

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kita sudah masuk pada revolusi yang disebut “Revolusi Industri 4.0” di dunia industri. Pada Hannover Fair 2011 di Jerman, Revolusi Industri 4.0 dipublikasi. Menurut laporan terbaru yang diterbitkan dalam jurnal *Communications and Information Technology*, "Revolusi Industri 4.0" yakni fenomena yang dihasilkan dari kombinasi teknologi jaringan dan teknologi otomasi. Sistem siber-fisik yakni nama lain dari Revolusi Industri Keempat. Gagasan di balik implementasinya yakni bahwa, dengan bantuan teknologi informasi, ini bisa diotomatisasi, mengurangi kebutuhan tenaga kerja manusia, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas dan efisiensi di tempat kerja. (Mutiasari, 2020).

Seiring pertumbuhan industri bergeser ke digitalisasi, berbagai aktivitas mulai bergeser sesuai dengan perkembangan yang ada. Inovasi teknologi yang mempermudah hidup juga sudah merambah sektor keuangan, dan Sektor keuangan termasuk kekuatan pendorong di balik transisi ke Era Industri 4.0. sebab perbankan sudah berkembang menjadi industri jasa dengan kontribusi bagi pendapatan nasional serta fungsinya sebagai intermediasi guna menampung dana masyarakat serta

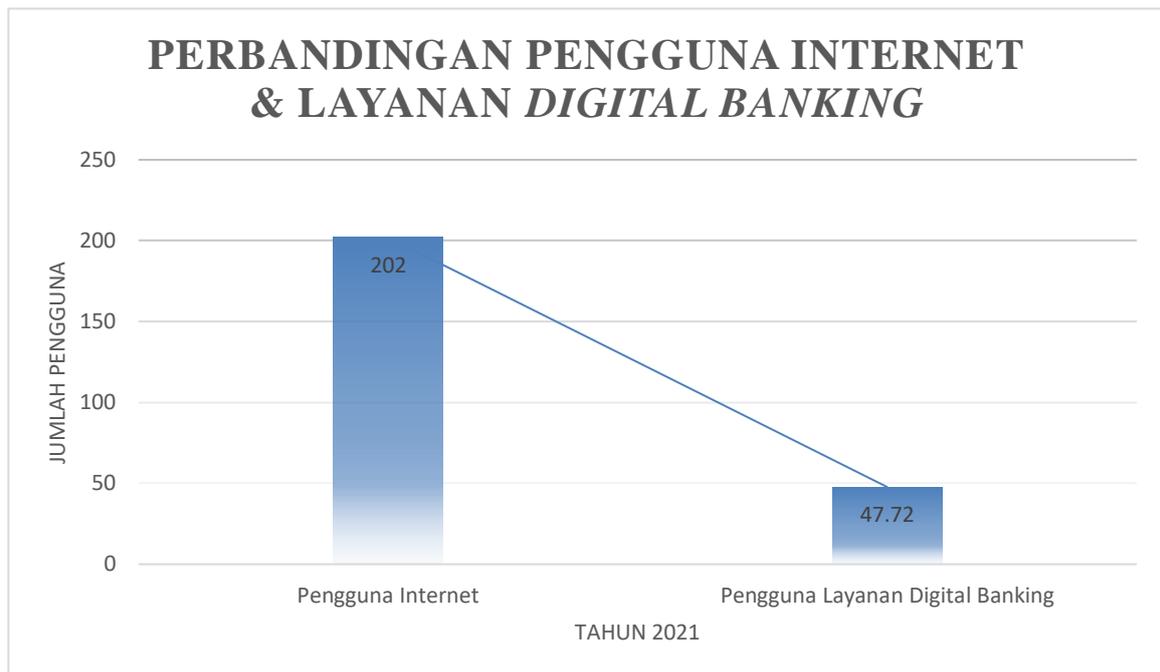
mendistribusikan lagi pada kegiatan ekonomi produktif, yakni industri jasa yang berkembang yang bisa mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia (Mutiasari, 2020).

Peraturan OJK No.12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum mendorong digitalisasi perbankan. Peraturan yang diterbitkan oleh OJK menyatakan, “Layanan perbankan digital yakni layanan perbankan elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan penggunaan data nasabah agar bisa melayani nasabah dengan lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*) serta bisa dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah dengan memperhatikan aspek pengamanan”. Guna melayani nasabah dengan lebih baik, lembaga keuangan akan mendapat manfaat dari pengawasan OJK tentang cara mereka memakai teknologi.

Digitalisasi melibatkan berbagai aspek operasi dan layanan perbankan termasuk pembuatan laporan rekening elektronik, layanan pembayaran seluler, dan pengarsipan dokumen secara elektronik. Adopsi inovasi digital oleh nasabah di sektor perbankan makin mendapat daya tarik dengan terus berkembangnya berbagai solusi seperti *mobile banking* dan *internet banking*. Jumlah transaksi reguler yang dilakukan melalui platform perbankan digital secara global pada tahun 2019 diperkirakan mencapai US 2 miliar sebab keluarga dan organisasi sebagian besar memanfaatkan platform pembayaran digital untuk pembayaran biaya kuliah, penyelesaian

tagihan utilitas, penyelesaian perdagangan luar negeri, perdagangan elektronik, dan untuk tabungan. Beberapa nasabah bank sama-sama melakukan transaksi non- pembayaran lainnya pada platform mobile banking termasuk pertanyaan saldo rekening dan pertanyaan riwayat transaksi (Kurniawan et al., 2021).

Dengan adanya teknologi digital ini, seharusnya disambut dengan baik oleh masyarakat. Dengan digitalisasi, seluruh proses perbankan bisa berjalan dengan lebih efektif (Kurniawan et al., 2021). Sayangnya, tidak semua konsumen menerima perubahan ini. Sebagian besar menganggap sistem perbankan tidak seharusnya dijalankan secara digital. Beberapa alasan yang paling sering ditemui yakni masalah kredibilitas, keamanan, dan kemudahan (ILCUS, 2018). Dilansir dari (Katadata, 2021), jumlah pengguna *Digital Banking* di Indonesia pada Tahun 2021 diperkirakan mencapai 47,72 juta orang. Sedangkan menurut Ketua APJII, “Jumlah pengguna internet pada tahun 2022 mencapai sekitar 210 juta orang; Meskipun penggunaan internet di Indonesia terus meningkat, jumlah penggunaan layanan digital banking di Indonesia belum mencapai 50% dari total penggunaan internet di Indonesia.”

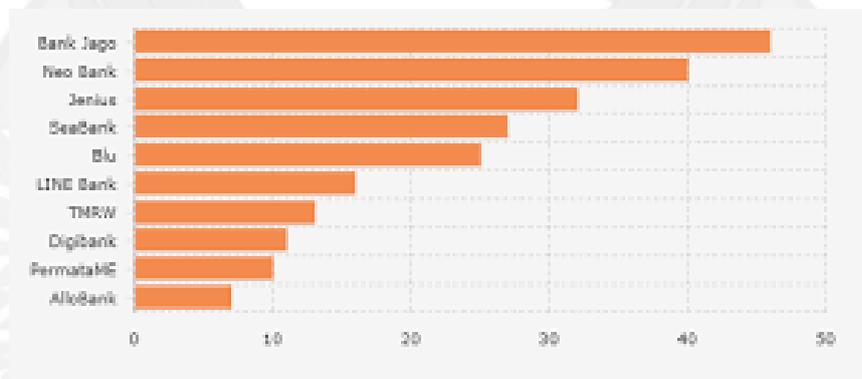


Gambar 1. 1 Perbandingan Pengguna Internet dengan Layanan Digital Banking di Indonesia

Sumber: DetikInet & (Katadata, 2021)

Layanan perbankan disediakan oleh Bank Jago, sebuah lembaga keuangan. Sebelum bercabang dari perbankan tradisional, fokus utama lembaga ini yakni melayani masyarakat umum. Namun, seiring perkembangan dunia dan kemajuan teknologi, bank memasuki era baru, transisi dari lokasi fisik ke platform online. Hal ini dilakukan guna membantu bank mencapai tujuan mulia mereka. Melalui ekosistem yang dioptimalkan teknologi, bank ini menyediakan layanan keuangan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah di pasar mikro, kecil, dan menengah (UMK), ritel, dan mass market.

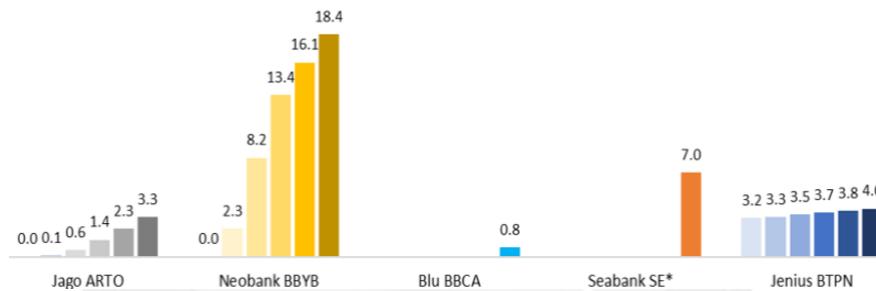
Bank Jago, sebelumnya bernama Bank Artos Indonesia, mengalami transformasi digital dari pendahulunya, bank tradisional. Bank Jago menawarkan berbagai layanan perbankan digital seperti transfer antar bank secara gratis, pembayaran belanja online, investasi yang terhubung dengan Bibit, dan pengaturan keuangan. Menurut Direktur Utama PT. Bank Jago, nasabah layanan digital perbankan Bank Jago memiliki 3,9 juta nasabah aktif.



Gambar 1. 2 Pengunduh Aplikasi Bank Digital

Sumber: (Databoks, 2022)

Pada tahun 2022 Bank Jago menduduki peringkat 1 sebagai Bank digital yang paling banyak diunduh dan digunakan menurut Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional.



Gambar 1. 3 Jumlah Perkembangan Nasabah 2021-2022

Sumber : (Investabook, 2022)

Namun perkembangan jumlah nasabah Bank Jago dari waktu ke waktu hanya bertambah sedikit jika dibandingkan dengan Bank Digital lainnya seperti Neobank yang sekarang sudah memiliki total 18.4 juta nasabah aktif.

Layanan *Digital Banking* belum menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia. Menurut Ekonom Indef Abdul Manap Pulungan, “Promo masih menjadi penarik utama bagi *Bank Digital*.” Munculnya pengguna pasif *bank digital* diduga juga sebab adanya pengurangan diskon dan potongan harga yang ditawarkan bank. Setelah pengguna memanfaatkan promosi yang ditawarkan, orang kembali ke bank konvensional, yang juga memiliki kemampuan transaksi *mobile banking*. Ia juga menilai perbankan digital belum menjadi prioritas masyarakat selama ini dikarenakan semua fungsi dasar dalam transaksi digital bisa diimplementasikan melalui aplikasi milik bank konvensional. Sehingga bisa dikatakan bahwasanya penggunaan

internet untuk layanan digital perbankan di Indonesia hanya dipakai sebagai pelengkap saja, bukan sebagai kegiatan utama perbankan.



Gambar 1. 4 Ranking Perkembangan Internet

Sumber: (Teknoia, 2020)

Berdasarkan data We are Social & Hootsuite dalam (Teknoia, 2020), Indonesia ada di urutan ketiga, dengan peningkatan pengguna internet senilai 17 persen dibandingkan tahun sebelumnya. bila angka ini terus tumbuh pada tingkat ini, pada tahun depan akan ada 25,3 juta lebih banyak orang yang memakai internet. bila dibanding dengan negara lain di dunia, Indonesia memiliki salah satu populasi termuda. Menurut data yang ada, rata-rata usia di Indonesia yakni 29,7 tahun. Dibandingkan dengan rata-rata global 30,9 tahun, ini jauh lebih rendah. sebab mayoritas pengguna berusia di bawah 30 tahun, penduduk Indonesia yang relatif muda menghadirkan potensi unik bagi negara

untuk maju di bidang teknologi digital.

Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025



Gambar 1. 5 Perkiraan Pengguna Smartphone di Indonesia

Sumber: (Statista, 2022)

Dengan tingginya angka penetrasi pengguna internet dan juga besarnya pengguna ponsel di Indonesia, maka presentase penggunaan layanan internet banking di Indonesia bisa meningkat secara signifikan. Menurut Kepala Eksekutif Pengawas Perbankan OJK Heru Kristiyana mengatakan “Potensi ekonomi dan keuangan digital Indonesia termasuk yang tertinggi di Asia Tenggara dan diproyeksikan terus meningkat hingga 2025. Akumulasi nilai transaksi daring atau gross merchandise value (GMV) online selama 2021 mencapai 70 miliar dolar AS, tertinggi di Asia Tenggara.” Ke depan untuk 2025, nilai GMV itu diprediksi naik menjadi 146 miliar dolar AS. Data tersebut sudah menunjukkan bahwasanya Indonesia memiliki perkembangan digitalisasi yang sangat tinggi. Namun, perkembangan digitalisasi yang tinggi tidak diikuti

dengan perkembangan penggunaan layanan digital perbankan.

Laporan Bank Indonesia mengatakan bahwasanya Indonesia mengalami penurunan hingga 29,26% secara bulanan dalam transaksi digital perbankan. Meski demikian Indonesia masih mengalami lonjakan bila dibanding periode yang sama tahun lalu. Data Bank Indonesia menyebutkan total nilai transaksi digital banking pada Mei 2022 senilai Rp3.766,7 triliun, lebih rendah Rp1.562 triliun dibandingkan dengan April 2022 yang senilai Rp5.338 triliun. Menurut survei Finder.com, Indonesia akan tergeser oleh Vietnam pada tahun 2026 mendatang dari peringkat pengguna layanan digital perbankan, dan juga hampir tersalip oleh Malaysia pada tahun 2026 mendatang. Dari survei ini menandakan bahwasanya Indonesia harus bisa mengejar ketertinggalan dari Vietnam dan harus waspada terhadap negara-negara lain yang mulai mengejar. Indonesia harus bergerak dalam memanfaatkan internet dengan layanan digital perbankan semaksimal mungkin bila ingin mengejar Vietnam dan juga Brasil, terlebih lagi Indonesia sudah didukung dengan angka pengguna penetrasi internet dan juga pengguna ponsel yang tinggi.

Menurut OJK (2021) evaluasi rata-rata tingkat kematangan digital industri perbankan dari dimensi data, teknologi, kolaborasi, dan nasabah terlihat proporsinya masih di bawah 50%. Sementara itu, tingkat kematangan digital industri perbankan pada dimensi data, teknologi, kolaborasi, dan nasabah rata-rata minimal 50% guna mencapai standar optimal OJK.

Penelitian ini mengembangkan penelitian sebelumnya yaitu (Patel et al., 2018). Penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian yaitu (Aditya et al., 2016), dan (Wibowo et al., 2015) yang menyatakan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* mempengaruhi secara positif terhadap *behavioral intention to use* pada layanan *digital banking*. Penelitian lain yaitu (Singh et al., 2018) yang menyatakan bahwa *perceived security* mempengaruhi secara positif terhadap *behavioral intention to use* pada layanan *digital banking*. Penelitian sebelumnya yaitu (Patel et al., 2018) juga menyatakan bahwa *social influence* berpengaruh secara positif terhadap *behavioral intention to use* pada layanan *digital banking*. Perbedaan yang ada pada penelitian (Patel et al., 2018) adalah adanya perbedaan objek penelitian yaitu penelitian ini menggunakan objek Bank Jago sedangkan penelitian terdahulu tidak memfokuskan bank tertentu melainkan keseluruhan di Gujarat. Selain itu, ada perbedaan subjek penelitian yaitu penelitian ini menggunakan subjek di Jabodetabek sedangkan penelitian terdahulu di Gujarat.

1.2. Rumusan Masalah

Layanan Digital perbankan termasuk salah satu hal penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Menurut Ketua Umum APJII, “Jumlah pengguna internet pada tahun 2022 mencapai sekitar 210 juta orang.” Meskipun penggunaan internet di Indonesia terus meningkat, jumlah penggunaan layanan digital banking di Indonesia belum mencapai 50% dari total penggunaan internet di Indonesia guna mengatasi

Menurut Direktur Utama PT. Bank Jago, nasabah layanan digital perbankan Bank Jago memiliki 3,9 juta nasabah aktif. Namun, bila dibandingkan dengan jumlah nasabah AiBank masih tergolong rendah. AiBank termasuk Bank Digital yang berasal dari China, Menurut China CITIC Bank, pada tahun 2020 nasabah AiBank mencapai 51 juta nasabah.

Berdasarkan fakta yang ada di bagian latar belakang dari penelitian ini, rumusan masalah yang timbul yakni bagaimana meningkatkan *Behavior Intention* dalam penggunaan layanan *digital banking* dengan objek penelitian “Bank Jago”.

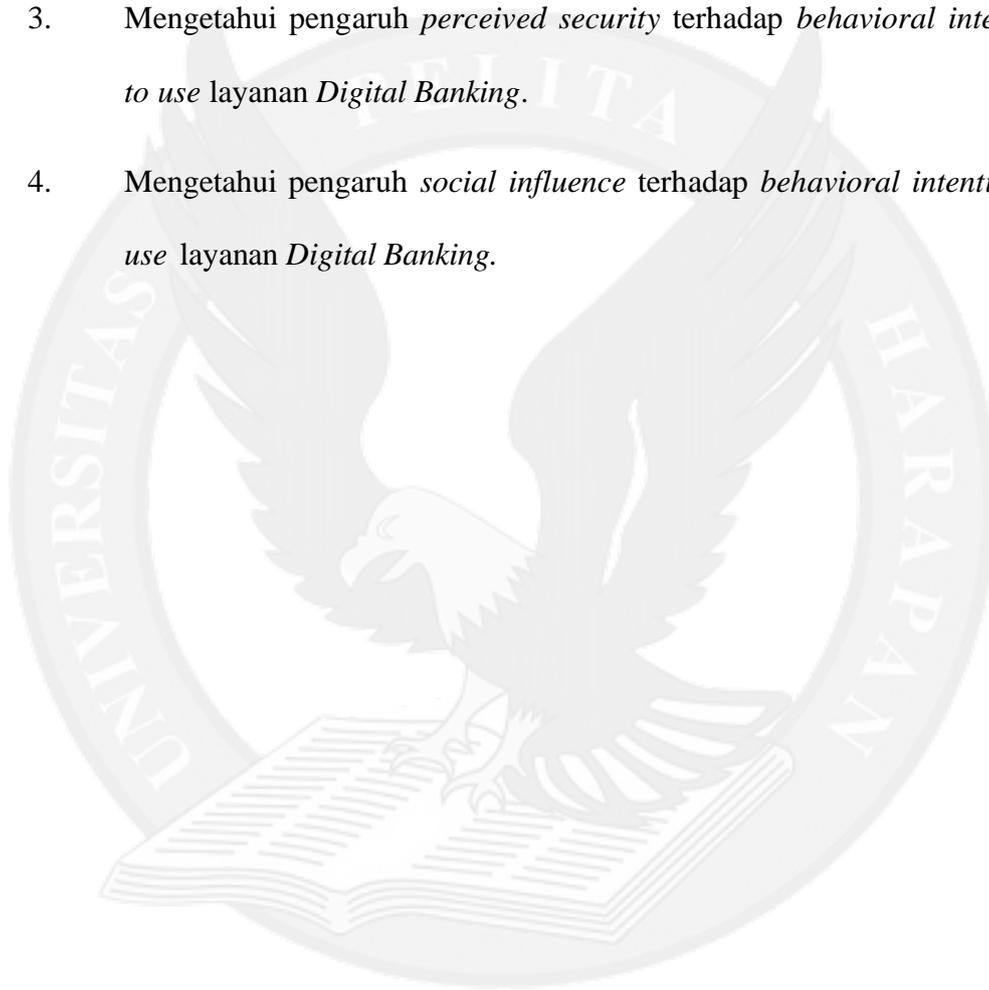
Maka, pertanyaan penelitian yakni:

1. Apakah ada pengaruh positif *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* layanan Bank Jago?
2. Apakah ada pengaruh positif *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* layanan Bank Jago?
3. Apakah ada pengaruh positif *perceived security* terhadap *behavioral intention to use* layanan Bank Jago?
4. Apakah ada pengaruh positif *social influence* terhadap *behavioral intention to use* layanan Bank Jago?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yakni :

1. Mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* layanan *Digital Banking*.
2. Mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* layanan *Digital Banking*.
3. Mengetahui pengaruh *perceived security* terhadap *behavioral intention to use* layanan *Digital Banking*.
4. Mengetahui pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention to use* layanan *Digital Banking*.



1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti memiliki harapan dengan judul penelitian, “*Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Intention To Use Pada Aplikasi Bank Jago*” supaya bisa memberi manfaat pada berbagai pihak dari segi teoritis maupun praktis

1.4.1 Manfaat Teoritis

- Temuan-temuan dari penelitian ini seharusnya bisa menjelaskan bagi kemajuan ilmu pengetahuan dan pendidikan, khususnya di bidang manajemen.
- Berfungsi sebagai sumber bagi para ilmuwan dan cendekiawan yang tertarik guna memperluas pemahaman kita tentang hal-hal serupa yang belum menjadi fokus penyelidikan ini.
- Niat perilaku pelanggan untuk memakai layanan perbankan digital dipengaruhi oleh sejumlah faktor, dan penelitian ini memberi informasi bagi pendidik tentang pengaruh tersebut.

1.4.2 Manfaat Praktis

- Memberikan informasi dan umpan balik bagi pihak sehingga bisa lebih baik dalam mengembangkan produk layanan *digital banking*.
- Sebagai bahan masukan bagi pihak perbankan bahwasanya *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived security*, dan *social influence* bisa mendorong niat berperilaku nasabah guna memakai layanan *digital*

banking.

- Memberikan informasi pada nasabah sehingga bisa memahami interaksi yang terbentuk dalam penggunaan layanan *digital banking*.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika yang dipakai pada penelitian ini terbagi menjadi 5 bab, yakni :

Bab 1 : Pendahuluan

Pada bab pendahuluan menyajikan penjelasan seperti latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan dari penelitian, manfaat teoritis dan praktis dari penelitian, serta. sistematika penelitian yang menggambarkan garis besar jalannya penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Bab 2 : Tinjauan Literatur

Pada bab tinjauan pustaka menyaikan teori-teorr pendukung terhadap variabel-variabel, hipotesis, model penelitian yang dipakai pada penelitian ini.

Bab 3 : Metode Penelitian

Pada bab metode penelitian menyajikan objek yang dipakai dalam penelitian, unit analisis, tipe penelitian, definisi konseptual & definisi operasional dari masing- masing variabel, populasi & sampel penelitian, teknik yang dipakai untuk pengumpulan data penelitian.

Bab 4 : Hasil dan Pembahasan

Pada bab hasil dan pembahasan akan disajikan hasil berupa data

statistic yang dihasilkan dari hasil survey peneliti, yang kemudian akan diolah guna menjawab pertanyaan dari rumusan masalah penelitian yang dibuat oleh peneliti.

Bab 5 : Kesimpulan dan saran

Pada bab kesimpulan dan saran termasuk bagian penutup dari penelitian dari peneliti yang berisikan mengenai kesimpulan yang bisa ditarik dari hasil akhir penelitian, dan saran yang bisa diberi pada objek yang diteliti serla pada peneliti-peneliti berikutnya.

