupan infrastruktur jaringan yang merata dan didukung layanan jaringan 4G+. Maka penelitian ini akan mengetahui faktor-faktor yang dapat membentuk *digital skill* pada *mobile banking*, khususnya di kota Medan. Oleh karena itu, judul penelitian ini adalah **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMBENTUK *DIGITAL SKILL* PADA PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* DI KOTA MEDAN”**.

1.3. Perumusan Masalah

Masyarakat, pasar, dan industri harus terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital atau sering disebut dengan transformasi digital, sehingga mengharuskan setiap individu untuk memiliki *digital skill* berupa kemampuan teknis secara manajerial dan operasional menggunakan teknologi yang terus berkembang dengan sangat cepat (Carlisle et al., 2021). Transformasi digital telah menempatkan seluruh dunia pada revolusi industri 4.0. dan revolusi sosial 5.0 (Boufounou et al., 2022), sehingga menjadikan teknologi digital sebagai faktor utama bagi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari (Beaunoyer et al., 2020).

Masyarakat lebih sering menggunakan *mobile banking* dalam metode transaksi sehari-hari karena implementasinya dianggap lebih mudah dan praktis dibandingkan dengan metode transaksi konvensional seperti pembayaran tunai, kartu kredit, dsb. (Ullah et al., 2022). *Mobile banking* saat ini telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat karena memiliki dampak penting terhadap perkembangan sektor keuangan dan perekonomian (Sharma & Sharma, 2019).

Era revolusi industri 4.0 dan marketing 5.0. terjadi celah antar generasi dalam mengoperasikan teknologi yang sangat pesat perkembangannya, sehingga terjadi sebuah fenomena yang disebut *digital divide* (Kotler et al., 2021). Indonesia dengan populasi terbanyak ke-4 di dunia dan terbanyak ke-3 di benua Asia yang memiliki mayoritas populasi dunia (Statista, 2022) mengalami kesenjangan pengguna internet dengan pengguna layanan keuangan *online* (Data Reportal, 2022), sehingga berimplikasi pada minimnya jumlah volume transaksi *mobile banking* di Indonesia (Bank Indonesia, 2022).

Terdapat 4 kunci kesuksesan untuk mampu menggunakan teknologi digital, yaitu *Motivation*, *Physical and Material Access*, *Digital Skills*, dan *Usage* (van Dijk, 2012). Namun berdasarkan penelitian terdahulu, *digital skill* memiliki peran paling penting dalam penggunaan teknologi digital, serta merupakan faktor utama dalam mengatasi *digital divide* (van Deursen & van Dijk, 2010), dimana *digital skill* memiliki dimensi *operational*, *information*

navigation, social, creative, dan mobile (van Deursen et al., 2016). Beberapa penelitian sebelumnya juga telah meneliti terkait *digital skill* pada *mobile banking* untuk menghadapi fenomena *digital divide*, ditemukan 3 faktor yang dapat membentuk *digital skill* pada *mobile banking* di kota Jakarta (Renaldy & Rifaldi, 2022) dan ditemukan juga 4 faktor yang dapat membentuk *digital skill* pada penggunaan *mobile banking* di kota Lampung (Abdi & Rifaldi, 2022). Penelitian ini beracuan pada penelitian Van Dijck dan Van Deursen karena memiliki informasi yang lebih komperhensif, sistematis dan terstruktur serta mudah dipahami dibandingkan dengan penelitian lainnya yang tidak memiliki penjelasan tentang tahapan-tahapan menggunakan teknologi digital untuk menjawab tantangan dari fenomena *digital divide*.

Indonesia saat ini sedang mengalami fenomena *digital divide* khususnya pada industri perbankan dalam kasus kesenjangan penggunaan teknologi *mobile banking*. Khususnya di kota Medan yang berada pada pulau Sumatera dengan populasi terbanyak diluar pulau Jawa (Badan Pusat Statistik, 2022) memiliki potensi transaksi *mobile banking* yang cukup besar. Hal ini dikarenakan kota Medan memiliki dana simpanan pada perbankan cukup banyak dan juga merupakan kota dengan pengeluaran per kapita terbanyak di Sumatera Utara (BPS Kota Medan, 2022), bahkan dari segi *physical and material access* kota Medan telah tercakup akses jaringan internet 4G+ secara merata (Network Coverage Indonesia, 2022). Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Segi akademis, *digital skill* memiliki peran penting untuk mengatasi *digital divide*, namun saat ini belum diketahui secara pasti penjelasan tentang faktor-faktor yang membentuk *digital skill* pada *mobile banking* khususnya di kota Medan.
2. Segi praktis, faktor-faktor yang membentuk *digital skill* pada penggunaan *mobile banking* harus segera ditemukan agar dapat mengatasi fenomena *digital divide* yang terjadi saat ini, sehingga Indonesia khususnya di kota Medan mampu mengikuti perkembangan industri yang berkembang sangat pesat.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan sebuah pertanyaan penelitian yaitu :

1. Apa saja faktor-faktor yang membentuk *digital skill* pada penggunaan *mobile banking* di kota Medan?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah dijelaskan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui faktor-faktor yang membentuk *digital skill* pada penggunaan *mobile banking* di kota Medan.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang bermanfaat kepada berbagai pihak. Berdasarkan beberapa aspek, manfaat dari penelitian ini diantaranya adalah:

1. Aspek praktis, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan saran yang harus dilakukan penyedia layanan dalam hal ini perusahaan perbankan agar mampu mempersiapkan panduan penggunaan *mobile banking* berdasarkan *digital skill* yang dibutuhkan pengguna. Tidak hanya itu, masyarakat juga dapat menjadikan penelitian ini sebagai tambahan wawasan agar dapat menggunakan *mobile banking* dengan baik, sehingga industri perbankan dapat mengikuti perkembangan revolusi industri yang akan datang.
2. Aspek akademis, penelitian ini bermanfaat untuk dijadikan referensi atau literasi tambahan. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai ilmu pengetahuan untuk mengembangkan teori tentang *digital skill* pada industri perbankan dalam kasus penggunaan teknologi *mobile banking* atau sejenisnya.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pada bagian ini berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V. Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi tentang penjelasan secara umum tentang gambaran dari penelitian ini, seperti objek penelitian, latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II mengandung teori yang terkait dengan penelitian berdasarkan penelitian terdahulu yang dirumuskan pada kerangka penelitian, serta jika diperlukan membuat hipotesis penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab III menegaskan metode dan teknik pendekatan yang digunakan pada penelitian ini untuk mengumpulkan serta menganalisis data yang mampu menjawab permasalahan dari penelitian ini, yang meliputi penjelasan tentang jenis penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, cara pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data yang digunakan.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV merupakan hasil dari keseluruhan penelitian yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian dengan menyajikan hasil penelitian serta pembahasan atau analisisnya. Setiap bagian pembahasan dimulai dari hasil analisis data yang kemudian diinterpretasikan serta diikuti dengan penarikan kesimpulan pada masing-masing bagian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

BAB V adalah proses penarikan kesimpulan secara keseluruhan yang merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian serta memberikan saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.