

# BAB I

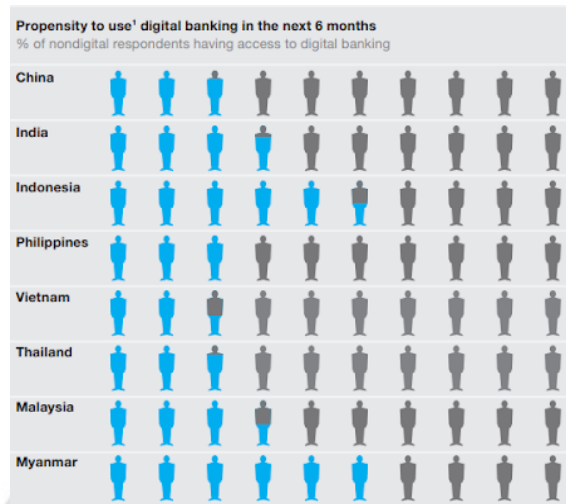
## LATAR BELAKANG

### 1.1 Pendahuluan

Teknologi digital merupakan sarana yang terus berkembang seiring perkembangan zaman, mulai dari yang sederhana hingga yang tergolong rumit, dan karena perkembangan tersebut menyebabkan teknologi ini telah merambah hampir ke semua industri dan tak terkecuali industri perbankan. Industri perbankan telah berkembang dengan pesat sejak kehadiran teknologi digital ini, mulai dari penerapan *Artificial Intelligence (AI)*, *Machine Learning (ML)*, dan pengembangan lainnya yang melibatkan teknologi digital. Teknologi digital juga membuat perbankan mampu untuk berinovasi lebih dan menghasilkan produk-produk turunan yang inovatif dan sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi di masyarakat untuk meningkatkan pengalaman konsumen perbankan terhadap produk-produk perbankan yang ada yang dikemas di dalam konsep *Digital Banking*.

*Digital Banking* merupakan produk dan layanan perbankan yang dapat diakses tanpa mengunjungi lokasi fisik bank. Kata '*Digital Banking*' adalah istilah umum yang mencakup *internet banking* dan *mobile banking*. Industri perbankan di tiap negara telah menangkap peluang ini dan menerapkannya, namun Indonesia menjadi negara di Asia dengan tingkat adopsi *Digital Banking* di Asia kedua

tertinggi berdasarkan survey yang dilakukan McKinsey pada tahun 2019 seperti terlihat pada Gambar 1.1.

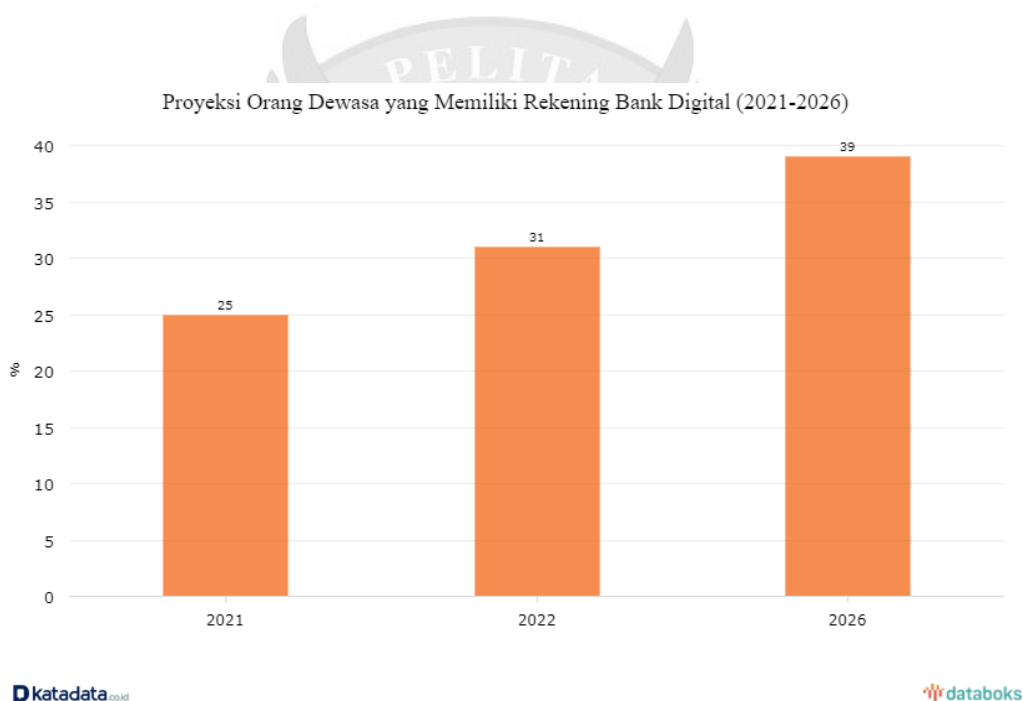


Gambar 1.1 - *Indonesian Banking Customers are Among Emerging Asia's Most Enthusiastic Adopters of Digital Banking*  
Sumber: McKinsey (2019)

Menurut data yang dilansir dari McKinsey (2019), Konsumen Indonesia sangat terbuka terhadap perbankan digital. Selama tiga tahun terakhir, penggunaan bulanan saluran perbankan digital di Indonesia telah tumbuh dua kali lebih cepat dari pasar negara berkembang Asia lainnya. Hal itu ditunjukkan melalui data pada Gambar 1.1, dimana sebesar 55 persen pelanggan nondigital menyatakan bahwa mereka akan menggunakan perbankan digital dalam enam bulan ke depan; ini adalah angka tertinggi kedua untuk negara berkembang mana pun di dalam data tersebut setelah Myanmar.

Survei yang dilakukan oleh McKinsey pada tahun 2019 juga menunjukkan peluang bagi *digital bank*, dimana sekitar 50 persen dari semua responden akan mempertimbangkan untuk pindah ke bank tanpa kehadiran fisik, dan mayoritas dari responden tersebut menyatakan keyakinannya bahwa mereka akan mengalihkan 25

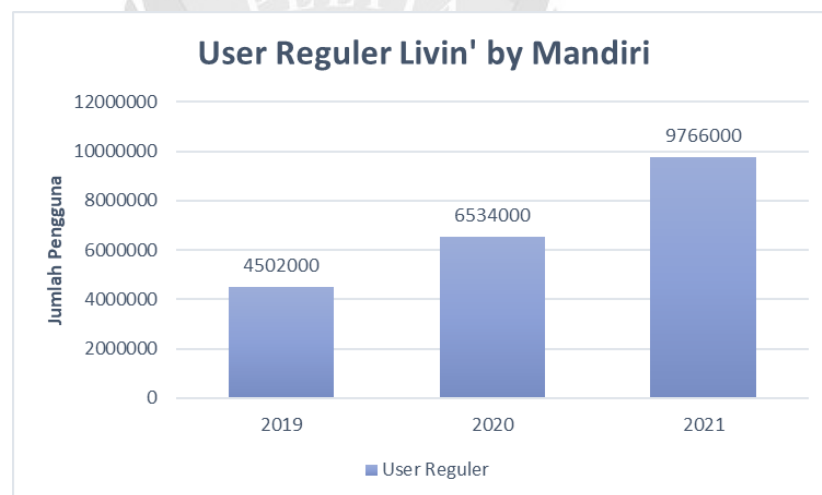
hingga 50 persen dari saldo mereka ke bank. bank digital murni. Hal ini menunjukkan adanya proses transisi dan peluang untuk pertumbuhan yang pesat akan terjadi di dalam *Digital Banking*. Selain itu, pertumbuhan yang pesat tersebut juga terproyeksi data yang dilansir dari databoks (2021), dimana pengguna dewasa *Digital Banking* terus meningkat dan diproyeksikan akan terus meningkat dari 25% orang dewasa Indonesia, menjadi 39% orang dewasa Indonesia pada 2026, seperti terlihat pada gambar 1.2.



Gambar 1.2 Proyeksi Orang Dewasa yang Memiliki Rekening Bank Digital (2021-2026)  
Sumber: databoks.katadata (2021)

Untuk itu, beberapa bank di Indonesia sudah menangkap peluang ini dan menerapkan *Digital Banking* sebagai tempat untuk melakukan penetrasi, salah satunya adalah Bank Mandiri dengan produknya yaitu *Livin'*. *Livin'* merupakan sebuah perubahan merek yang dilakukan oleh Bank Mandiri terhadap aplikasi onlinenya yaitu *Mandiri Online* yang sudah dirilis beberapa tahun silam, dimana

melalui *Livin'* diharapkan dapat menjadi *super app* perbankan yang digunakan yang berfungsi untuk menciptakan pengalaman layanan perbankan yang personal bagi nasabah dalam mengakses layanan keuangan seperti membuka tabungan, membuka deposito, kartu kredit, rekening pinjaman, dan masih banyak lagi. Sejak diluncurkan, *Livin'* menjadi aplikasi *digital bank* yang mengalami pertumbuhan positif, dimana pengguna reguler *Livin'* meningkat cukup baik sejak tahun 2019 hingga tahun 2021.



Gambar 1.3 Jumlah User Reguler Livin' by Mandiri (2019-2021)  
Sumber: Mandiri (2022)

Jumlah pengguna reguler dari *Livin'* terus mengalami kenaikan dalam 3 tahun terakhir dimana pada tahun 2019, pengguna reguler *Livin'* mencapai 4.502.000 pengguna dimana dalam 2 tahun, jumlah pengguna reguler tersebut dapat naik lebih dari 100% sebanyak 9.766.000 pengguna. Data diatas menunjukkan bahwa pengguna *Digital Banking* yaitu *Livin'* terus menerus meningkat yang mengindikasikan pertumbuhan yang baik. Berdasarkan penelitian yang dikemukakan oleh Mukhtisar, Tarigan, dan Evriyenni (2021), salah satu

pemicu meningkatnya penggunaan dari *Digital Banking* adalah produk perbankan seperti ini mampu memberikan berbagai kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.

Oleh karena itu, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nguyen (2020), terlihat bahwa *Perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap *Perceived Usefulness* dan *Attitude Towards the Service*, lalu *Trust* memiliki pengaruh terhadap *Perceived Risk* dan *Attitude Towards the Service*, dan pada akhirnya *Perceived Usefulness*, *Attitude Towards the Service* dan *Convenience* memiliki pengaruh terhadap *Intention to Use Digital Banking* di Vietnam. Penelitian ini, merupakan penelitian modifikasi dari penelitian tersebut dengan menambahkan variabel *Technology Self-Efficacy* yang berpengaruh terhadap *Perceived Ease of Use* dan *Intention to Use*, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tran (2021). Selain itu penelitian ini memiliki perbedaan dari sisi demografis yang awalnya penelitian oleh Nguyen (2020) ini berada di Vietnam, sekarang populasi yang akan diteliti adalah masyarakat Indonesia, khususnya pengguna *Digital Banking* *Living by Mandiri*. Pada akhirnya, berdasarkan data diatas peneliti ingin meneliti mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi niat penggunaan *Digital Banking* *Living by Mandiri*.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Atas dasar latar belakang penelitian yang telah dipaparkan di atas, berikut adalah rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini :

1. a. Apakah terdapat pengaruh antara *Perceived Usefulness* dengan *Attitude Towards the Service* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia?  
b. Apakah terdapat pengaruh antara *Perceived Usefulness* dengan *Intention to Use the Service* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia?
2. a. Apakah terdapat pengaruh antara *Perceived Ease of Use* dengan *Perceived Usefulness* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia?  
b. Apakah terdapat pengaruh antara *Perceived Ease of Use* dengan *Attitude Towards the Service* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia?
3. Apakah terdapat pengaruh antara *Perceived Risk* dengan *Attitude Towards the Service* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia?
4. a. Apakah terdapat pengaruh antara *Trust* dengan *Perceived Risk* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia?  
b. Apakah terdapat pengaruh antara *Trust* dengan *Attitude Towards the Service* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia?
5. Apakah terdapat pengaruh antara *Convenience* dengan *Intention to Use* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia?
6. Apakah terdapat pengaruh antara *Attitude Towards the Service* dengan *Intention to Use* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia?
7. a. Apakah terdapat pengaruh antara *Technology Self-Efficacy* dengan

*Intention to Use* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia?

b. Apakah terdapat pengaruh antara *Technology Self-Efficacy* dengan *Perceived Ease of Use* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki beberapa sasaran tambahan untuk mencermati tujuan sebagai berikut :

1. a. Untuk mengetahui pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Towards the Service* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia
- b. Untuk mengetahui pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use the Service* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia
2. a. Untuk mengetahui pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia
- b. Untuk mengetahui pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Towards the Service* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia
3. Untuk mengetahui pengaruh antara *Perceived Risk* terhadap *Attitude Towards the Service* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia

4. a. Untuk mengetahui pengaruh antara Trust terhadap Perceived Risk pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia  
b. Untuk mengetahui pengaruh antara Trust terhadap *Attitude Towards the Service* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia
5. Untuk mengetahui pengaruh antara *Convenience* terhadap *Intention to Use* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia
6. Untuk mengetahui pengaruh antara *Attitude Towards the Service* terhadap *Intention to Use* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia
7. a. Untuk mengetahui pengaruh antara *Technology Self-Efficacy* terhadap *Intention to Use* pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia  
b. Untuk mengetahui pengaruh antara *Technology Self-Efficacy* terhadap Perceived Ease of Use pada penggunaan *Digital Banking Livin' by Mandiri* di Indonesia

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini juga memiliki tujuan untuk berkontribusi dalam segi teoritis dan manajerial terhadap para pembaca.

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan akan memiliki fungsi sebagai referensi yang dapat digunakan di dalam studi mengenai pemasaran (*marketing*). Terlebih lagi mengenai peran *Technology Self-Efficacy*, *Trust*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Convenience*, dan *Perceived Risk* yang dapat mempengaruhi *Intention to Use The service*. Penelitian ini juga ditulis dengan



harapan akan menjadi sebuah referensi yang dapat membantu penelitian selanjutnya.

#### 1.4.2 Manfaat Manajerial

Penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan dalam bisnis terutama strategi pemasaran, terutama dalam pemasaran *Digital Banking*. Sehingga mereka dapat melihat apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Niat Penggunaan (*Intention to Use*) *Digital Banking* di Indonesia khususnya *Livein' by Mandiri*. Dengan adanya *Digital Banking* diharapkan dapat menumbuhkan minat nasabah untuk terus bertransaksi menggunakan layanan dari Bank Mandiri dan mempermudah kegiatan transaksi tersebut.

### 1.5 Sistematika Penelitian

Bagian ini ditulis untuk memberikan sebuah garis besar akan bagaimana penelitian ini akan dijalani agar dapat dipahami dengan lebih mudah. Penelitian ini terdiri dari 5 bab yang akan dijelaskan sebagai berikut,

#### BAB I           Pendahuluan

Pada bab pertama ini, diskusi penelitian akan dimulai dengan penjelasan mengenai latar belakang mengenai penelitian ini dan akan dilanjutkan dengan pemaparan mengenai pertanyaan penelitian, tujuan dari penelitian ini, kontribusi yang dapat diberikan penelitian dan diakhiri dengan sistematika penelitian.

#### BAB II           Tinjauan Pustaka

Bab kedua akan terdiri dari tinjauan pustaka yang akan membahas hipotesis dari penelitian dan juga berbagai hasil dari penelitian sebelumnya yang dapat menjadi dasar bagi penelitian ini dengan hasilnya mengenai berbagai variabel penelitian.

Beberapa hipotesis akan dibuat dari dasar teori teori yang didapatkan dari penelitian sebelumnya. Bab ini juga akan menunjukkan koneksi dari setiap variabel dan membuat sebuah model konseptual.

### BAB III Metodologi penelitian

Bab ini akan menjelaskan berbagai metode yang akan digunakan untuk melakukan penelitian ini. Bab ini akan menunjukkan jalannya penelitian ini, dari menjelaskan sampel dan teknik yang akan digunakan, sumber data yang digunakan, dan juga metode yang digunakan untuk mengumpulkan data, begitu juga dengan metode analisa yang akan digunakan.

### BAB IV Hasil dan Analisa

Dalam bab ini, hasil yang telah didapatkan akan dibahas dan dianalisa secara sistematis sesuai dengan pertanyaan penelitian. Lebih tepatnya, bab ini akan menganalisa hasil dari data yang telah dikumpulkan dengan membandingkannya dengan penelitian yang sebelumnya atau hipotesa, pada bagian ini hasil yang ditemukan akan dijelaskan dan akan dilihat apakah sesuai dengan hasil yang diperkirakan atau jika ada bagian yang tidak diperkirakan dan menjelaskan apa yang terjadi.

### BAB V Penutup

Bab terakhir akan membahas konklusi dari hasil penelitian ini dan juga kekurangan dalam penelitian. Sehingga diharapkan dari kekurangan tersebut akan menjadi sebuah referensi untuk penelitian yang mungkin akan dilakukan di masa yang akan datang.