

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era kemajuan zaman ini, perkembangan teknologi yang begitu cepat telah menjadi suatu hal yang tidak terlepas dalam kehidupan manusia sehari-hari. Adanya perkembangan teknologi juga telah berhasil membuat berbagai aspek kehidupan masyarakat lebih mudah hingga saat ini (Hammoud et al., 2018). Perkembangan teknologi tersebut tentunya membawa perubahan yang signifikan pada aktivitas dan gaya hidup manusia (Chang et al., 2013). Salah satu perkembangan teknologi yang terjadi di antara kehidupan manusia ini secara cepat ialah teknologi perangkat seluler dan teknologi telekomunikasi (Sagib & Zapan, 2014). Perkembangan yang cepat pada teknologi perangkat seluler dan telekomunikasi ini tersebut memungkinkan munculnya produk dan layanan inovatif baru (Gu et al., 2009). Terciptanya teknologi perangkat seluler dan telekomunikasi itu telah memudahkan penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari (Tun, 2020). Oleh karenanya, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat ini sudah mampu merubah hampir setiap sektor industri, tidak terkecuali sektor industri perbankan (Vaggelis Saprikis et al., 2022).

Suatu perbankan tentunya memiliki tujuan agar dapat melayani seoptimal mungkin (Harini, 2014). Industri perbankan telah mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi tersebut sebagai langkah untuk dapat mempercepat aktivitas bisnis, menghemat biaya dan juga menghemat waktu (Tiwari et al., 2021). Teknologi yang dimaksud ialah seperti *digital banking* yang dimana mereka

menggunakan *electronic media* seperti ATM, *mobile banking*, *internet banking* sebagai sarana utama dalam bertransaksi dengan pelanggan (Githuku & Kinyuru, 2018). ATM, *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *digital banking* ini diketahui telah memberikan layanan dengan kualitas terbaik kepada pelanggannya dengan harapan mampu meningkatkan profitabilitas perusahaan dan mengurangi biaya operasional (S. J. Kaur et al., 2021). Terutama *digital banking* ini yang sudah mulai tersebar secara luas kepada masyarakat dari tahun ke tahun dan terus meningkat sebagai suatu produk layanan perbankan (Githuku & Kinyuru, 2018). Tidak seperti perbankan berbasis teknologi lainnya, *digital banking* ini beroperasi tanpa adanya kantor fisik ataupun kantor cabang yang terbatas (Windasari et al., 2022). Oleh karenanya, perkembangan *digital banking* ini merupakan salah satu hal baru yang belum pernah terjadi pada industri perbankan sebelumnya (C. I. Mbama et al., 2018). *Digital banking* ini bertujuan untuk memperkaya layanan perbankan secara *online* dengan mengintegrasikan teknologi *digital* seperti adanya teknologi perangkat seluler, pembayaran yang inovatif dan pengalaman pengguna sebagai sebuah konsep baru di bidang *digital* perbankan tersebut (Megargel & Fan, 2018). *Digital banking* ini diketahui berperan sebagai suatu aplikasi *e-commerce* yang disampaikan oleh lembaga finansial atau bank yang memungkinkan penggunanya untuk melakukan transaksi keuangan dari jarak jauh dengan menggunakan perangkat seluler (MUFARIH et al., 2020). *Digital banking* ini juga diketahui berperan agar dapat bernilai tambah bagi nasabah bank tersebut (Githuku & Kinyuru, 2018). Dengan adanya *Digital Banking* ini, tentunya pelanggan dapat menggunakan fasilitas transaksi *digital*-nya seperti transfer

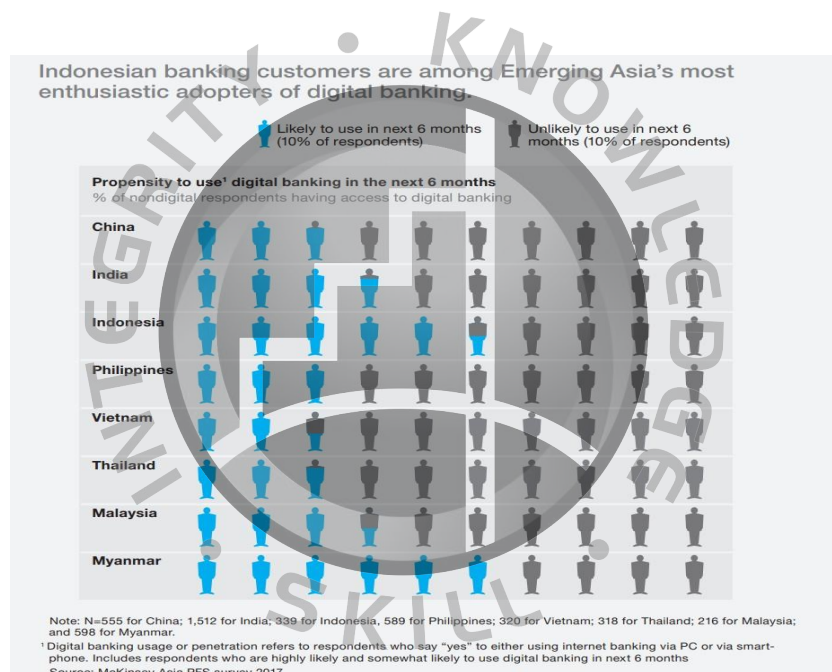
secara *online*, cek saldo rekening, mengunduh laporan rekening, melakukan tagihan pembayaran tertentu dan aktivitas keuangan lainnya melalui ponsel (Tiwari et al., 2021). Sejatinya, *digital banking* dan bank digital memiliki sedikit persepsi. *Digital banking* dipersepsikan sebagai digitalisasi atau kemajuan teknologi yang terjadi dari suatu aktivitas perbankan. Adapun bank digital yakni suatu bank baru yang produk dan layanannya telah terdigitalisasi secara menyeluruh (Wijaya, 2021). Selain itu, *digital banking* merupakan istilah yang ada dari globalisasi dunia dan tercipta dari Bahasa Inggris, sedangkan bank digital merupakan terjemahan kata tersebut dalam Bahasa Indonesia. Namun dengan demikian, tidak ada perbedaan yang cukup jauh antara kedua persepsi tersebut, hanya saja bank digital digunakan sebagai penamaan objek suatu bank yang menerapkan *digital banking* (Wijaya, 2021).

Terciptanya bank digital ini dianggap telah memberikan manfaat dan mengantarkan pengalaman yang berkesan bagi para konsumennya (Pallavi et al., 2020). Adanya bank digital ini diketahui memberikan efek yang lebih praktis dalam melakukan transaksi bagi para pelanggannya (Mosa, 2022). Pada era yang serba praktis ini, hanya dengan *mobilephone* ataupun *gadget* yang selalu dibawa kemana pun pelanggan pergi, pengguna dapat menggunakan *digital banking* tersebut kapanpun dan dimanapun mereka berada (C. I. Mbama et al., 2018). Masyarakat juga sudah mulai beranjak pada digitalisasi dan memilih menggunakan bank digital daripada produk tradisional bank lainnya (Makudza, 2021). Hal ini dikarenakan lebih efisien dan nyaman dalam pemakaiannya (Laukkanen, 2005). Lalu, bank digital ini pun juga diketahui berfokus dan

berorientasi pada pengalaman pelanggannya (Megargel & Fan, 2018). Hal ini dapat terlihat dengan adanya fasilitas bank digital yang memberikan informasi seperti memberikan peringatan bahwa pembelian tertentu mungkin sudah di luar anggarannya dan seberapa banyak pengeluaran yang telah dikeluarkan para pelanggan (Pallavi et al., 2020). Layanan yang digitalisasi seperti itu akan meningkatkan kebiasaan menabung konsumen sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang nantinya (Maqsood Ahmad Sandhu, Ahm Shamsuzzoha, 2018). Tidak hanya itu, adanya bank digital ini tidak hanya menguntungkan bagi pelanggan saja, akan tetapi bank juga memperoleh manfaatnya (C. I. Mbama et al., 2018). Dengan adanya bank digital ini bank tersebut dapat melakukan penghematan biaya secara cukup besar (Van Deventer, 2019)(Tiwari et al., 2021).

Digitalisasi perbankan ini memiliki pertumbuhan yang kuat selama dekade terakhir (Alkhowaiter, 2020). Digitalisasi ini diawali dengan meningkatnya jumlah pengguna *mobile phone* (Baabdullah et al., 2019). Tercatat pada tahun 2015 pengguna *mobile phone* di seluruh dunia telah mencapai 4.15 miliar dan diperkirakan akan bertambah hingga 4.78 miliar ditahun 2020 (Agyei et al., 2020). Terdapat 59 *banker* di seluruh penjuru dunia atau secara global telah memperkirakan nasabah akan cenderung bertransaksi melalui saluran digital dibandingkan dengan mengunjungi kantor fisik atau kantor cabang (Musyaffi et al., 2021). Adapun perkiraan ukuran pasar bank digital ialah lebih dari US\$7 triliun pada tahun 2017 dan pertumbuhan tersebut juga diprediksikan mencapai US\$9 triliun di seluruh dunia (J. Lee et al., 2020). Perkembangan bank digital ini

juga menunjukkan pertumbuhan yang signifikan pada wilayah Asia (Windasari et al., 2022). Para pelanggan bank di wilayah Asia tersebut diketahui mengalami peningkatan dalam penggunaan *digital banking* dengan rata-rata lebih dari 35% pada tiga tahun terakhir (Githuku & Kinyuru, 2018). Negara Indonesia yang merupakan salah satu negara Asia tersebut telah mencapai 143,26 juta pengguna internet atau 54,8% dari total penduduknya dan 177,9 juta pengguna ponsel pintar (Yunita, 2021).



Gambar 1.1 Perkiraan Pertumbuhan Digital Banking

Pada data tersebut menunjukkan bahwa pelanggan perbankan Indonesia adalah salah satu pengguna perbankan digital yang paling antusias di antara negara berkembang Asia lainnya (Barquin et al., 2019). Selain itu, 55% pelanggan bank non-digital berniat untuk menggunakan bank digital dalam enam bulan

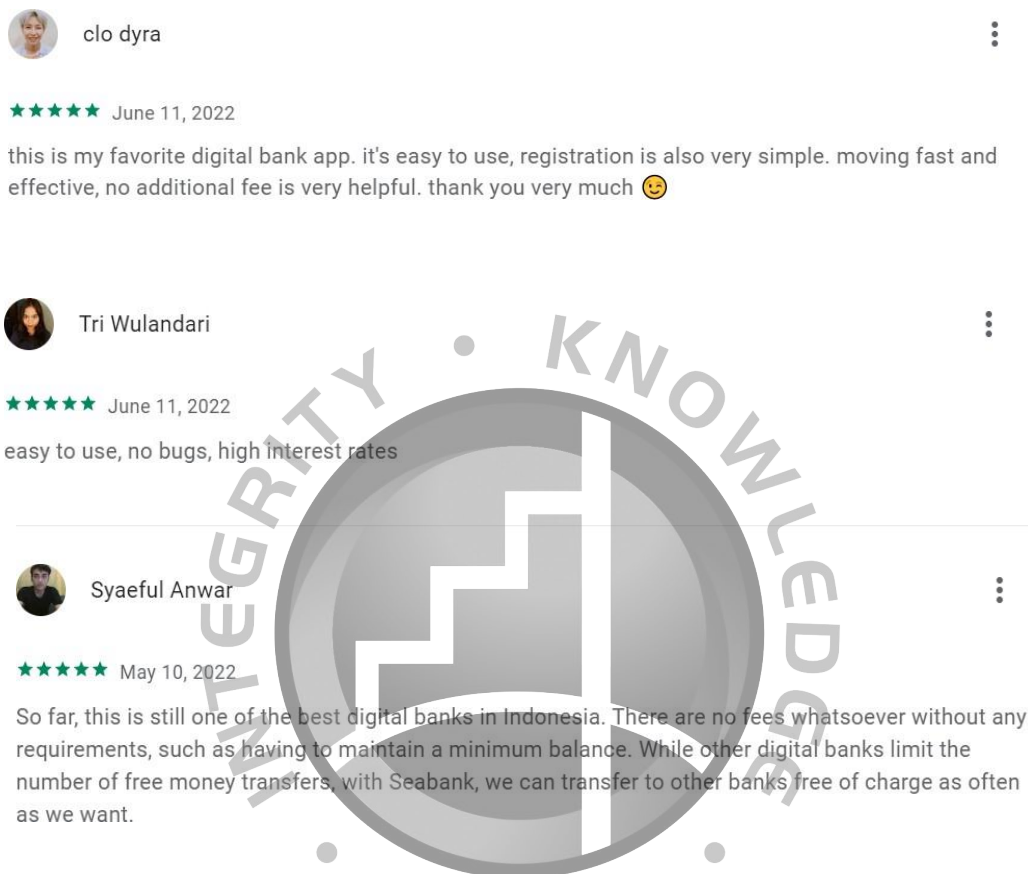
kedepan (Windasari et al., 2022). Maka dari itu, dapat diperkirakan bahwa produk *digital banking* ini nantinya akan bertambah dalam jangka waktu panjang dan penggunaannya akan terus meningkat setiap tahunnya (Anggraeni et al., 2021). Sehubungan dengan itu, peneliti tertarik untuk mengangkat tema bank digital pada penelitian ini.

Peneletian mengenai *digital banking* atau bank digital yang berpengaruh terhadap perilaku pelanggan perbankan telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya (Peña-García et al., 2021)(Megargel & Fan, 2018)(C. Mbama, 2016)(S. J. Kaur et al., 2021)(Barbu et al., 2021)(Windasari et al., 2022)(Pallavi et al., 2020). Perilaku pelangggan tentu sudah berubah dengan adanya kemajuan teknologi perbankan pada beberapa tahun terakhir ini, khususnya dengan terciptanya *digital banking* (Komulainen & Saraniemi, 2019). Dengan demikian, penelitian ini akan menyelidiki faktor-faktor penentu yang memengaruhi individu dalam mengadopsi atau menggunakan *digital banking* dan niat untuk merekomendasikannya beberapa waktu kemudian (Vaggelis Saprikis et al., 2022). Namun mengingat aplikasi digital banking ini merupakan fenomena yang cukup baru dan terus berkembang saat ini, penelitian tersebut tentunya masih memiliki keterbatasan (Vaggelis Saprikis, 2018). Pada beberapa studi terdahulu diketahui belum pernah mengintegrasikan sebagian faktor pengadopsian *digital banking* seperti *reward*, *anxiety* dan *intention to recommend* terhadap *Intention to Use* (Vaggelis Saprikis et al., 2022). Faktor-faktor tersebut dianggap termasuk ke dalam model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) sebagai fasilitator dan penghambat Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)

(Vaggelis Saprikis et al., 2021). Selain itu, pada penelitian sebelumnya juga disarankan untuk mengembangkan faktor-faktor tersebut dengan ditambahkan *compatibility* atau kecocokan dalam penelitian selanjutnya (Rahi & Abd. Ghani, 2018). Maka dari itu, penelitian ini terdapat ekspansi model yang menggabungkan faktor-faktor tersebut dalam mempengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan dan merekomendasikannya untuk menggunakan *digital banking* yang ingin dituju.

Pada penelitian ini tentu ditujukan untuk para individu yang mengetahui eksistensi *digital banking* & bank digital serta berniat untuk menggunakannya dalam jangka waktu panjang. Dalam studi ini terdapat indikator-indikator pengadopsian digital banking seperti harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan kondisi fasilitas (*facilitating condition*) sebagai variabel dasar model UTAUT (Venkatesh et al., 2008). Keamanan (*security*) dan penghargaan (*reward*) sebagai fasilitator ITK & risiko (*risk*), kecemasan (*anxiety*) dan rekomendasi (*intention to recommend*) yang dimana termasuk kedalam penghambat ITK (Vaggelis Saprikis et al., 2022). Adapun *behavioral intention to use* atau niat perilaku indikator utama untuk mengetahui apabila digital banking diperkirakan *compatibility* (kesesuaian) atau tidaknya dengan individu (Rahi & Abd. Ghani, 2018). Oleh karenanya, peneliti tertarik untuk membahas penelitian ini yang diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor niat untuk menggunakan atau *intention to use* dan implikasinya pada *intention to recommend* atau niat untuk merekomendasikannya dalam penggunaan bank digital. Hal tersebut akan tertuju

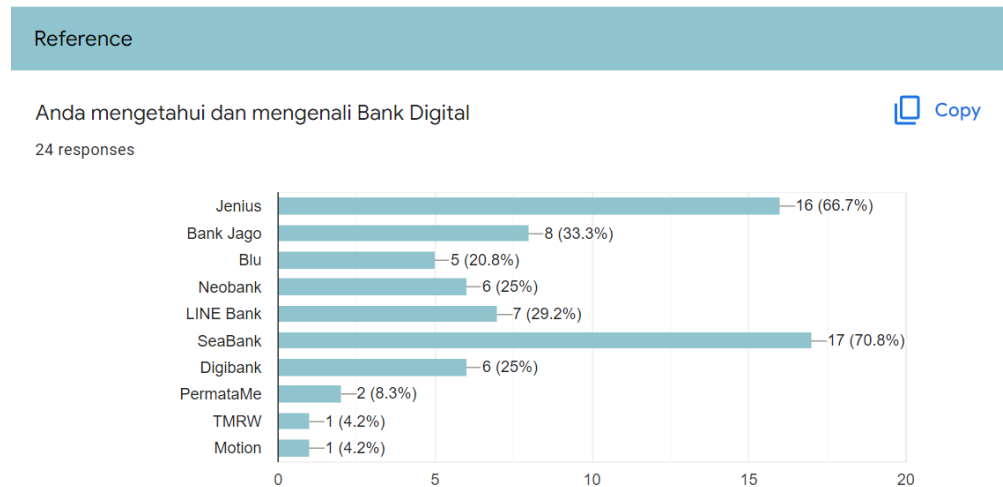
pada aplikasi bank digital SeaBank sebagai objek yang akan diteliti pada penelitian ini.



Gambar 1.2 Review Bank Digital SeaBank

terutama dalam pemilihan SeaBank sebagai objek ini didasarkan beberapa alasan. Pada gambar yang tertera diatas menunjukkan bahwa SeaBank memiliki beberapa ketertarikannya sendiri dalam memikat calon nasabahnya di Indonesia. Salah satu halnya seperti terdapat *free admin / no additional fee*, bunga tabungan & deposit yang memukau, promo-promo yang menarik dan adanya kemudahan dalam menggunakan aplikasi SeaBank ini sehingga mampu memikat para calon nasabahnya dengan sangat baik.





Gambar 1.3 Pre-Survei Bank Digital di Indonesia

Tidak hanya itu saja alasan saya memilih SeaBank sebagai objek penelitian ini. sebelumnya, telah dilakukan post-survei untuk mengetahui seberapa banyak yang mengetahui eksistensi bank digital tersebut di Indonesia. Pada gambar diatas tersebut terlihat bahwa responden sudah mengenal dan mengetahui varian produk bank digital yang ada di Indonesia. Selain itu, adanya gambar tersebut juga dapat disimpulkan yakni SeaBank unggul dan berbeda tipis dengan Jenius sehingga hal-hal tersebut memperkuat dan menjadikan pedoman peneliti dalam memilih SeaBank sebagai objek penelitian peneliti.

## 1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan pengembangan dari hasil penelitian sebelumnya yang disertai dengan modifikasi model (Vaggelis Saprikis et al., 2022). Penelitian ini bertemakan mengenai faktor-faktor pembentuk *intention to use* dan implikasinya terhadap *intention to recommend* pada bank digital SeaBank Indonesia. Pada penelitian sebelumnya, niat penggunaan atau *intention to use*

tersebut dianalisis dengan pengaruh variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating conditions*, *social influence*, *reward*, *security*, *risk*, *anxiety* dan dalam penggunaan *digital banking* serta pengaruhnya pada *intention to recommend*. Adapun variabel endogen dalam penelitian ini yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *anxiety*, *intention to use* dan *intention to recommend*. Variabel eksogen diisi oleh *facilitating conditions*, *social influence*, *risk*, *security*, dan *reward*. Selain itu penelitian ini juga dilengkapi oleh ekspansi variabel sekaligus juga menjadi salah satu variabel eksogen yakni faktor kesesuaian atau *compatibility* dengan saran yang dilakukan di negara lain. Dengan demikian dalam penelitian ini akan menjelaskan bagaimana faktor niat penggunaan dan implikasinya terhadap niat perkomendasi Bank Digital Sea Bank di Indonesia. Adanya bank digital Sea Bank ini cukup menarik perhatian para Generasi Z zaman sekarang. Salah satunya dengan berbagai kemudahan dan promo yang menarik dalam bertransaksi membuat sebagian masyarakat Indonesia terpicat oleh Sea Bank tersebut. *Free admin*, bunga tabungan & deposit yang memukau, dan hadiah-hadiah lainnya yang memikat pada penggunaannya. Dengan demikian, Sea Bank sebagai salah satu bank digital yang ada di Indonesia tersebut menjadi perhatian peneliti untuk menjadikannya objek pada penelitian ini.

### **1.3 Masalah Penelitian**

Masalah penelitian diketahui sebagai suatu persoalan atau kesenjangan yang dapat menuntun peneliti untuk mencari jawaban atau solusinya. Maka dari itu, sehubungan dengan permasalahan yang telah diuraikan peneliti dalam latar

belakang diatas, maka yang menjadi masalah pokok pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap *intention to use* pada Bank Digital SeaBank
2. Apakah *effort expectancy* berpengaruh terhadap *performance expectancy* dan *intention to use* pada Bank Digital SeaBank
3. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap *intention to use* pada Bank Digital SeaBank
4. Apakah *facilitating conditions* berpengaruh terhadap *intention to use* pada Bank Digital SeaBank
5. Apakah *security* berpengaruh terhadap *intention to use* pada Bank Digital SeaBank
6. Apakah *reward* berpengaruh terhadap *intention to use* pada Bank Digital SeaBank
7. Apakah *risk* berpengaruh terhadap *intention to use* dan *anxiety* pada Bank Digital SeaBank
8. Apakah *anxiety* berpengaruh terhadap *intention to use* pada Bank Digital SeaBank

9. Apakah *intention to use* berpengaruh terhadap *intention to recommend* pada Bank Digital SeaBank

10. Apakah *compatibility* berpengaruh terhadap *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *intention to use* pada Bank Digital SeaBank

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dianggap salah satu hal yang penting dalam menjalankan suatu studi atau penelitian. Hal tersebut agar dapat mengidentifikasi atau menjelaskan suatu situasi atau solusi yang ingin dicapai pada suatu penelitian. Oleh karenanya, berdasarkan permasalahan dan pertanyaan diatas dapat diketahui penelitian ini memiliki sejumlah tujuan yaitu sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *performance expectancy* terhadap *intention to use* pada nasabah Bank Digital SeaBank
2. Menganalisis pengaruh *effort expectancy* terhadap *performance expectancy* dan *intention to use* pada nasabah Bank Digital SeaBank
3. Menganalisis pengaruh *social influence* terhadap *intention to use* pada nasabah Bank Digital SeaBank
4. Menganalisis pengaruh *facilitating conditions* terhadap *intention to use* pada nasabah Bank Digital SeaBank
5. Menganalisis pengaruh *security* terhadap *intention to use* pada nasabah Bank Digital SeaBank

6. Menganalisis pengaruh *reward* terhadap *intention to use* pada nasabah Bank Digital SeaBank
7. Menganalisis pengaruh *risk* terhadap *intention to use* dan *anxiety* pada nasabah Bank Digital SeaBank
8. Menganalisis pengaruh *anxiety* terhadap *intention to use* pada nasabah Bank Digital SeaBank
9. Menganalisis pengaruh *intention to use* terhadap *intention to recommend* pada nasabah Bank Digital SeaBank
10. Menganalisis pengaruh *compatibility* terhadap *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *intention to use* pada nasabah Bank Digital SeaBank

### 1.5 Manfaat Penelitian

#### 1. Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah ilmu dan memperluas wawasan dalam ilmu pemasaran khususnya di bidang *digital banking* agar dapat digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya.

#### 2. Praktis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan mengenai kualitas layanan *digital banking* serta

menjadikannya bahan evaluasi dan kajian agar dapat meningkatkan kualitas pada pelayanan bank digital SeaBank.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Penulisan pada penelitian ini ditulis dan disajikan dalam lima bab yang akan diuraikan secara sistematis. Kelima bab tersebut antara lain:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini terdapat latar belakang penelitian, ruang lingkup penelitian, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

### **BAB 2 LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisikan uraian mengenai tinjauan pustaka yang memuat landasan dan kerangka teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini, hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan materi pembahasan penelitian ini, kerangka pemikiran serta hipotesis yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini terdapat uraian mengenai objek penelitian, desain penelitian, metode pengumpulan data, data operasionalisasi variabel data yang dimana adanya data yang dihimpun dan teknik pengumpulan data. Selain itu, pengolahan

data yang membahas teknik pengolahan data, uji validitas & realibilitas dan uji hipotesis juga terdapat dalam bab ini.

#### BAB 4 ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan mengenai penjelasan dari gambaran umum objek peneleitian, analisis, dan pembahasan hasil dari penelitian yang telah dilakukan beserta perbandingan dengan hasil penelitian sebelumnya.

#### BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini terdapat kesimpulan dan saran yang diambil dari hasil analisis dan pembahasan yang dirangkum dengan saksama.

