

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital saat ini sangat dirasakan oleh hampir seluruh masyarakat di dunia, termasuk di Indonesia. Perkembangan teknologi yang bergerak dengan cepat ini juga banyak mempengaruhi dan mengubah peraturan-peraturan yang ada pada berbagai perusahaan hampir di semua sektor, baik sektor pertanian, sektor pertambangan, sektor industri dasar & kimia, sektor aneka industri, sektor industri barang konsumtif, sektor *property & real estate*, sektor infrastruktur, utilitas & transportasi, sektor perdagangan, jasa & investasi, serta sektor keuangan.

Sektor keuangan yang menjadi salah satu sektor terbesar dalam pergerakan perekonomian di Indonesia juga tidak dapat menolak adanya perkembangan teknologi digital ini, terutama pada industri perbankan. Sebagai lembaga yang bertugas memberikan layanan kepada masyarakat, bank dituntut untuk selalu melakukan inovasi dalam menyediakan layanan yang mudah, cepat, tepat, efektif dan efisien kepada nasabahnya.

Perkembangan digitalisasi keuangan di Indonesia juga dirasakan saat perusahaan keuangan berbasis teknologi atau biasa disebut dengan *Financial Technology* mulai bermunculan. Sehingga bank juga mulai mengikuti dan mengadaptasi layanan dalam bentuk *Financial Technology* yang merubah banyak kegiatan layanan perbankan. Menurut Yoon & Steege (2013), peningkatan pesat

terhadap penggunaan teknologi informasi dan internet juga mengubah pandangan bank dan cara nasabah dalam menjalankan bisnisnya dan melakukan aktivitas perbankan.

Perkembangan teknologi yang terjadi juga dipengaruhi oleh meningkatnya jumlah pengguna ponsel pintar atau *smartphone*. Dilansir dari databoks.katadata.co.id (2023) Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa 67,88% penduduk Indonesia dengan usia di atas 5 tahun sudah memiliki ponsel pintar pada tahun 2022, meningkat sebanyak 2,01% dibanding tahun sebelumnya yang mencatat sebanyak 65,87% penduduk sudah menggunakan ponsel pintar

Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini masyarakat cenderung lebih sering menggunakan ponsel pintar untuk melakukan berbagai macam kegiatan dalam kehidupan keseharian mereka. Kebiasaan masyarakat dalam menggunakan ponsel pintar atau *smartphone* dalam kehidupan sehari-hari tidak mungkin disia-siakan begitu saja oleh bank. Menyadari banyaknya peluang yang dapat diambil akan hal ini, bank dengan cepat melakukan inovasi dan perubahan layanan dari yang sebelumnya bersifat konvensional menjadi lebih digital. Rema & Setyohadi (2016) meyakini hal ini memang menjadi peluang bagi dunia perbankan untuk berkembang dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada seluruh nasabahnya, tidak hanya memberikan kecepatan dalam melakukan transaksi *financial* dan *non financial* tanpa mengharuskan nasabah pergi ke bank dan mengantri.

Meningkatnya penggunaan ponsel pintar di Indonesia juga berbanding lurus dengan meningkatnya penggunaan jaringan internet di Indonesia. Meningkatnya penggunaan internet di Indonesia dapat memberikan manfaat untuk menjangkau

berbagai sistem, terutama sistem keuangan perbankan. Perubahan perilaku nasabah yang menggunakan layanan teknologi informasi membuat bank melakukan beberapa peningkatan layanan agar nasabah dapat merasakan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Peningkatan layanan yang saat ini dilakukan oleh perbankan adalah dengan mengembangkan pelayanan jasa perbankan secara mandiri (*self service*), layanan ini dimaksudkan agar para nasabah tetap dapat melakukan transaksi keuangan tanpa harus melakukan tatap muka dengan petugas perbankan di kantor cabang, atau dengan kata lain nasabah tidak perlu harus mendatangi kantor cabang hanya untuk melakukan transaksi perbankan.

Salah satu bentuk layanan perbankan secara mandiri yang saat ini dikembangkan oleh Lembaga Perbankan di Indonesia adalah layanan digital perbankan (*digital banking*). OJK menyebutkan layanan perbankan digital adalah layanan atau kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik Bank, dan/atau melalui media digital milik calon nasabah dan/atau nasabah Bank, yang dilakukan secara mandiri. Hal ini memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan (*financial advisory*), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*), dan kebutuhan lainnya dari nasabah Bank (Otoritas Jasa Keuangan, 2016).

Semakin meningkatnya persaingan antar bank dengan adanya layanan perbankan berbasis digital, maka Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan

peraturan yang mengatur bank-bank yang ada di Indonesia yang ingin melakukan dan memberikan layanan perbankan berbasis digital agar tetap sesuai dengan peraturan yang berlaku. Peraturan ini tertuang dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/ POJK.03 / 2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum.

Layanan perbankan berbasis digital atau biasa disebut dengan *e-banking* atau *electronic banking* mencakup layanan melalui *Automatic Teller Machine* (ATM), *Electronic Data Capture* (EDC), *internet banking*, *Short Messaging Service* (SMS) *banking*, *phone banking*, maupun *mobile banking*. Meningkatnya penggunaan dan nilai transaksi melalui layanan *e-banking* atau *electronic banking* yang disediakan oleh Bank memang cukup signifikan belakangan ini.

Dilansir dari *sustainability report* tahun 2022 yang diterbitkan oleh PT Bank Central Asia Tbk., transaksi *e-channel* Bank BCA melalui *mobile banking* mencatat transaksi sebanyak 15.205 (dalam juta), lebih tinggi dari tahun 2021 dimana hanya terdapat 10.109 (dalam juta) transaksi. Frekuensi transaksi melalui ATM BCA juga mengalami peningkatan pada tahun 2022, dimana tercatat sebanyak 2.156 (dalam juta) transaksi, sementara pada tahun 2021 tercatat sebanyak 1.957 (dalam juta) transaksi. Selain *mobile banking* dan ATM, layanan *internet banking* milik Bank BCA juga mengalami pertumbuhan yang lumayan pesat dibandingkan tahun 2021, dimana pada tahun 2021 tercatat sebanyak 4.252 (dalam juta) transaksi, sedangkan tahun 2022 tercatat sebanyak 4.874 (dalam juta) transaksi.

Berbanding terbalik dengan kenaikan frekuensi transaksi digital perbankan dari tahun 2021 ke tahun 2022, frekuensi transaksi secara langsung di kantor cabang

mengalami penurunan sebanyak 4 juta transaksi. Pada tahun 2021 BCA melaporkan terdapat 105 juta transaksi yang dilakukan di kantor cabang BCA, sedangkan pada tahun 2022 hanya tercatat sebanyak 101 juta transaksi yang dilakukan melalui kantor cabang BCA.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa penggunaan layanan perbankan digital oleh nasabah Bank BCA khususnya layanan *mobile banking*, ATM, dan *internet banking* cenderung meningkat dari tahun 2021 sampai tahun 2022.

Peningkatan yang cukup signifikan terhadap penggunaan layanan digital perbankan di Indonesia tidak terlepas dari kondisi yang terjadi sejak tahun 2019. Kondisi yang disebutkan berkaitan dengan adanya perkembangan virus COVID-19 yang mulai menyebar semenjak akhir tahun 2019 di kota Wuhan, China. Virus ini sendiri diperkirakan memasuki dan mulai tersebar di Indonesia sejak Maret 2020.

Perkembangan virus COVID-19 yang sangat signifikan pada saat itu mengharuskan pemerintah mengambil beberapa langkah untuk meminimalisir penularan virus tersebut. Salah satunya dengan memberlakukan *lockdown local* di beberapa daerah di Indonesia. *Lockdown local* yang diberlakukan ini mengakibatkan mobilitas masyarakat menjadi dibatasi, sehingga masyarakat lebih dianjurkan dan disarankan melakukan kegiatan keseharian mereka dari rumah termasuk dalam melaksanakan kegiatan transaksi keuangan.

Peningkatan pengguna layanan digital perbankan tidak terlepas dari penerimaan nasabah terhadap penggunaan teknologi. Nasabah yang dapat menerima penggunaan terhadap teknologi cenderung lebih mudah dalam

menggunakan fasilitas *digital banking* dan akan meningkatkan efisiensi dalam menggunakan layanan *digital banking*.

Terdapat berbagai cara untuk mengetahui apakah nasabah dapat melakukan penerimaan terhadap teknologi, salah satunya adalah dengan *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Technology Acceptance Model (TAM)* diusulkan oleh Davis pada tahun 1989 dan saat ini merupakan model yang banyak digunakan untuk mengetahui penerimaan terhadap teknologi. *Technology Acceptance Model* adalah model yang dirancang untuk memprediksi penerimaan terhadap teknologi informasi dan faktor yang memiliki hubungan dengannya (Widyarini, 2005).

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menjadi salah satu faktor yang menentukan apakah nasabah ingin menggunakan layanan perbankan digital atau tidak. Penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati & Rikumahu (2019) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat (*perceived usefulness*) penggunaan internet banking. Sejalan dengan penelitian Kholid & Soemarso (2018) yang juga menyatakan bahwa kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan *e-banking*. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadi & Novi (2015) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Persepsi manfaat (*perceived of usefulness*) adalah dimana seseorang mendapatkan manfaat dan meningkatkan kinerja pekerjaan terhadap sesuatu yang mereka lakukan. Kusumawati & Rikumahu (2019) menyebutkan jika persepsi

manfaat (*perceived of usefulness*) memiliki hasil pengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward use internet banking*. Sejalan dengan penelitian Kholid & Soemarso (2018) yang juga menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan *e-banking*. Namun, berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Riyadh et. al (2016) menyatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan *e-banking*.

Persepsi risiko (*perceived of risk*), menurut Ba & Pavlou (2013) risiko mengacu pada keseluruhan ketidakpastian yang dirasakan dalam situasi pembelian tertentu. Risiko yang dirasakan adalah situasi di mana terdapat ketidakpastian yang didapat dalam melakukan transaksi *online* dikarenakan infrastruktur teknologi internet yang terbuka. Risiko yang dihadapi nasabah berkaitan dengan keamanan dan privasi. Penelitian yang dilakukan oleh Polatoglu & Ekin (2003) menyebutkan jika risiko adalah bentuk faktor utama yang memiliki pengaruh adopsi internet banking. Noviarni (2014) juga mengatakan bahwa risiko yang ditakuti oleh nasabah dalam penggunaan internet banking merupakan salah satu faktor penentu bagi nasabah dalam penggunaan internet banking. Menurut Fernandez & Punjani (2019) persepsi risiko memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap minat perilaku nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Digital Perbankan Dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model***.

1.2 Identifikasi Masalah

Penggunaan layanan digital perbankan (*digital banking*) sampai saat ini selalu mengalami peningkatan jumlah pengguna maupun jumlah nilai transaksi, dikarenakan keinginan nasabah terhadap transaksi yang cepat, efektif, dan efisien. Ditambah dengan pengaruh situasi dan kondisi yang pernah terjadi di Indonesia mengharuskan banyak nasabah melakukan transaksi perbankan secara mandiri (*self service*).

Kegiatan penggunaan transaksi keuangan khususnya pada sektor perbankan yang dilakukan secara digital terkadang masih dianggap sebagai hal yang tidak biasa oleh sebagian nasabah dikarenakan terdapat berbagai macam keresahan, ketidaksiapan terhadap penerimaan, dan ketakutan terhadap hal-hal yang tidak diinginkan, sehingga diperlukannya penelitian lebih jauh terhadap apa saja yang menjadi kendala terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan digital perbankan.

1.3 Pembatasan Masalah

Layanan digital perbankan yang disediakan oleh bank sangatlah berbagai macam. Mulai dari ATM, *internet banking*, *SMS banking*, EDC, dan juga *mobile banking*. Bank menyediakan layanan digital perbankan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah, maka dari itu nasabah dapat memilih layanan digital perbankan yang mereka inginkan.

Banyaknya layanan digital perbankan yang tersedia dan telah disebutkan di atas mengharuskan nasabah untuk memilih dan lebih berhati-hati dalam menggunakan layanan digital perbankan. Terdapat banyak sekali faktor yang dapat

mempengaruhi seseorang dalam menentukan apakah mereka mau menggunakan layanan perbankan digital atau tidak. Diantaranya adalah, faktor kemudahan, faktor keamanan, faktor risiko, faktor manfaat, faktor sosial, faktor kenyamanan, dan masih banyak faktor lainnya.

Maka dari itu, peneliti memfokuskan penelitian hanya terhadap faktor kemudahan, faktor manfaat, dan faktor risiko yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan digital perbankan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan memiliki faktor yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking* perbankan?
2. Apakah persepsi manfaat memiliki faktor yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking* perbankan?
3. Apakah risiko memiliki faktor yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking* perbankan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan memiliki faktor yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking* perbankan.
2. Untuk mengetahui apakah persepsi manfaat memiliki faktor yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking* perbankan.
3. Untuk mengetahui apakah persepsi risiko memiliki faktor yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking* perbankan.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian yang dilakukan dapat dijadikan sebagai sumber ilmu pengetahuan, dan referensi bagi semua pihak untuk pembelajaran kedepannya.

2. Bagi Praktisi

Bagi banyak organisasi yang terlibat dalam transaksi keuangan, penelitian ini dapat berfungsi sebagai panduan bagi berfungsinya sistem TI perbankan digital. Khususnya bagi perbankan untuk mengetahui apakah penerapan digital banking sudah efektif dan perbaikan apa saja yang perlu dilakukan.

3. Bagi Peneliti

Memberikan wawasan penelitian masa depan mengenai faktor-faktor yang mempunyai pengaruh kuat terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital dan bertujuan untuk memperluas pengetahuan akademis penelitian para peneliti yang diharapkan dapat diterapkan di dunia nyata.

4. Bagi Pembaca Umum

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan untuk memahami karakteristik penggunaan layanan perbankan digital dalam dunia perbankan.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran yang cukup jelas mengenai penelitian ini, maka penulis menyajikan pembahasan secara sistematis ke dalam lima bab, masing-masing bab terdiri dari sub-sub bab yang saling berkaitan satu sama lain yaitu sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Pada bab pendahuluan ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II: Landasan Teori

Pada bab ini memaparkan secara singkat sejarah perbankan digital, jenis-jenis layanan perbankan digital, manfaat layanan perbankan digital, *theory of planned behaviour*, teori atrobusi, *Technology Acceptance Model (TAM)*, penelitian yang terkait, hubungan antar variabel, kerangka pemikiran, dan pengembangan hipotesis.

Bab III: Metodologi Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, tujuan dan arah penelitian, data dan teknik pengumpulannya, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, pengujian validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, metode analisis data, dan pengujian hipotesis.

Bab IV: Hasil Penelitian

Pada bab ini menjelaskan hasil akhir dan analisis tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan terhadap hasil pengolahan data yang didapatkan.

Bab V: Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini menjelaskan bagian penutup tentang kesimpulan dari pembahasan yang telah dikaji dalam bab-bab sebelumnya dan berisi saran agar penerapan kajian kedepan lebih efektif dari sebelumnya.

