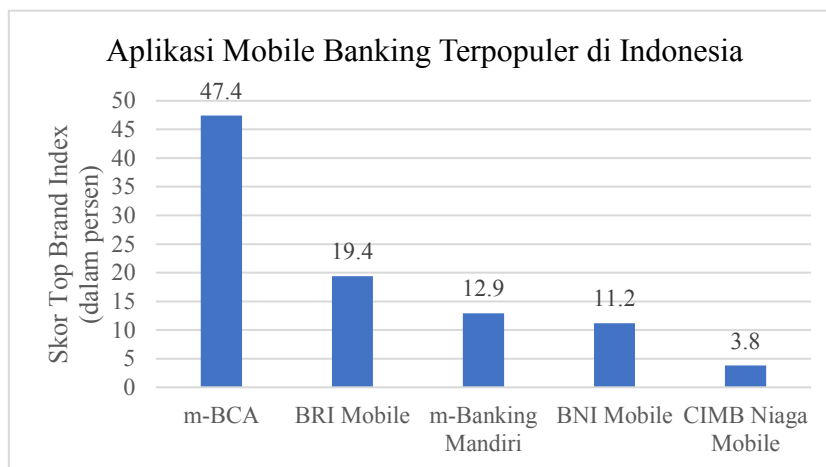


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Mobile banking merupakan salah satu layanan yang ditawarkan kepada nasabah oleh bank untuk melakukan berbagai transaksi yang berkaitan dengan perbankan melalui internet dengan memanfaatkan teknologi komunikasi alat bergerak seperti telepon seluler (Pratiwi, 2012). Sedangkan menurut Hutabarat (2010), *Mobile banking* merupakan suatu fasilitas yang tidak berbeda jauh dengan Anjungan Tunai Mandiri (ATM), namun *mobile banking* tidak dapat mengambil uang *cash*. *Mobile banking* ini merupakan salah satu strategi dalam menghadapi persaingan pasar dimana bank perlu membuka saluran baru dalam menggapai nasabahnya dan melakukan inovasi yang memanfaatkan teknologi seluler dan media sosial yang terus berkembang (Ratten, 2008; Wonglimpiyarat, 2014).



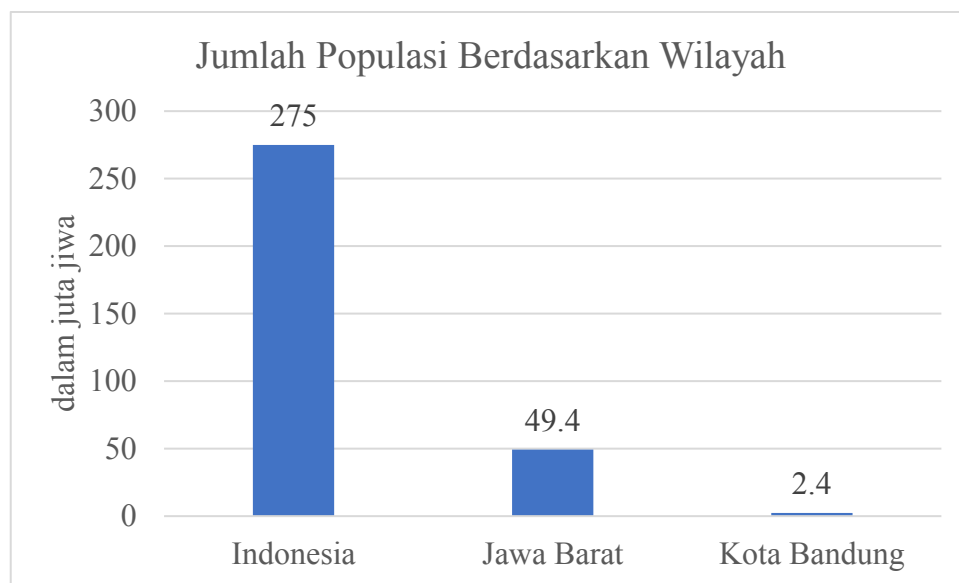
Gambar 1.1 Aplikasi Mobile Banking Terpopuler di Indonesia
Sumber: Top Brand Award, 2022

Berdasarkan data yang telah diperoleh, setidaknya terdapat lima aplikasi *mobile banking* terpopuler di Indonesia berdasarkan nilai *Top Brand Index* (TBI), yaitu m-BCA dengan TBI sebesar 47,4%, BRI Mobile dengan TBI 19,4%, Livin’

by Mandiri dengan TBI 12,9%, BNI Mobile dengan TBI 11,2%, serta CIMB Niaga Mobile di posisi kelima dengan TBI 3,8% (katadata.co.id, 2022).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Populasi dunia saat ini mencapai sebanyak 8 miliar jiwa, dan saat ini Indonesia berada di posisi ke-4 dengan jumlah populasi terbanyak di dunia dengan total sebanyak 275 juta jiwa (United Nation, 2022). Berdasarkan provinsi, Jawa Barat memiliki populasi sebanyak 49,4 juta jiwa dengan Kota Bandung sebagai ibukota memiliki penduduk sebanyak 2,4 juta jiwa (bps.go.id, 2022). Pertumbuhan populasi ini saling berhubungan dengan teknologi, hal ini dikarenakan seiring dengan tumbuhnya populasi maka kebutuhan yang diperlukan akan meningkat, sehingga hal tersebut mendorong perkembangan teknologi-teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan populasi (Wilkinson, 1973). Teknologi ini juga sudah menjadi salah satu kebutuhan penting bagi masyarakat (Bratawisnu dkk., 2017).



Gambar 1.2 Jumlah Populasi Berdasarkan Wilayah

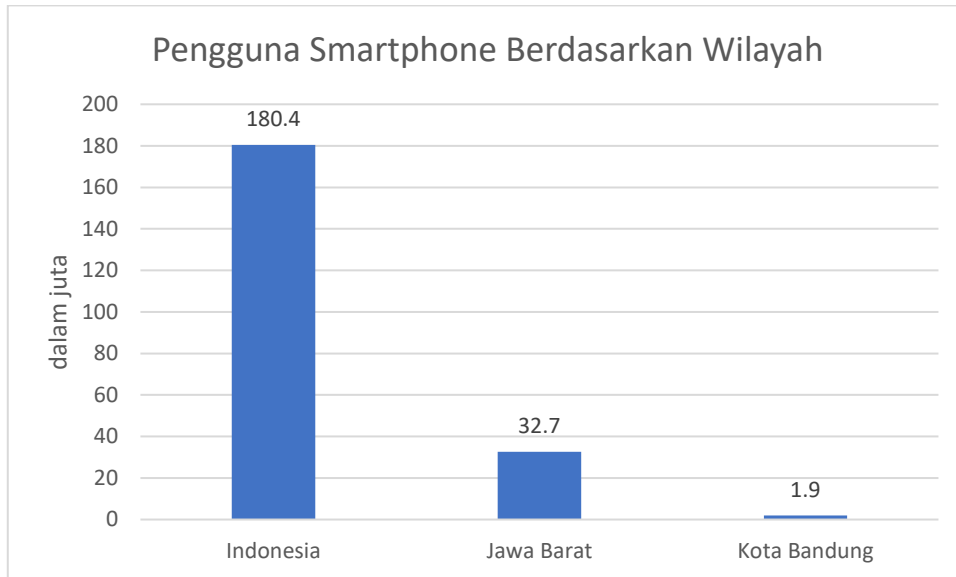
Sumber: United Nation, 2022; bps.go.id, 2022

Teknologi merupakan sarana dalam menyediakan barang yang diperlukan bagi kelangsungan hidup manusia (Pusat Bahasa, 2011). Teknologi ini memberikan berbagai manfaat dalam berbagai aspek sehingga saat ini dapat dibilang bahwa

teknologi tidak dapat terlepas dari aktivitas sehari-hari (Nathalia & Irwansyah, 2018). Salah satu perkembangan teknologi yang dapat membantu dalam memenuhi kebutuhan tersebut adalah Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). TIK ini juga memberikan manfaat dalam berbagai aspek, seperti munculnya kemampuan komunikasi yang baru, mempermudah aktivitas rumah tangga, bisnis, pendidikan, perbankan dan lain-lain (Bosamia, 2013). Sehingga dapat dikatakan bahwa TIK ini memiliki pengaruh penting dalam kehidupan manusia (Omeri, 2017).

Salah satu bentuk TIK yang digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah teknologi *smartphone* dan internet. Jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia pada tahun 2021 mencapai sebanyak 65,87 persen yang meliputi wilayah perkotaan dan perdesaan atau sebanyak 180,4 juta pengguna dan sebanyak 67,83 persen atau 32,7 juta masyarakat provinsi Jawa Barat yang meliputi daerah perkotaan serta perdesaan menyatakan bahwa mereka memiliki atau menguasai teknologi *smartphone* (bps.go.id, 2021). Sedangkan berdasarkan penduduk Kota Bandung yang berumur lima tahun keatas yang menguasai atau memiliki *smartphone* sebanyak 77,75 persen atau 1.9 juta orang (bps.go.id, 2017).

Berdasarkan data tersebut maka dapat dilihat bahwa terdapat fenomena atau gap dimana jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia tidak sesuai dengan jumlah populasi dimana terdapat 93.87 juta masyarakat yang tidak menggunakan *smartphone*. Hal ini tentu tidak sesuai dengan harapan dan kenyataan karena *smartphone* ini seharusnya sangat diminati karena memiliki berbagai manfaat dalam penggunaannya yang dapat mempermudah aktivitas serta mempengaruhi dalam beberapa aspek penting seperti pada bisnis, pendidikan, kesehatan, dan kehidupan sosial (Sarwar, 2013). Namun, dalam memanfaatkan teknologi *smartphone* ini mayoritas penggunaannya membutuhkan teknologi internet sebagai salah satu bentuk material yang dibutuhkan untuk mengaksesnya. Hal ini dikarenakan internet berperan sebagai sistem yang saling menghubungkan satu sama lain.



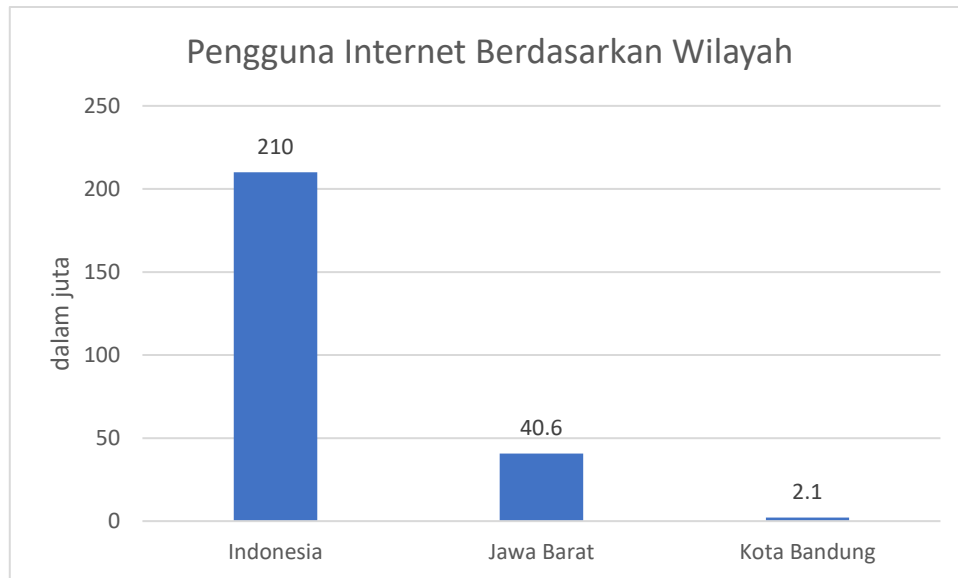
Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Smartphone Berdasarkan Wilayah

Sumber: bps.go.id, 2021

Pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai sebesar 210,03 juta pengguna (APJII, 2022). Sedangkan dalam provinsi Jawa Barat persentase pengguna internet dalam rumah tangga di daerah perkotaan dan perdesaan mencapai sebesar 84,26 persen atau 40,6 juta pengguna dari penduduk rumah tangga di Jawa Barat (bps.go.id, 2021), sedangkan jumlah pengguna internet di Kota Bandung terdapat sebanyak 2,1 juta pengguna (Diskominfo, 2022). Sedangkan berdasarkan tujuan penggunaan internet, masyarakat Kota Bandung yang berumur lima tahun ke atas yang mengakses internet setidaknya terbagi menjadi sembilan tujuan, yaitu penggunaan internet dengan tujuan media sosial sebesar 88,99%, mendapatkan informasi sebesar 66,13%, hiburan sebesar 63,08%, mendapatkan informasi untuk proses pembelajaran sebesar 33,04%, pembelian barang atau jasa sebesar 16,25%, mendapatkan informasi mengenai barang atau jasa sebesar 13,13%, mengirim atau menerima e-mail sebesar 13%, fasilitas finansial 7,78%, dan lainnya sebesar 4,47% (bps.go.id, 2021).

Berdasarkan data tersebut maka dapat dilihat bahwa terdapat fenomena atau gap dimana jumlah pengguna internet di Kota Bandung sudah cukup tinggi, namun

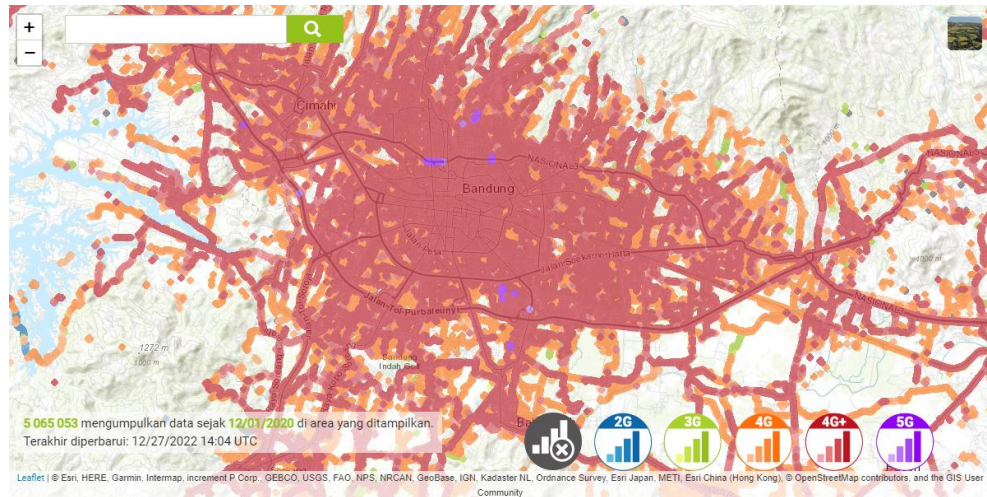
dalam penggunaan internet dengan tujuan akses finansial seperti *mobile banking* sangatlah minim, dimana hanya mencapai 7,78%% atau sebanyak 163 ribu saja dari 2,1 juta pengguna.



Gambar 1.4 Jumlah Pengguna Internet Berdasarkan Wilayah

Sumber: APJII, 2022; bps.go.id, 2021; Diskominfo, 2022

Untuk menggunakan internet tersebut, masyarakat perlu menggunakan layanan jasa komunikasi yang terdapat di Indonesia. Penyedia layanan komunikasi di Indonesia ini paling besar dimiliki oleh PT. Telkomsel dengan jumlah *subscribers* sebesar 171,11 juta (statista.com, 2019) yang layanannya sudah tersebar di Kota Bandung (nperf.com, 2022). Selain itu juga terdapat perkembangan atau inovasi teknologi yang mengubah sistem pembayaran, dimana pembayaran tidak hanya dapat dilakukan tunai saja namun juga dapat dilakukan dengan cara non tunai (Salsabila & Giri, 2017). Walaupun *mobile banking* ini merupakan inovasi yang dapat bermanfaat, nyatanya pengguna *mobile banking* ini masih terbilang sedikit jika dibandingkan dengan jumlah nasabahnya (Arditya & Giri, 2021).

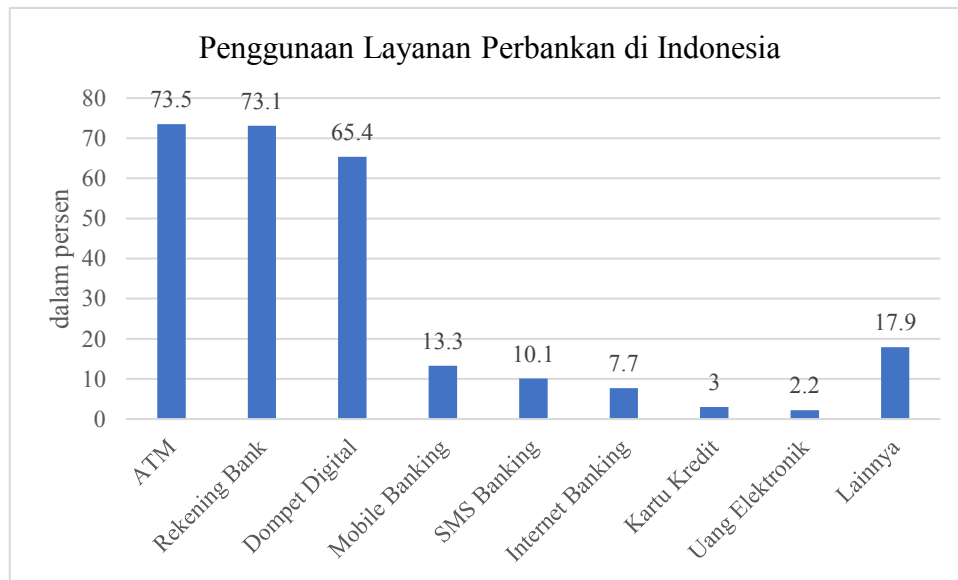


Gambar 1.5 Telkomsel Coverage di Kota Bandung

Sumber: Nperf.com, 2022

Pemanfaatan teknologi dalam layanan perbankan digital ini memiliki berbagai bentuk, salah satunya adalah aplikasi *mobile banking* dan *online banking*. *Mobile banking* ini merupakan salah satu layanan bank dalam bentuk suatu aplikasi yang memungkinkan nasabah untuk dapat melakukan suatu transaksi yang memanfaatkan penggunaan *smartphone* serta internet. *Mobile banking* ini bertujuan untuk melakukan digitalisasi perbankan dimana yang awal mulanya pelayanan hanya dilakukan secara konvensional sehingga diubah menjadi pelayanan secara digital. Sedangkan *online* atau internet *banking* ini merupakan layanan transaksi perbankan yang diakses menggunakan internet melalui *website* resmi bank. Berdasarkan data yang diperoleh dari (Visa, 2021), sebanyak 76% atau 209 juta masyarakat di Indonesia mengetahui dan tertarik dengan layanan perbankan *mobile banking*, sedangkan 54% atau 148,5 juta masyarakat Indonesia mengetahui dan tertarik dengan layanan *online banking*. Sedangkan berdasarkan layanan perbankan yang digunakan oleh masyarakat Indonesia, pengguna *mobile banking* hanya sebanyak 13,3% saja dibandingkan dengan layanan perbankan lainnya (Kominfo, 2021).

Terhadap data yang dipaparkan tersebut terjadi fenomena dimana masyarakat yang mengetahui dan tertarik dalam menggunakan *mobile banking* cukup tinggi hingga mencapai 209 juta orang, namun kenyataannya jumlah pengguna *mobile banking* di Indonesia ini masih minim dimana hanya 13.3% saja atau sebanyak 36,5 juta pengguna dibandingkan dengan layanan perbankan lainnya walaupun jumlah pengguna *smartphone* serta internet sebagai salah satu bentuk material penggunaan *mobile banking* cukup terpenuhi. Hal ini dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah dikarenakan rendahnya literasi digital.

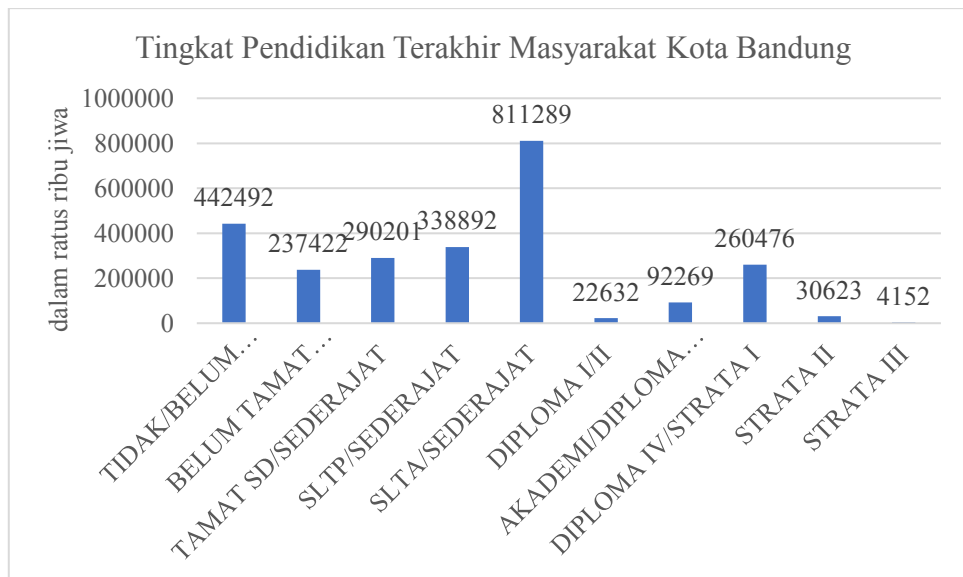


Gambar 1.6 Penggunaan Layanan Perbankan di Indonesia
 Sumber: Kominfo, 2021

Literasi digital adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan TIK (Jose, 2016). Kemampuan atau keterampilan digital ini meliputi beberapa hal, yaitu seperti kemampuan seseorang dalam melakukan komunikasi, berinteraksi, menganalisis, dan lain-lain dengan menggunakan suatu teknologi (Dudeney, 2015). Menurut (Van Laar dkk., 2019) tingkat edukasi seseorang dapat mempengaruhi kemampuan atau keterampilan digital.

Berdasarkan data yang diperoleh dari (Disdukcapil.go.id, 2022) pendidikan terakhir masyarakat Kota Bandung di dominasi oleh tamatan SLTA/Sederajat

dengan jumlah penduduk sebanyak 811 ribu orang. Pada posisi kedua terdapat masyarakat yang tidak/belum sekolah dengan jumlah sebanyak 442 ribu. Sedangkan diposisi ketiga terdapat masyarakat Kota Bandung dengan pendidikan terakhir SLTP/Sederajat dengan jumlah sebanyak 338 ribu orang. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dilihat bahwa mayoritas masyarakat Kota Bandung memiliki tingkat edukasi yang rendah sehingga hal ini dapat menunjukkan bahwa literasi digital atau khususnya keterampilan digital masyarakat juga rendah. Rendahnya hal tersebut dapat mempengaruhi beberapa hal, salah satu nya adalah terjadinya kesenjangan digital (Hukama & Giri, 2023).



Gambar 1.7 Tingkat Pendidikan Terakhir Masyarakat Kota Bandung

Sumber: Disdukcapil.go.id, 2022

Kesenjangan digital ini mengacu pada kesenjangan dari sebagian populasi yang memiliki akses terhadap *Information and communication technologies (ICT)* dan yang tidak atau memiliki akses yang buruk terhadap ICT (Van Dijk, 2006). Aspek yang dapat mempengaruhi terjadinya kesenjangan digital ini dapat dipengaruhi oleh aspek *personal categorical (gender, age)* dan *positional categorical (education) inequalities* sebagai penyebab yang dapat mempengaruhi

empat tahap penggunaan teknologi, yaitu *motivation, physical access and material access, digital skills*, serta *usage* (Van Dijk, 2012).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai analisis kesenjangan digital dalam penggunaan aplikasi mobile banking di Kota Bandung. Penelitian ini didasari atas beberapa hal, yaitu adanya jumlah pengguna *smartphone* yang tidak sesuai dengan jumlah populasi di Indonesia, rendahnya pengguna layanan aplikasi *mobile banking* di Indonesia walaupun masyarakat yang mengetahui dan tertarik dalam menggunakan *mobile banking* cukup tinggi, rendahnya penggunaan internet dengan tujuan akses finansial walaupun jumlah pengguna internet di Kota Bandung cukup tinggi dan *coverage* internet sudah merata, serta tingkat pendidikan terakhir masyarakat Kota Bandung yang rendah sehingga mempengaruhi tingkat literasi digital masyarakat. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis kesenjangan digital dalam penggunaan aplikasi *mobile banking* di Kota Bandung”.

1.3 Perumusan Masalah

Perkembangan populasi yang terjadi memiliki hubungan yang erat dengan perkembangan teknologi. Hal ini dikarenakan seiring dengan berjalannya waktu kebutuhan masyarakat akan semakin meningkat sehingga dibutuhkanlah inovasi teknologi yang baru dan terus berkembang untuk dapat memenuhi kebutuhan tersebut serta membantu aktivitas sehari-hari masyarakat. Salah satu perkembangan atau inovasi teknologi itu adalah aplikasi *mobile banking* dimana teknologi ini memanfaatkan *smartphone* serta internet untuk dapat melakukan kegiatan perbankan secara digital.

Berdasarkan data yang diperoleh dari (Visa, 2021) *mobile banking* ini memiliki banyak peminat dikalangan masyarakat Indonesia hingga mencapai 76% dari penduduk Indonesia atau sebanyak 209 juta penduduk. Dengan data tersebut dapat dilihat bahwa *mobile banking* ini memiliki potensi yang sangat baik dan berpotensi untuk berkembang pesat. Namun kenyataannya berdasarkan data yang diperoleh masyarakat Indonesia yang menggunakan aplikasi *mobile banking* ini hanya

sebesar 13,3% saja dimana angka tersebut terbilang sangat minim karena hanya sebanyak 36,5 juta pengguna saja dari total populasi Indonesia walaupun jumlah pengguna internet di Indonesia sudah cukup memenuhi (Kominfo, 2021). Salah satu faktor yang dapat menyebabkan hal tersebut terjadi adalah karena rendahnya jumlah pengguna teknologi *smartphone* di Indonesia dimana hanya terdapat 180,4 juta pengguna saja. Selain itu juga hal tersebut dapat terjadi karena rendahnya tingkat pendidikan masyarakat sehingga literasi digital dan keterampilan digital yang dimiliki oleh masyarakat itu rendah yang secara bersamaan hal ini akan menimbulkan terjadinya kesenjangan digital. Kesenjangan digital ini dibentuk oleh empat tahapan dalam mengakses teknologi digital, yaitu *motivation, physical access and material access, mobile banking skills, dan usage*. Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah yang dibuat oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Dari sisi bisnis, faktor kesenjangan digital memiliki peranan penting. Adanya kesenjangan atau tidak terpenuhinya diantara salah satu faktor tersebut yang meliputi *motivation, physical access and material access, mobile banking skills, dan usage* dapat menghambat terjadinya aktivitas bisnis
2. Dari sisi akademis, penggunaan faktor kesenjangan digital seperti *motivation, physical access and material access, mobile banking skills, dan usage* merupakan faktor yang berperan penting dalam mengkaji kesenjangan digital. Namun penelitian yang dilakukan di Indonesia belum ada yang membahas hubungan antara kesenjangan digital dengan penggunaan aplikasi *mobile banking*.

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka penulis menetapkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Seberapa besar tingkat *motivation* responden terhadap kepemilikan *physical access and material access*?
2. Seberapa baik *physical access and material access* responden dalam mendukung *mobile banking skills*?

3. Seberapa baik *mobile banking skills* responden dalam mendukung penggunaan (*usage*) *mobile banking*?
4. Apakah perbedaan *gender*, *age*, dan *education* berpengaruh terhadap *motivation*, *physical access and material access*, *mobile banking skills*, dan *usage* dalam penggunaan aplikasi *mobile banking* di Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan oleh penulis, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis tingkat *motivation* responden terhadap kepemilikan *physical access and material access*
2. Menganalisis *physical access and material access* responden dalam mendukung *mobile banking skills*
3. Menganalisis *mobile banking skills* responden dalam mendukung penggunaan (*usage*) *mobile banking*
4. Untuk menguji apakah perbedaan *gender*, *age*, dan *education* berpengaruh terhadap *motivation*, *physical access and material access*, *mobile banking skills*, dan *usage* dalam penggunaan aplikasi *mobile banking* di Kota Bandung

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai kesenjangan digital para pembaca serta mengetahui pengaruh kesenjangan digital dalam penggunaan aplikasi *mobile banking*.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan penulis dan menjadi media pembelajaran serta sebagai bentuk implementasi terhadap ilmu yang telah penulis dapatkan.

b. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu serta memberikan masukan terhadap pengembangan dalam aplikasi *mobile banking*.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan teori yang berkaitan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan penelitian ini disusun sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan mengenai teori-teori yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini, meliputi teori mengenai pemasaran, perilaku konsumen, teknologi informasi, dan kesenjangan digital. Kemudian dilanjutkan dengan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai variabel penelitian yang digunakan, metode pengumpulan data, serta prosedur dalam melakukan analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memaparkan mengenai hasil penelitian terhadap analisis data yang telah dilakukan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup yang berisikan mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta memberikan saran terhadap penelitian selanjutnya.