

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2022 ini perkembangan industri teknologi semakin berkembang. Perkembangan teknologi tersebut membuat orang-orang menjadi terbantu dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Indonesia ini telah berada pada revolusi industri 4.0. Dengan majunya industri teknologi ini tanpa disadari membuat orang-orang juga merubah perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Damghanian *et al.* (2016) dalam Ariningsih *et al.* (2022) seluruh kegiatan dalam kehidupan manusia telah berubah sehingga dunia saat ini telah mengalami metamorfosis sempurna. Seperti dalam kegiatan bertransaksi perbankan kita tidak harus lagi melakukan transaksi dengan pergi ke Bank. *Mobile banking* ini hampir semua masyarakat Indonesia menggunakannya. Sekarang bertransaksi serba menggunakan digital.

COVID-19 pertama kali teridentifikasi di Indonesia yaitu pada tanggal 2 Maret 2020 (Usman *et al.*, 2020). Setelah itu tepatnya tanggal 9 April pandemi ini sudah menyebar ke-34 Provinsi di Indonesia antara lain Jawa Timur, Jawa Barat, DKI Jakarta, dan Jawa Tengah. Pemerintah dengan cepat melakukan tindakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk menghindari semakin menyebarnya virus. PSBB menyebabkan berhentinya kegiatan ekonomi di Indonesia. Adanya pandemi COVID-19 juga membuat digitalisasi semakin dibutuhkan, karena adanya batasan untuk beraktivitas. Salah satu dampaknya dari pandemi COVID-19 yaitu pada kegiatan banking. Untuk melakukan transaksi

secara *offline* telah dibatasi, dan menyebabkan keterlambatan bertransaksi. Adanya pengurangan tenaga kerja juga membuat kegiatan di Bank terhambat. Dengan menggunakan *mobile banking* masalah tersebut dapat teratasi, karena kita tidak perlu mengantri dan juga repot-repot keluar rumah untuk melakukan transaksi. Hanya perlu bertransaksi melalui *mobile banking* akan menghemat waktu dan juga tenaga kita.

Technology Acceptance Model (TAM) ini dikembangkan oleh (Davis, 1989) , penggunaan internet ini dipengaruhi oleh TAM . *Perceived usefulness* dan *perceived ease of use* itu teradapatasi dari model TAM, yang didefinisikan sebagai faktor pendorong untuk penerimaan atau adopsi sebuah teknologi (Ariningsih *et al.*, 2022) . Tetapi bila hanya dua faktor tersebut tidak dapat mencukupi untuk melakukan penelitian, maka ditambahkan juga variable lainnya yaitu *perceived security* dan variable *trust*, untuk melihat pengaruh terhadap *intention to use*. *Perceived usefulness* menjadi faktor pendorong karena dengan menggunakan sebuah teknologi akan mempermudah kinerja mereka, dengan begitu orang akan tertarik untuk menggunakan atau mengadopsi sebuah teknologi baru. Sama halnya dengan *perceived ease of use* pada menerapkan penggunaan teknologi baru *perceived ease of use* ini berperan untuk memperlihatkan bahwa teknologi itu mudah digunakan dan mudah dipelajari.

Digitalisasi merupakan mengubah dokumen tercetak menjadi dokumen digital (Mustofa, 2018) . Digitalisasi di Indonesia ini sudah sangat berkembang mulai dari munculnya aplikasi belanja *online* (*e-commerce*), streaming *online*, aplikasi ojek *online*, dan pada sektor perbankan. Salah satu dampak dari COVID-

19 ini berdampak pada perbankan di Indonesia, kegiatan perbankan diberhentikan untuk menghindari menyebarnya virus COVID-19 tersebut. Keputusan para bank di Indonesia ini mulai merubah cara bertransaksi mereka dengan beralih ke Digital. Salah satu digitalisasi yang dilakukan oleh sektor bank yaitu *mobile banking*.



Gambar 1.1 Jumlah pengguna internet di Indonesia Januari 2012 - Januari 2022

Sumber : Karnadi (2022)

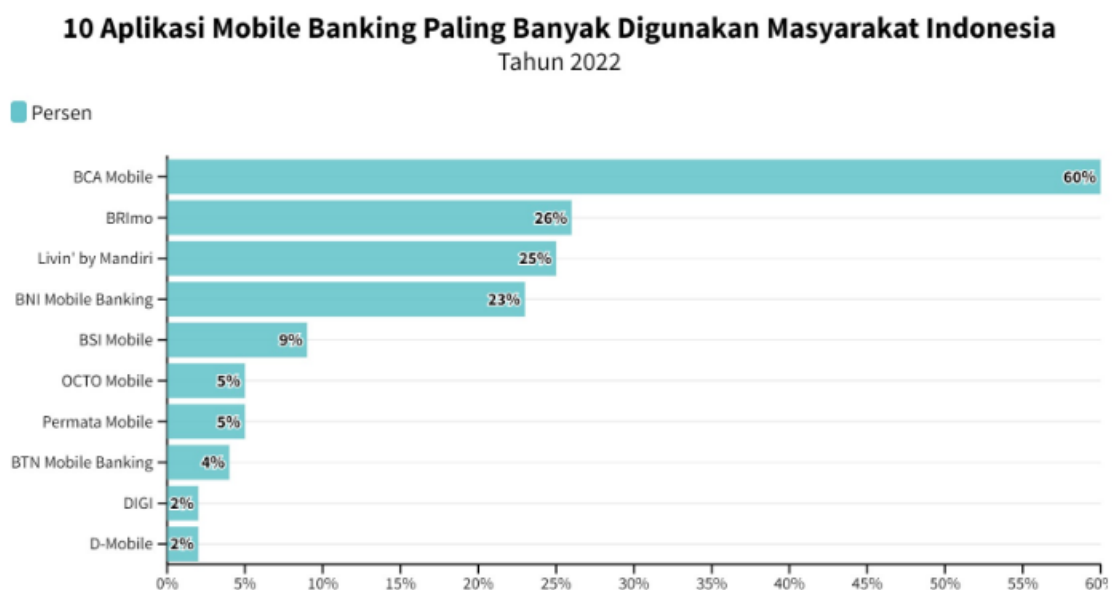
Data di atas merupakan data dari jumlah pengguna internet di Indonesia, Dapat dilihat dari 2012 hingga 2022 jumlah pengguna selalu meningkat. Kenaikan pengguna internet dalam 10 tahun ini sebanyak 165,4 juta pengguna. Pada tahun 2012 hanya 39,6 juta orang yang menggunakan internet, tetapi 10 tahun setelahnya sebanyak 205 juta pengguna, yang berarti 73,7% dari populasi di Indonesia telah menggunakan internet. Dengan begitu bisa dikatakan Indonesia telah memasuki era

Digital. Terbukti bahwa sudah banyak orang yang menggunakan internet, dan kedepannya juga akan semakin banyak lagi orang yang menggunakan internet. Maka digitalisasi ini merupakan hal yang perlu diikuti terus dan terus dikembangkan. Maka penting untuk sektor bank juga mengikuti perkembangan digital dengan mengembangkan *mobile banking*.

Mobile banking sudah menjadi hal yang biasa pada tahun 2022 ini, semua orang hampir menggunakan *mobile banking* untuk membantu kegiatan mereka sehari-hari. *Mobile banking* sendiri didefinisikan sebagai sebuah aplikasi *m-commerce*, yang penggunaannya membutuhkan teknologi selular dan produk untuk membantu konsumen melakukan layanan perbankan pada perangkat selular mereka, seperti halnya tablet, *smartphone*, dan teknologi lainnya yang dapat digunakan untuk *mobile banking* (Zhang *et al.*, 2018). *Mobile banking* ini dapat mencakup berbagai macam kegunaan, seperti contohnya layanan perbankan berbasis teks, bisa juga untuk mengakses web bank dengan menggunakan *smartphone* dan memproses layanan perbankan dengan menggunakan aplikasi ponsel yang sudah ada pada perangkat penggunannya.

Melalui *mobile banking* kita dapat melakukan berbagai transaksi untuk transfer, mengisi *e-money*, membayar tagihan listrik, tagihan air, dan juga dapat melihat jumlah saldo. Penggunaan *mobile banking* menghemat waktu, karena kita tidak perlu lagi keluar rumah untuk melakukan transaksi. Tetapi dari semua hal yang bisa dilakukan oleh *mobile banking*, ada hal lain yang tidak bisa dilakukan dengan menggunakan *mobile banking* yaitu menarik tunai. Jika kita ingin menarik tunai tetap perlu pergi ke ATM untuk dapat menarik tunai tersebut.

Disini saya menggunakan objek penelitian yaitu *Livin' by Mandiri*, produk ini merupakan produk baru dari Bank Mandiri. *Livin' by Mandiri* ini diluncurkan pada Oktober 2021. *Livin' by Mandiri* ini memiliki keunggulan dari segi kelengkapan, fleksibilitas, kecepatan, hemat waktu, dan kemudahannya. Meskipun masih baru tapi *Livin' by Mandiri* mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Menciptakan inovasi-inovasi baru yang belum ada pada kompetitornya.



Gambar 1.2 jumlah pengguna aplikasi *mobile banking* tahun 2022

Sumber: Populix, GoodStats 2022

Tetapi pengguna *Livin' by Mandiri* ini masih lebih sedikit dibandingkan dengan *mobile banking* lainnya. Dapat dilihat dari Gambar 1.2 ada 10 aplikasi *mobile banking* dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia, untuk peringkat pertama yaitu pengguna *BCA mobile* sebesar 60%, selanjutnya pada peringkat

kedua ada BRI^{mo} sebesar 26%, lalu yang ketiga ada *Livin' by Mandiri* sebesar 25%, untuk yang keempat ada BNI mobile banking sebesar 23%, untuk yang kelima ada BSI *mobile* sebesar 9%, untuk yang keenam ada OCTO *mobile* sebesar 5%, selanjutnya yang ketujuh ada Permata *mobile* sebesar 5%, untuk yang kedelapan ada BTN *mobile banking*, untuk yang kesembilan ada DIGI sebesar 2%, dan yang terakhir ada D-Mobile sebesar 2%.

Dapat dilihat *Livin' by Mandiri* berada pada tingkat ketiga dari pengguna aplikasi mobile banking. BCA *mobile* menduduki tingkat pertama dengan pengguna terbanyak. Dengan begitu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini untuk meningkatkan pengguna *Livin' by Mandiri*. Dengan melihat faktor apa saja yang dapat mendukung peningkatan pengguna *Livin' by Mandiri*.

Pengguna *Livin' by Mandiri* sendiri sampai akhir Maret 2022 mencapai 11 juta pengguna dengan nilai transaksi mencapai Rp 508T (Rahadian, 2022). Dimana angka tersebut mengalami kenaikan sebesar 49%. Jumlah transaksi menggunakan *Livin' by Mandiri* sudah mengalahkan jumlah transaksi melalui ATM Mandiri tersebut. Bank Mandiri akan terus melakukan inovasi demi peningkatan kinerjanya, dengan selalu memberikan inovasi maka dengan harapan akan semakin banyak orang yang menggunakan aplikasi *Livin' by Mandiri* tersebut. Seperti pada triwulan II/2022 *Livin' by Mandiri* telah meluncurkan layanan investasi untuk penggunanya. Pada aplikasi *Livin' by Mandiri* itu dapat melakukan jual beli produk seperti reksa dana dan juga surat berharga (Rahadian, 2022).

Sudah banyak orang yang telah menerapkan penggunaan *mobile banking*, karena *mobile banking* ini memudahkan kita untuk melakukan transaksi. Kegiatan

transaksi tersebut dapat dilakukan hanya di rumah saja, tidak perlu pergi keluar rumah untuk melakukan transaksi. Akan tetapi ada banyak pertimbangan dari orang-orang untuk menggunakan *mobile banking*. Dahulu orang kurang percaya dengan penggunaan *mobile banking* karena menurut mereka itu tidak aman, penggunaannya yang susah, kepercayaan nasabah terhadap *mobile banking* tersebut dan juga kegunaan *mobile banking* tersebut. Tetapi seiring berjalannya waktu penggunaan *mobile banking* ini perlu diikuti, karena zaman semakin berkembang, perkembangan zaman itu harus selalu diikuti agar kita juga mudah untuk melakukan kegiatan yang ingin kita lakukan.

Pada penelitian kali ini variabel-variabel yang saya gunakan yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *trust*, dan *intentions to use*. Dari variabel tersebut penelitian ini dapat membantu memberi masukan pada bank tentang penggunaan *mobile banking* dari sudut pandang nasabah sehingga dengan begitu performa *mobile banking* dapat ditingkatkan lagi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan yang dijelaskan ada pun rumusan masalah dari penelitian diantaranya:

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intentions to use mobile banking Livin' by Mandiri* ?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intentions to use mobile banking Livin' by Mandiri* ?

3. Apakah *perceived security* berpengaruh terhadap *intentions to use mobile banking Livin' by Mandiri* ?
4. Apakah *trust* berpengaruh terhadap *intentions to use mobile banking Livin' by Mandiri* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan paparan yang dijelaskan di latar belakang masalah, penelitian ini bertujuan untuk membantu mencapai tujuan penelitian yaitu:

1. Mengetahui pengaruh positif *perceived usefulness* terhadap *intentions to use mobile banking Livin' by Mandiri*.
2. Mengetahui pengaruh positif *perceived ease of use* terhadap *intentions to use mobile banking Livin' by Mandiri*.
3. Mengetahui pengaruh positif *perceived security* terhadap *intentions to use mobile banking Livin' by Mandiri*.
4. Mengetahui pengaruh positif *trust* terhadap *intentions to use mobile banking Livin' by Mandiri*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan penelitian ini bisa berguna dan juga dapat berkontribusi untuk kemajuan dan juga menambah wawasan,

khususnya pada bidang manajemen. Penulis juga berharap dengan penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan pengetahuan baru mengenai *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *trust*, dan *intentions to use mobile banking* yang bisa digunakan untuk bahan menguji atau landasan untuk penelitian sejenis dan juga menjadi pertimbangan bagi perusahaan perbankan yang ingin bertransformasi ke digitalisasi untuk melihat hasil faktor apa saja yang dapat meningkatkan *intentions to use mobile banking*.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dilakukab oleh peneliti dengan harapan kedepannya penelitian ini dapat digunakan referensi atau pertimbangan untuk *Livin' by Mandiri* untuk meningkatkan intensi menggunakan *mobile banking Livin' by Mandiri*. Hasil dari penelitian ini merupakan hasil dari penerpan ilmu-ilmu yang telah didapatkan penulis selama masa kuliah dan juga untuk menambah wawasan pada bidang manajemen.

1.5 Sistematis Penulisan

Sistematis penulisan pada penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini berisi mengenai latar belakang masalah yang diteliti, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematik penulisan yang digunakan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi mengenai definisi dan juga penjelasan teori untuk setiap variabel yang diteliti, penelitian terdahulu mengenai hubungan antar variabel, dan juga hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan membahas mengenai metode penelitian yaitu paradigma penelitian, jenis penelitian, objek penelitian, subjek penelitian, unit analisis, pengukuran variabel, definisi konseptual dan operasional variabel, desain sampel, jumlah sampel, instrumen yang digunakan, metode pengumpulan data, analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai hasil penelitian dari kuesioner dan yang sudah dianalisa yang diperoleh dari uji statistik terhadap variabel-variabel yang ada.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini hasil dari analisa bab IV akan disimpulkan dan akan dijawab pada rumusan masalah yang berada pada bab I dan peneliti akan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

