

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digitalisasi, sektor perbankan sangat diuntungkan khususnya di Indonesia. Adanya globalisasi ekonomi, dan terjadinya perdagangan besar-besaran secara Internasional, merangsang perekonomian negara-negara berkembang. Globalisasi ekonomi menaikkan arus modal internasional, termasuk investasi internasional. Dampak dari adanya persaingan ekonomi, sektor perbankan berlomba-lomba menarik *new customer* ataupun mencari debitur baru, dengan memberikan produk maupun layanan yang menarik dan yang pasti mempermudah transaksi nasabah dimanapun. Perkembangan internet dan aksesibilitas ke semua orang, menciptakan metode penyediaan layanan telah banyak berubah di bank dan perkembangan ini telah meletakkan dasar bagi munculnya fenomena seperti : mobile banking, internet banking, dan virtual banking (Ahmadi Danyali, 2018).

Saat ini perbankan sedang melakukan perubahan teknologi dengan dua alasan yaitu: mengubah keinginan pelanggan disertai dengan peningkatan kemajuan teknologi (Pracoyo, 2021). Banyak perbankan yang memanfaatkan peningkatan teknologi informasi terhadap layanan yang diberikan kepada customer, yang secara tidak langsung mengarahkan bank kepada era baru, yaitu era *digital banking* (Tarigan & Paulus, 2019). Banyak nya perbankan yang menerapkan layanan berbasis digital, diharapkan bagi *customer* merasakan

manfaat dan kegunaan dari fitur atau fasilitas perbankan.

Pengaruh digitalisasi dan adopsi teknologi menarik perhatian para manajer dalam pembuatan kebijakan, dan telah menjadi berita utama di surat kabar, majalah dan konferensi praktisi (Bastari et al., 2020). Salah satunya di dunia perbankan, yang dimana banyak Bank yang sudah membuat kebijakan atau penerapan layanan berbasis digital yang berguna untuk menarik minat customer menggunakan Bank tertentu. Perbankan melakukan perubahan teknologi digital guna mendorong Indonesia menjadi cashless society (Nuraini & Andriani, 2020).

Digital banking dibentuk guna pengguna dapat melakukan berbagai transaksi perbankan secara mandiri, seperti pembukaan rekening, blokir kartu, pembukaan deposito, dan penutupan rekening (Lazmul, 2021). Kegunaan fitur aplikasi dapat menjadi kontribusi peningkatan penggunaan *digital banking*. Keunggulan *digital banking* dibandingkan dengan metode regular banking dapat mempengaruhi persentase adopsi *digital banking*.

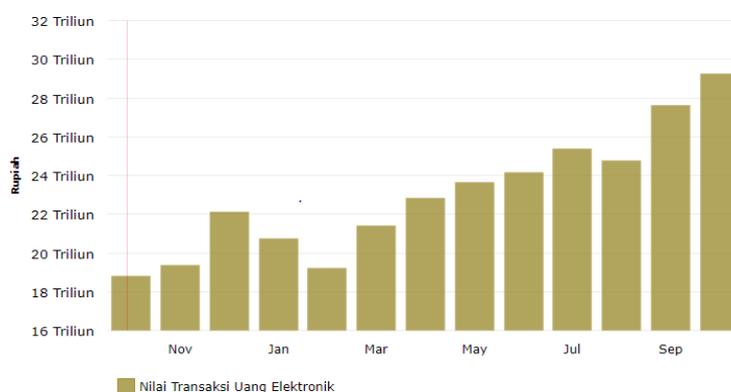
Keyakinan pengguna yang menggunakan layanan digital akan membantu mereka meningkatkan produktivitas dan efisiensi kinerja. Sehingga dapat dikatakan apabila pengguna yakin bahwa akan mendapat manfaat dari penggunaan *digital banking*, semakin besar kemungkinan hal itu akan mempengaruhi niat mereka untuk menggunakannya secara positif (Alhassany & Faisal, 2018).

Peran kemudahan dalam penggunaan aplikasi menjadi salah hal yang dipertimbangkan bagi pengguna *digital banking*. Kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana pelanggan mengenali layanan digital perbankan,

sebagai hal yang mudah dipahami dan digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila pelanggan kurang pengalaman atau kesulitan menggunakan layanan digital perbankan maka akan cenderung tidak menggunakannya (Rawwash et al., 2020).

Layanan perbankan berbasis digital harus memiliki fitur keamanan yang baik, guna menghindari terjadinya skimming. Keamanan data privasi pengguna menjadi peran penting bagi pertumbuhan kepercayaan calon debitur untuk menggunakan layanan perbankan. Karenadengan mengetahui bahwa informasi data privasi tersimpan aman, maka kepercayaan terhadap bank akan meningkat. Sistem perbankan harus menyediakan mekanisme keamanan terhadap layanan digital yang diperkenalkan, guna mengurangi risiko kebocoran informasi terkait pengguna yang mengarah penipuan (Rawwash et al., 2020).

Untuk mengadopsi layanan perbankan berbasis digital, pengguna akan menanyakan perihal biaya yang harus dikeluarkan. Salah satu penghambat adopsi *digital banking* adalah persepsi biaya yang harus dikeluarkan. Biaya yang dikeluarkan dalam menggunakan layanan perbankan digital dapat memperlambat konsumen dalam menggunakannya (Singh & Srivastava, 2018).



Gambar 1.1 Nilai Transaksi Uang Elektronik

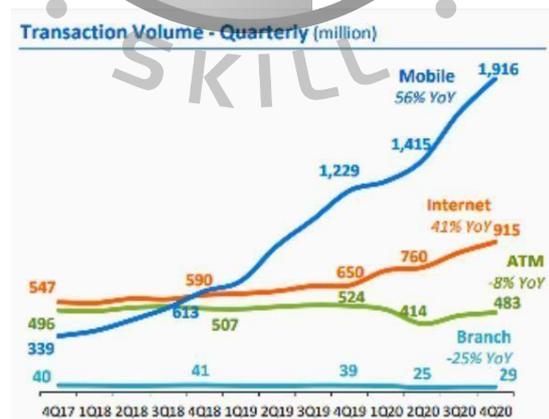
Sumber: Databoks.co.id (2021)

Dari data tersebut, menunjukkan bahwa transaksi non tunai meningkat, hal ini dapat menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan oleh perbankan di Indonesia. Hal ini dapat dikatakan efektif dilakukan karena mengingat kepercayaan masyarakat dalam melakukan transaksi non tunai pada beberapa tahun kebelakang tergolong tinggi. Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah transaksi non tunai terbanyak di ASEAN (Falaisifah, 2021).

Transactions Value - (Rp tn)						
	FY19	FY20	ΔYoY	3Q20	4Q20	ΔQoQ
Branch Banking	14,586	12,446	-14.7%	3,023	3,232	6.9%
ATM	2,322	2,020	-13.0%	497	527	6.0%
Internet Banking	10,701	11,308	5.7%	2,830	3,208	13.3%
Mobile Banking	2,089	2,693	28.9%	694	802	15.6%

Gambar 1.2 Perkembangan Nilai Transaksi Layanan Perbankan

Sumber: Katadata.co.id (2021)



Gambar 1.3 Perkembangan Volume Transaksi Layanan Perbankan

Sumber: Katadata.co.id (2021)

Berdasarkan gambar diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai dan volume transaksi menggunakan *digital banking* mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Pada gambar, grafik dari tahun 2017 hingga tahun 2020 mengalami peningkatan yang signifikan. Rata- rata volume transaksi dalam tiga tahun terakhir untuk transaksi digital menggunakan mobile banking naik sekitar 56%. Penguatan kebutuhan transaksi secara cashless atau digital menyebabkan penggunaan *digital banking* semakin naik. Penggunaan internet banking pada akhir tahun 2020 tumbuh sebesar 50% yang terdiri dari 6% pengguna baru, 20% pengguna yang lebih sering melakukan transaksi sebelum adanya pandemi Covid-19 dan 24% pengguna yang menjadi sangat sering melakukan transaksi sejak pandemi (Falaisifah, 2021).

Pengguna akan tetap bertahan menggunakan suatu produk *digital banking*, apabila fitur yang diberikan menarik dan mudah dipahami. Sebuah hal positif terhadap produk atau layanan merupakan aspek penting untuk meningkatkan adopsi atau penggunaan atau layanan tersebut (Rofianto et al., 2021). Fitur layanan sendiri menjadi hal penting bagi pengguna, dan dijadikan dasar pengambilan keputusan. Keberagaman layanan transaksi, kemudahan akses aplikasi, keberagaman fitur, serta inovasi produk yang ditawarkan menjadi indikator dalam ketersediaan fitur layanan dalam suatu sistem *digital banking* (Falaisifah, 2021).

Minat menggunakan digital dapat dipengaruhi dari faktor lingkungan. Pengaruh sosial mengacu pada persepsi individu tentang pendapat orang lain terhadap produk tertentu. Konsumen saat ini memiliki kecenderungan untuk bertukar sentimen tentang produk antara satu sama lain (Andriani & Puspita,

2021). Hal yang menjadikan individu menggunakan *digital banking* yaitu adanya fitur *referral* yang disediakan. Dapat dikatakan pengaruh sosial mempengaruhi niat penggunaan *digital banking* (Rahi et al., 2018).

Berdasarkan dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa penelitian kali ini akan membahas mengenai “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan *Digital banking*”. Keputusan penggunaan *digital banking*, akan lebih mengarah pada konsumen yang belum menggunakan layanan *digital banking*.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

Berikut ini adalah batasan yang dibuat penulis dalam penyusunan penelitian:

1. Penelitian ini merupakan modifikasi model yang diambil dari penelitian (Ananda et al., 2020) yang berjudul “*What Factor Drive the Adoption of DigitalBanking? An Empirical Study From the Perspective of Omani RetailBanking*”.
2. Variabel independen yang terdapat pada penelitian kali ini adalah *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Security, Privacy and Trust. Perceived Cost, Awareness, Service Features, and Social Influence*. Dari seluruh variabel independen yang digunakan pada penelitian ini dipilih karena peneliti sebelumnya telah melakukan wawancara terhadap 10 responden, dengan menanyakan seputar faktor pendorong penggunaan *digital banking* tertentu.

3. Objek penelitian ini dikhususkan nasabah individu yang memiliki rekening bank namun belum menggunakan layanan digital banking (contoh: *internet banking, mobile banking, sms banking*). Penelitian kali ini, akan mengukur faktor pendorong konsumen menggunakan *digital banking*, serta daya tarik *digital banking*.

1.3 Identifikasi Masalah

Perkembangan digitalisasi, memicu perbankan mengeluarkan layanan berbasis digital yang dimana saat ini sudah banyak *digital banking* yang mulai berkembang, antara lain mobile banking BCA, livin mandiri, bri mobile banking, dan masih banyak lagi. Dari berbagai *digital banking* saat ini, segala transaksi tidak perlu konsumen datang ke kantor cabang dan dapat melakukan transaksi secara mandiri, dimulai saat pembukaan rekening atau pergantian kartu. Manfaat *digital banking* saat ini, menjadikan perbankan berlomba untuk menarik pengguna baru. Untuk menarik pengguna baru, perbankan melakukan branding kepada target pasar guna mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Apakah faktor *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Security, Privacy and Trust, Perceived Cost, Awareness, Service Features, and Social Influence* yang diangkat dalam penelitian ini dapat menjadi daya tarik bagi konsumen untuk menggunakan *digital banking* tertentu.

1.4 Perumusan Masalah

Perkembangan digitalisasi yang terjadi saat ini sangat menguntungkan

bagi perbankan, dikarenakan meningkatnya pengguna internet, sehingga masyarakat lebih sering melakukan aktivitas secara *online*. Perbankan saat ini mencari peluang untuk menerapkan layanan *digital*, dengan konsumen tidak perlu berkunjung ke kantor cabang untuk proses transaksi. Namun karena saat ini banyaknya produk *digital banking*, maka seluruh perbankan yang menerapkan layanan digital akan berlomba mencari konsumen dengan memberikan layanan seefektif mungkin serta semenarik mungkin.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan *digital banking*?
2. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan *digital banking*?
3. Apakah *Security, Privacy, and Trust* berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan *digital banking*?
4. Apakah *Perceived Cost* berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan *digital banking*?
5. Apakah *Awareness* berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan *digital banking*?
6. Apakah *Service Features* berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan *digital banking*?
7. Apakah *Social Influence* berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan *digital banking*?

1.5 Pembatasan Masalah

Penelitian ini lebih fokus pada faktor pendorong penggunaan *digital banking* dan tidak akan meluas dari pembahasan yang dimaksud. Adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah memiliki KTP (Kartu Tanda Penduduk) serta pada penelitian ini, objek akan ditentukan dari konsumen yang belum menggunakan *digital banking*.

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari uraian rumusan masalah yang dijelaskan diatas, maka penelitimemilikitujuan dari penulisan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap keputusankonsumen menggunakan *digital banking*.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap keputusankonsumen menggunakan *digital banking*.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh *Security, Privacy, and Trust* terhadap keputusan konsumen menggunakan *digital banking*.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Cost* terhadap keputusan konsumen menggunakan *digital banking*.
5. Menguji dan menganalisis pengaruh *Awareness* terhadap keputusan konsumen menggunakan *digital banking*.

6. Menguji dan menganalisis pengaruh *Service Features* terhadap keputusankonsumen menggunakan *digital banking*.
7. Menguji dan menganalisis pengaruh *Social Influence* terhadap keputusankonsumen menggunakan *digital banking*.

1.7 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan memberikan manfaat serta pengetahuan. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai pengaruh faktor *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Security, Privacy and Trust, Perceived Cost, Awareness, Service Features, and Social Influence* terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan *digital banking*.

2. Bagi Akademisi

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dan dasar maupun acuan referensi pada bidang pemasaran yang berhubungan dengan faktor *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Security, Privacy and Trust, Perceived Cost, Awareness, Service Features, and Social Influence* terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan *digital banking*.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menyalurkan kontribusi yang

positif gunamenjadi bahan referensi untuk dilakukannya penelitian di masa yang akan datang.

1.8 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematikan penulisan merupakan tata urutan penelitian yang digunakan untuk mempermudah dalam penyusunan penelitian. Sitematika penulisan penelitian ini terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

BAB ini membahas latar belakang, tujuan, manfaat, metode kegiatan, waktu pelaksanaan penelitian dan sistem laporan penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

BAB ini akan berisikan teori-teori yang menjadi landasan atau pencetus penelitian yang berisi faktor-faktor pendorong keputusan penggunaan *digital banking*. Dimana didalamnya berisi uraian deskripsi, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

BAB ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan, seperti objek penelitian, desain penelitian, metode pengambilan sample, variabel dan operasional variabel, teknik pengolahan data dan analisis data, serta teknik pengujian hipotesis.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

BAB ini akan memaparkan hasil-hasil dari tahapan penelitian yang

dilakukan oleh peneliti yang berkaitan dengan teori yang dibahas. Pada penelitian ini akan dipaparkan analisis data, tahap uji variabel dan implementasinya.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

BAB ini akan penulis uraikan kesimpulan serta saran atas hasil analisis data dari seluruh penelitian yang dilakukan penulis pada bab sebelumnya.

