BAB I

PENDAHULUAN

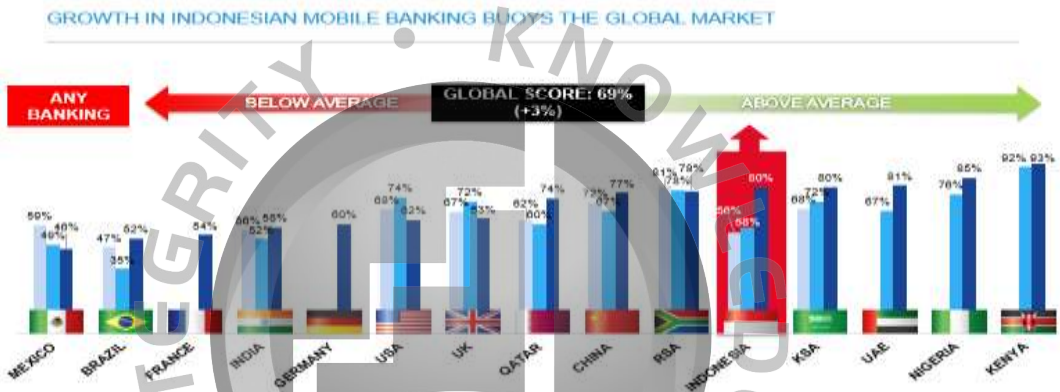
1.1 Latar Belakang

Dalam era revolusi industri keempat (Industri 4.0), yang telah memasuki era digital dimana segala sesuatu dilakukan dengan bantuan teknologi. Lahirnya inovasi – inovasi terbaru berbasis teknologi semakin tak terbendung, salah satunya dalam era *digital banking*. *Digital banking* atau perbankan digital merupakan perubahan semua layanan dan aktivitas perbankan yang biasanya dilakukan secara tradisional berubah menjadi aktivitas dan kegiatan operasional yang dilakukan secara digital (Nguyen, 2020). Menurut (Otoritas Jasa Keuangan, 2017) digital perbankan adalah kegiatan atau layanan perbankan yang dilakukan nasabah untuk mendapatkan informasi, pembukaan rekening, registrasi, transaksi perbankan maupun transaksi di luar produk perbankan seperti pembayaran tagihan, transaksi pembayaran *e-commerce* dan lain sebagainya yang dil akukan secara mandiri melalui suatu aplikasi.

Masyarakat Indonesia sangat terdorong untuk menggunakan layanan digital dalam melakukan transaksi digital melalui berbagai platform digital banking. Berdasarkan riset (Money.id, 2021) terdapat pada gambar 1.1, 80% dari total 70 juta nasabah bank di Indonesia telah menggunakan layanan *mobile banking* secara aktif

Faktor Pembentuk Perceived..., Adinda Putri Amelia, Ma.-IBS, 2022

untuk melakukan transaksi mereka. Jumlah tersebut meningkat diatas rata – rata global pengguna *mobile banking* di Asia. Sebagai negara yang behasil meningkatkan penggunaan *mobile banking* dapat dikatakan bahwa segala sesuatu yang berbau *mobile* dinilai sangat mudah diadopsi masyarakat Indonesia saat ini.

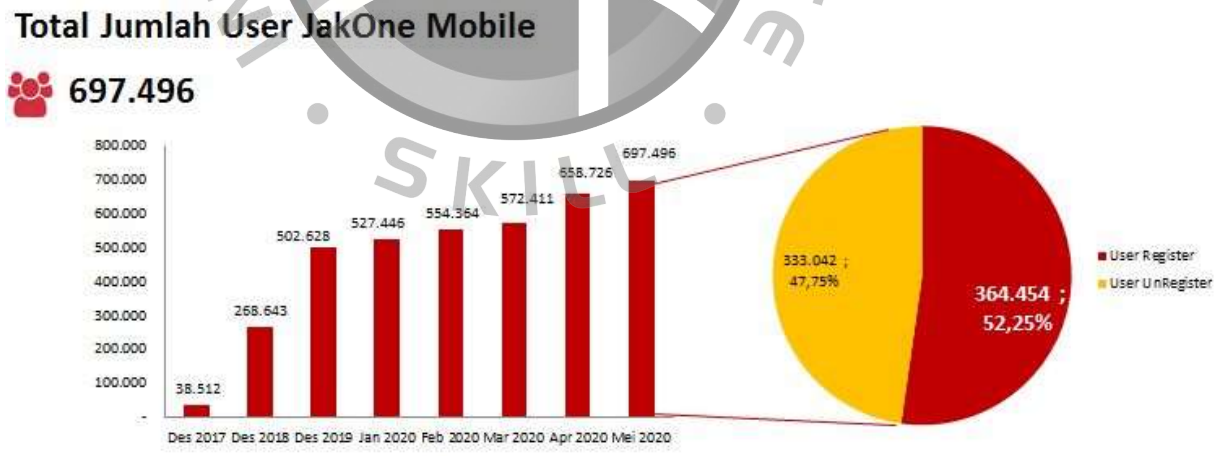


Gambar 1.0-1 Pertumbuhan pengguna mobile banking global (MEF Mobile Ecosystem)

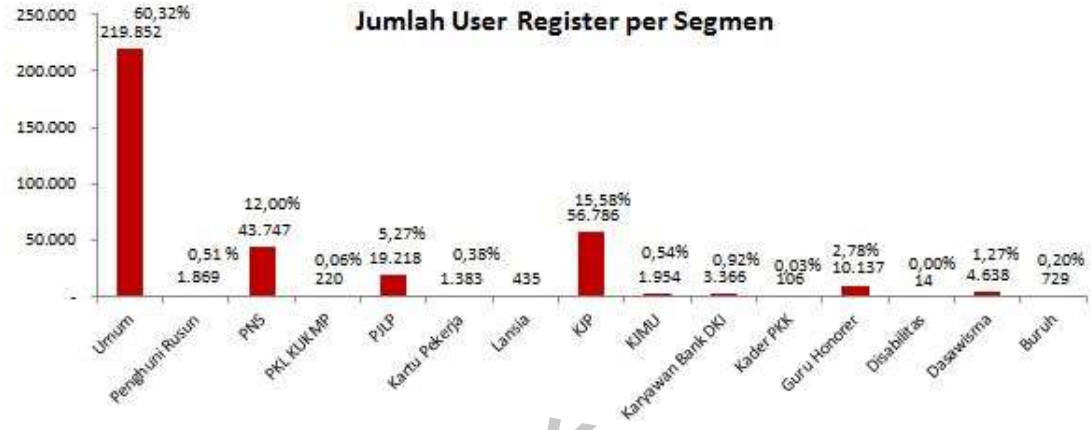
Sumber: (Money.id, 2021)

Pada saat ini ada beberapa perbankan yang sudah melakukan inovasi dalam digital banking. Salah satu layanan digital perbankan yang ada di Indonesia adalah JakOne Mobile. Sedangkan JakOne Mobile adalah suatu aplikasi layanan keuangan yang terdiri dari *mobile banking* dan *mobile wallet* yang dapat dipergunakan untuk melakukan transaksi kebutuhan sehari-hari pada *merchant* yang bekerjasama dengan JakOne Mobile. Berdasarkan data yang diterima peneliti yaitu presentasi total jumlah

pengguna JakOne Mobile periode 2017 sampai dengan 2020 terlihat mengalami pertumbungan disetiap tahunnya terlihat pada gambar 1.2 52,25% dari 800 ribu pengguna JakOne Mobile terditeksi 364.454 pengguna aplikasi JakOne Mobile dan termasuk kedalam *user register* sedangkan 47,75% dari 800 jumlah user terditeksi 333.043 pengguna aplikasi JakOne Mobile dan termasuk kedalam *user unregister*. Yang dimaksud kedalam *user register* adalah pengguna baru aplikasi JakOne Mobile yang memiliki rekening Bank DKI dan terdaftar memiliki tabungan pada Bank DKI, sedangkan *user unregister* adalah pengguna baru JakOne Mobile yang tidak memiliki rekening Bank DKI hanya mengikuti persyaratan pendaftaran melalui aplikasi JakOne Mobile dengan pilihan tidak memiliki rekening Bank DKI.



Gambar 1.0-2 Total Jumlah User JakOne Mobile 2017 - 2020



Gambar 1.0-3 Jumlah User Register per Segmen

Sumber: (PT. Bank DKI, 2020)

JakOne Mobile memiliki fitur menu untuk melakukan pembayaran PPOB atau *Payment Point Online Bank* yang terdiri dari tagihan listrik pasca bayar, pembelian token listrik prabayar, pulsa untuk ponsel, tagihan kartu kredit, tagiham PDAM, pembayaran rutin BPJS, cicilan kendaraan bermotor, dan masih banyak lagi (PT Buku Usaha Digital, 2021). Selain itu JakOne Mobile memiliki fitur digital banking. Fitur ini merupakan penggabungan *mobile wallet* (JakOne Pay) dan *mobile banking* yang akan memudahkan penggunanya untuk melakukan transaksi perbankan, pembelian, pembayaran, dan belanja dengan QR Code.

Gambar 1.4 Fitur Aplikasi JakOne Mobile

Sumber: (PT. Bank DKI, 2020)

Mayoritas pengguna JakOne Mobile berusia 18 tahun hingga 55 tahun usia pengguna (PT. Bank DKI, 2020). Namun berdasarkan survey yang dilakukan oleh Ipsos, mayoritas pengguna *financial technology* adalah generasi muda atau milenial yang sudah memiliki kemampuan bayar. Persentase usia pengguna *financial technology* tertinggi berada dalam rentang usia 25 – 40 tahun. Dalam rentang usia pengunna 25 – 29 tahun melakukan pengisian (top-up) saldo yang paling banyak, dibandingkan usia yang lebih tua cenderung untuk mengisi saldo lebih sedikit (B. Ramadhan, 2020).

Gambar 1. 0-4 Grafik Pengguna Fintech Paymennt Berdasarkan Usia

Sumber: (B. Ramadhan, 2020)

Kehadiran teknologi seperti *fintech payment* di Indonesia sempat menjadi hal yang diperbincangkan oleh masyarakat Indonesia, salah satunya berkat program promosi berupa *cashback* (pengembalian uang) yang ditawarkan. Hal ini yang cenderung mendorong masyarakat memanfaatkan teknologi ini (Anggraeni, 2020). Promosi adalah hal wajar dilakukan di segala jenis usaha maupun skala bisnis. Begitu juga di *fintech payment*, mereka menerapkan promosi untuk mendorong pengguna baru yang awalnya menggunakan *cash* (tunai) agar bisa bertransaksi non-tunai yang lebih praktis dan efisien.

Namun saat ini masih ada beberapa bank yang menjalankan kegiatan operasionalnnya menggunakan metode konvensional, seperti halnya nasabah mendatangi bank secara langsung untuk melakukan transaksi. Metode tersebut dinilai kurang efektif untuk saat ini, dikarenakan waktu yang tersita cukup banyak

(Nawangsari & Iswah, 2019). Dengan adanya kasus seperti ini setiap perbankan berlomba – lomba dalam menciptakan inovasi dibidang *financial teknology* seperti *mobile banking* untuk membantu operasional perbankan menjadi lebih efisien dan efektif dalam melakukan kegiatan operasional. Semakin banyak pengguna *mobile banking* saat ini, dan menarik beberapa penelitian untuk menyelidiki niat dari seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. Terdapat beberapa penelitian yang melakukan penyelidikan mengenai niat dari seseorang untuk menggunakan suatu teknologi (AlTabbaa & Ankrah, 2016; Anjelina, 2018; Chen & Tsai, 2019; Do & Do, 2020; Mutahar et al., 2018). Berdasarkan beberapa teori tersebut, penulis merujuk kepada jurnal (Chen & Tsai, 2019). Pada penelitian tersebut ditemukan bahwa kualitas informasi, persepsi kemudahan pengguna dan manfaat yang dirasakan berpengaruh secara signifikan terhadap *intention to use*, *information quality, system quality, perceived convenience* secara signifikan mempengaruhi *perceived ease of use* yang akibatnya mempengaruhi niat untuk menggunakan suatu teknologi. Penelitian tersebut meneliti mengenai niat untuk menggunakan suatu sistem yaitu moda transportasi pariwisata iBake sebagai pertimbangan utama untuk desain sistem di Metropolitan Taichung. Sehingga saran penelitian selanjutnya adalah agar dapat mengukur faktor dari niat untuk menggunakan suatu teknologi di Negara lain seperti Indonesia dan pada penelitian ini akan menggabungkan lebih banyak faktor eksternal yang berbeda seperti *trust, perceived risk, job relevance,* dan *social influence* sebagai

variabel yang mendukung diterima atau tidaknya suatu teknologi menggunakan modifikasi *Technology Acceptance Model (TAM)* (Davis, 1989).

Dalam penelitian ini Indonesia menjadi faktor yang penting dan menarik untuk diteliti, sehingga berdasarkan data dan permasalahn diatas penulis akan meneiliti berdasarkan jurnal (Chen & Tsai, 2019) untuk memberikan kontribusi dalam penerimaan suatu teknologi dibidang *digital banking* pada aplikasi JakOne Mobile. Berdasarkan kesimpulan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan kembali aplikasi JakOne Mobile di Indonesia khususnya DKI Jakarta dengan menggunakan teori *Technology Acceptance Model (TAM)*. TAM memberikan dasar untuk mengetahui pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan dari penggunanya. Hal ini yang menyebabkan modifikasi model TAM sesuai dengan topik penelitian yang dilakukan oleh penulis.

TAM dicetuskan pertama kali oleh Davis pada tahun 1989 (Davis, 1989). TAM merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang digunakan untuk memodelkan penerimaan pemakai *(user acceptance)* terhadap sistem informasi. Model yang diusulkan ini merefleksi ketergantungan dari enam pengukuran kesuksesan sistem informasi. Keenam elemen atau komponen pengukuran dari model ini adalah *external variables, perceived usefulness, perceived ease of use, attitude toward using, behavioral intention to use,* dan *actual*

system use (Davis, 1989). Sedangkan TAM pada penelitian ini merujuk pada *perceived usefulness, perceived ease of use, dan intention to continue using* dengan eksternal variabel *trust, perceived risk, job relevance,* dan *social influence.* Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor apa saja yang menjadikan alasan seseorang untuk menggunakan kembali JakOne Mobile dan dapat digunakan oleh manajemen pemasaran Bank DKI untuk memahami harapan dan persepsi pengguna JakOne Mobile sehingga dapat menentukan evaluasi strategi untuk kedepannya.

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan perluasan atau modifikasi dari model penelitian sebelumnya yaitu (Chen & Tsai, 2019) dalam konteks penggunaan suatu teknologi menggunakan *Theory Technology Acceptance Model* (TAM). Dalam penelitian tersebut memiliki variabel dasar yaitu *perceived usefulness, perceived ease of use, information quality, system quality, perceived convenience* yang merujuk pada variabel *intention to use.* Sehigga pada penelitian ini penulis dapat meneliti dengan konteks yang berbeda yaitu *digital banking* berbasis *e-wallet* pada aplikasi JakOne Mobile.

Dalam penelitian ini memiliki variabel endogen dan eksogen. Dengan kata lain variabel endogen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel endogen dalam penelitian ini adalah *perceived usefulness , perceived ease ease of*

use dan *intentuion to continue using* sebagai variabel y. Sedangkan variabel eksogen pada penelitin ini adalah *trust, perceived risk, job relevance, dan social influence* sebagai eksternal variabel yang merujuk pada *intention to continue using.*

Di era digital saat ini, Bank DKI mampu melakukan perubahan terhadap eksplorasi potensi yang dimiliki serta terus melakukan inovasi secara digital sehingga dapat menghadirkan paradigma baru bagi nasabah dan warga DKI Jakarta. JakOne Mobile hadir untuk menyesuaikan perkembangan teknologi dan tuntutan zaman. Generasi milenial saat ini menginginkan berbagai kemudahan dalam bertransaksi, praktis, cepat, dan aman dalam genggaman. Faktor tersebut menarik dan penting untuk diteliti sehingga berdasarkan data diatas penulis ingin meneliti berdasarkan jurnal yang dirujuk peneliti yaitu (Chen & Tsai, 2019) untuk memberikan kontribusi dengan konteks yang berbeda dalam mengadopsi *digital banking* yaitu pada aplikasi JakOne Mobile. Penelitian ini menggunakan sampel dari pengguna aplikasi JakOne Mobile di DKI Jakarta yang berusia kurang lebih 25 tahun hingga 40 tahun. Dalam hal ini segmen pengguna JakOne Mobile difokuskan untuk generasi milenial yang sudah bekerja seperti karyawan swasta, karyawan BUMD, guru honorer, Pegawai Negeri Sipil (PNS), dan nasabah Bank DKI lainnya yang sudah memiliki penghasilan atau bekerja.

1.3 Masalah Penelitian

Secara garis besar penelitia ini merupakan perluasan atau modifikasi atas model *Technology Acceptance Model (TAM)* yang pernah diuji sebelumnya, dengan menambahkan empat eksternal variabel yaitu *trust, perceived risk, job relevance,* dan *social influence* sebagai saran penelitian lanjut dari penelitian terdahulu (Chen & Tsai, 2019). Merujuk pada sejumlah hipotesis yang diajukan pada penelitian sebelumnya dan ekspansi yang ditawarkan, penelitian ini berupaya untuk menjawab sejumlah pertanyaan penelitian berikut:

1. Apakah *trust b*erpengaruh positif terhadap *intention to continue using* ?
2. Apakah *perceived risk* berpengaruh negatif terhadap *perceived usefulness* ?
3. Apakah *job relevance,* dan *social influence* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* ?
4. Apakah *social influence* berpengaruh positif terhadap *perceived ease of use* ?
5. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* ?
6. Apakah *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *intention to continue using* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan pernyataan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini memiliki sejumlah tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *trust* terhadap *intention to continue using.*
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh negatif *perceived risk* terhadap *perceived usefulness.*
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *job relevance,* dan *social influence* terhadap *perceived usefulness.*
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *social influence* terhadap *perceived ease of use.*
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness.*
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *perceived usefulness, perceived ease of use* terhadap *intention to continue using.*

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan data pengguna JakOne Mobile yang telah di paparkan, maka manfaat penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pemilik aplikasi JakOne Mobile dan *customer*nya untuk menambah wawasan mengenai faktor yang mempengaruhi niat pengguna menggunakan dompet digital berbasis perbankan dengan menggunakan modifikasi Model penelitian *Technology Acceptance Model (TAM).*
2. Menambah kontribusi pada khasanah ilmu pemasaran khususnya dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan juga memberikan informasi yang positif bagi para pembaca dan mahasiswa STIE Indonesia Banking School mengenai penggunaan digital banking pada produk JakOne Mobile di Indonesia.

1.6 Sistematika Penelitian

Pada penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab yang saling berurutan, yaitu terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang dari perkembangan teknologi dalam sektor digital perbankan di Asia, dampak berkembangan teknologi pada sektor digital perbankan, perkembangan digital perbankan JakOne Mobile dan Jenius. Ruang lingkup masalah untuk menganalisis hubungan antar variabel, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan mengenai landasan teori yang terkait dengan digital banking, teori yang digunakan oleh penulis, dan variabel-variabel yang digunakan serta pengembangan hipotesis antar variabel.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai objek penelitian, desai penelitian, metode pengambilan sampel, variabel dan tabel operasional variabel, terkait pengolahan dan analisis, serta teknik pengujian hipotesis.

BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran mengenai ringkasan dari bab terdahulu dan jawaban atas perumusan masalah, daftar pustaka, daftar lampiran, daftar tabel, daftar gambar, dan riwayat hidup penyususnan skripsi.