BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang begitu cepat mendorong perusahaan untuk beradaptasi pada teknologi hampir di semua sektor bisnis, tidak terkecuali perbankan. Di Indonesia, era digital semakin melekat dalam perubahan gaya hidup masyarakat, terutama di sektor keuangan seperti perbankan. Lembaga jasa keuangan harus siap untuk menerima perubahan *digital banking* dengan cepat. Sektor perbankan saat ini telah menuju era digitalisasi. Perkembangan *financial technology* (*fintech*) dan revolusi layanan teknologi digital memicu transformasi pada industri perbankan. Masyarakat berharap bahwa penyediaan layanan perbankan digital akan memperluas sekaligus mempermudah inklusi keuangan dan akses tanpa batasan waktu. Sebab itu, pelayanan pelanggan di sektor perbankan saat ini telah banyak memanfaatkan teknologi informasi berupa *mobile banking (m-banking)*.

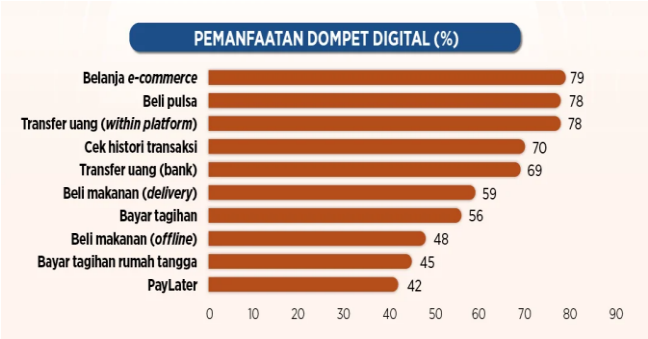
Bank memainkan peran penting dalam menggerakkan ekonomi negara karena bank menghubungkan semua kegiatan transaksi, memberikan kredit sebagai sumber modal bisnis, dan menjadi tempat yang paling dipercaya aman untuk menyimpan uang atau menabung (Suharbi & Margono, 2022). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.1 Tahun 1998 tentang perbankan : “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Berdasarkan kepemilikan, bank di Indonesia dibagi menjadi empat yaitu bank pemerintah, asing, campuran, swasta dan pembangunan daerah. Saat ini, sebagian besar bank swasta serta Bank Pembangunan Daerah (BPD) kian meningkatkan investasi mereka di bidang teknologi karena perusahaan teknologi finansial atau perusahaan *financial technology* (*fintech*) semakin banyak masuk ke beberapa wilayah untuk menawarkan transaksi keuangan yang berbeda (Maulidya G.P & Afifah N, 2021). Sesuai dengan arahan POJK terbaru, POJK12/POJK.03/2018, yang berkaitan dengan Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital, bank harus meningkatkan layanan perbankan digital mereka dan memanfaatkan peluang dari era digital ekonomi dan industri revolusi 4.0.

Kehadiran teknologi informasi yang kental dengan istilah mudah dan cepat ini mendorong masyarakat untuk lebih memilih metode *digital payment* dalam melakukan transaksi sehari-hari. Masyarakat kian banyak beralih ke alat pembayaran yang lebih mudah, fleksibel, dan cepat seperti *e-wallet*, QRIS, dan bahkan sistem *PayLater*. Sektor perbankan telah menghadapi banyak masalah dalam beberapa tahun terakhir karena kehadiran *fintech* dan mitra teknologi yang semakin banyak. Contohnya popularitas penggunaan dompet digital (*e-wallet*) yang kian meningkat di kalangan masyarakat.

Gambar 1. 1 Metode Pembayaran yang Diminati
Sumber : Insight Asia (Diolah Katadata)

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh *Insight Asia* terkait prospek industri dompet digital, 74% responden memilih dompet digital sebagai metode pembayaran yang paling diminati, diikuti oleh uang tunai 49%, transfer bank 24%, QRIS 21%, PayLater 18%, kartu debit 17%, dan transfer virtual 16%. Olivia Samosir, Research Director InsightAsia, mengatakan lima hal yang membuat dompet digital menjadi populer antara lain : keamanan, kemudahan, kenyamanan, bebas biaya, dan dapat digunakan untuk pembayaran harian. 1.300 orang disurvei di tujuh wilayah yaitu Jabodetabek, Bandung, Medan, Makassar, Semarang, Palembang, dan Pekanbaru dengan proporsi pria dan wanita masing-masing 50%. Sebagian besar responden berusia antara 18 dan 55 tahun, dengan pekerjaan dari karyawan swasta hingga pelajar dan mahasiswa. (Dhanesworo, 2022)

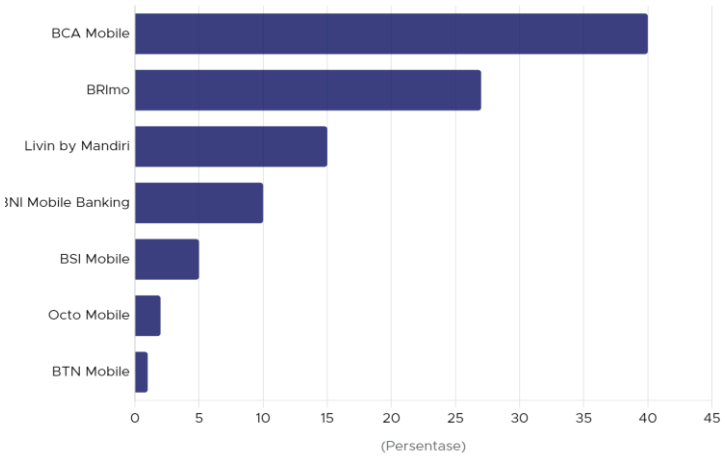


Gambar 1. 2 Pemanfaatan Dompet Digital
Sumber : Insight Asia (Diolah Katadata)

Dompet digital ini banyak digunakan dalam transaksi belanja di *e-commerce*, *delivery* makanan, pembayaran tagihan, transfer ke bank, dan banyak hal lainnya. Banyaknya manfaat yang ditawarkan oleh dompet digital sedikit demi sedikit mulai menyaingi keberadaan perbankan. Tidak menutup kemungkinan jika di kemudian hari keberadaan dompet digital ini menggantikan posisi perbankan yang mulanya merupakan pilar ekonomi negara.

Revolusi industri 4.0 saat ini telah mengubah gaya hidup masyarakat, cara orang-orang bekerja dan berinteraksi satu sama lain. Sektor perbankan harus siap untuk beradaptasi dan bertransformasi. Salah satunya, dengan menerapkan teknologi sistem informasi berupa *mobile banking (m-banking)*. *Mobile banking* atau *m-banking* adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi melalui jaringan internet (Rahayu, 2015). *Mobile banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi pada *handphone* (Wulandari & Moeliono, 2017).

Berikut merupakan hasil survei *mobile banking* terpopuler di Indonesia per bulan Mei tahun 2024 yang dilakukan oleh lembaga survei Populix.

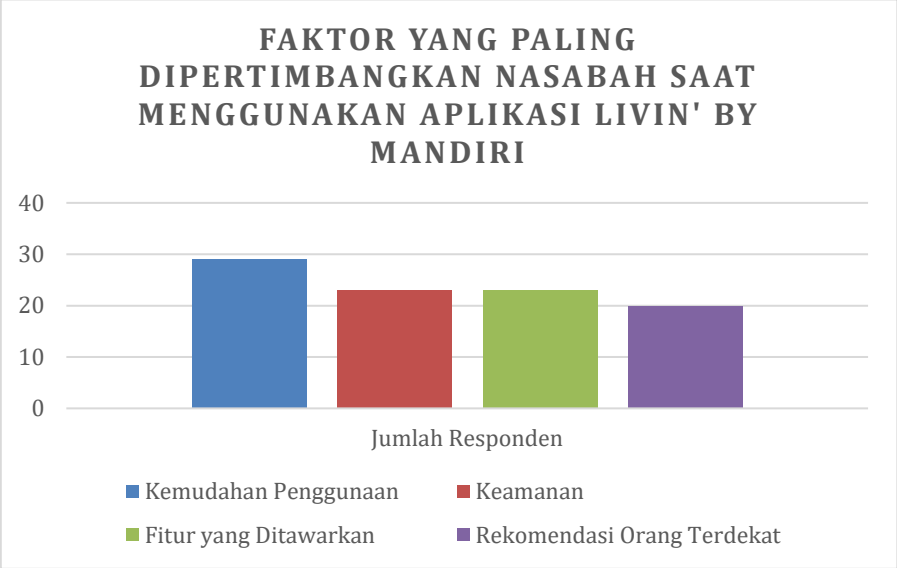


Gambar 1. 3 Mobile Banking Terpopuler di Indonesia
Sumber : Populix (Diolah GoodStats)

Menurut lembaga survei Populix, *BCA Mobile*, produk PT Bank Central Asia Tbk yang dirilis pada tahun 2011, akan menjadi layanan perbankan mobile terpopuler di Indonesia hingga Mei 2024. Dari segi antarmuka dan fitur, *BCA*

Mobile dipilih oleh 40% peserta sebagai layanan perbankan mobile yang paling diminati. Banyak orang yang memilih bank tersebut karena keamanan dan kenyamanan yang mereka tawarkan. Selain *BCA Mobile*, ada *MyBCA*, yang menawarkan banyak fitur seperti transfer, pembayaran, e-deposito, pinjaman, dan transaksi valas. Sedangkan, dengan perolehan 27%, *BRImo*, layanan perbankan digital yang diluncurkan oleh PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI) pada Februari 2019 lalu, adalah *mobile banking* terpopuler kedua. *BRImo* melakukan 2,2 juta transaksi dan menjual barang senilai Rp1,2 triliun hanya dalam dua bulan setelah peluncurannya. Selanjutnya, *Livin' by Mandiri* menempati posisi ketiga dengan total 15%; disusul oleh *BNI Mobile Banking* dengan 10%, *BSI Mobile* dengan 5%, *Octo Mobile* dengan 2%, dan *BTN Mobile* dengan 1%.

Angka 15% yang diperoleh aplikasi *Livin' by Mandiri* pada hasil survei Populix tentu masih terbilang rendah jika dibandingkan dengan presentase yang diperoleh oleh aplikasi *BCA Mobile* dan *BRImo* yang dapat mencapai angka 40% dan 27%. Dari angka tersebut dapat diketahui bahwa aplikasi *Livin' by Mandiri* belum cukup populer di kalangan masyarakat. Ini menunjukan bahwa *aplikasi Livin' by Mandiri* masih memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan popularitasnya. *Livin' by Mandiri* harus meningkatkan kesadaran masyarakat akan keberadaan dan manfaat yang dimiliki aplikasi, serta meningkatkan fitur-fitur yang ada untuk meningkatkan minat penggunaan aplikasi.



Gambar 1. 4 Faktor yang Paling Dipertimbangankan Nasabah Saat Menggunakan Aplikasi Livin' by Mandiri

Sumber : Data Primer (2025)

Berdasarkan survei singkat yang dilakukan penulis, faktor yang paling dipertimbangkan oleh nasabah Bank Mandiri saat akan menggunakan aplikasi *Livin' by Mandiri* adalah kemudahan menggunakan aplikasi, fitur yang tersedia, rekomendasi orang terdekat, serta keamanan aplikasi. Diketahui juga bahwa terdapat beberapa nasabah yang lebih memilih untuk tidak menggunakan aplikasi *Livin' by Mandiri* karena ragu akan keamanan data pada aplikasi, melihat banyaknya kasus penipuan melalui online yang kian marak di lingkungan mereka. Selain itu, beberapa juga masih kesulitan untuk menggunakan aplikasi dan tidak memiliki handphone serta internet yang memadai untuk mengakses aplikasi *Livin' by Mandiri*.

Bank Mandiri merupakan salah satu bank di bawah naungan pemerintah Indonesia atau Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Bank Mandiri meluncurkan secara resmi aplikasi super (*super app), Livin' by Mandiri,* pada bulan Oktober

tahun 2021. *Livin' by Mandiri* adalah penyempurnaan dari aplikasi *Mandiri Online* yang diluncurkan oleh Bank Mandiri untuk meningkatkan kemudahan dan kenyamanan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan perusahaan di era bank 4.0. Transformasi layanan perbankan digital ini merupakan inisiatif strategis Bank Mandiri untuk menjadi salah satu Bank Retail Digital Modern dengan layanan yang sesuai dengan kebiasaan baru pelanggan dalam bertransaksi. Sekarang, nasabah dapat mengakses layanan perbankan secara real-time melalui aplikasi dan platform digital kapan saja.

Dengan adanya persaingan dengan perusahaan *fintech* yang kian menjamur, perbankan perlu untuk turut mengembangkan aplikasi digital, *mobile banking*, baik dari segi kemudahaan penggunaan, manfaat, serta keamanan agar dapat meningkatkan minat penggunaan aplikasi. Terlebih dengan jumlah masyarakat indonesia yang didominasi oleh anak muda yang seringkali lebih tertarik dengan hal-hal baru dan yang memberikan lebih banyak keuntungan (manfaat dan kemudahan).

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989) dalam Wakhida (2020) merupakan teori yang dirancang untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi. Dalam teori TAM, minat penggunaan *(Intention to Use)* suatu aplikasi dipengaruhi oleh dua faktor penting. Pertama, seseorang cenderung memilih untuk menggunakan aplikasi karena percaya bahwa aplikasi tersebut akan mempermudah pekerjaan yang disebut dengan persepsi manfaat (*perceived usefulness).* Kedua, pada saat

yang sama mereka juga percaya bahwa aplikasi tersebut mudah untuk digunakan yang disebut dengan persepsi kemudahan (*perceived ease of use).*

Sejak diperkenalkan, teori TAM banyak mengalami modifikasi. Terdapat sejumlah penelitian yang dilakukan untuk mengembangkan dan memperbaiki model ini. Agar dapat menjelaskan lebih baik mengenai fenomena penerimaan teknologi, banyak penelitian menambahkan berbagai variabel baru seperti teori TRITAM (*Trust and Risk in Technology Acceptance Model*) yang menambahkan variabel *trust* (kepercayaan) dan *risk* (risiko). Beberapa penelitian juga menambahkan variabel moderasi seperti pengalaman pengguna, lingkungan sosial, usia, dan jenis kelamin. Terdapat banyak sekali faktor yang dianggap dapat mempengaruhi penerimaan teknologi. Penelitian ini menambahkan variabel keamanan (*security*) karena melihat tingginya kekhawatiran masyarakat akan kejahatan siber yang terjadi melalui aplikasi *mobile*.

Dalam transformasi menjadi bank digital, fondasi infrastruktur yang kuat sangat penting karena kejahatan teknologi atau *cyber crime* lebih mudah dilakukan dari pada kejahatan fisik (Suharbi & Margono, 2022). Untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat, perlindungan nasabah menjadi penting dilakukan. Dalam konteks perbankan misalnya keamanan data pribadi, pencegahan penipuan, kompensasi, dan regulasi sangat penting.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan keamanan terhadap minat menggunakan pada Aplikasi *Livin' by Mandiri.*

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pada pengguna Aplikasi *Livin' by Mandiri* di Surabaya?
2. Apakah persepsi manfaat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pada pengguna Aplikasi *Livin' by Mandiri* di Surabaya?
3. Apakah persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pada pengguna Aplikasi *Livin' by Mandiri* di Surabaya?
4. Apakah keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pada pengguna Aplikasi *Livin' by Mandiri* di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan keamanan secara simultan terhadap minat menggunakan pada pengguna Aplikasi *Livin' by Mandiri* di Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat secara parsial terhadap minat menggunakan pada pengguna Aplikasi *Livin' by Mandiri* di Surabaya.
3. Untuk mengatahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan secara parsial terhadap minat menggunakan pada pengguna Aplikasi *Livin' by Mandiri* di Surabaya.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keamanan secara parsial terhadap minat menggunakan pada pengguna Aplikasi *Livin' by Mandiri* di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan dan memperkaya literatur yang ada terkait faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi informasi dengan menganalisis pengaruh variabel seperti persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan keamanan terhadap minat menggunakan aplikasi *Livin' by Mandiri*. Penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna saat menggunakan aplikasi perbankan mobile. Hal ini dapat membantu para peneliti dan praktisi dalam membuat aplikasi perbankan mobile yang lebih sesuai dengan pengguna.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Manfaat Bagi Perusahaan

Bank Mandiri dapat menggunakan hasil penelitian untuk menentukan faktor-faktor apa saja yang perlu ditingkatkan pada aplikasi *Livin' by Mandiri* agar lebih banyak orang yang menggunakan dan lebih sering menggunakan aplikasi. Bank Mandiri juga dapat membuat fitur baru yang lebih relevan dan menarik dengan mengetahui kebutuhan dan preferensi pengguna. Selain itu, hasil penelitian dapat digunakan oleh Bank

Mandiri untuk mengembangkan strategi untuk meningkatkan jumlah pengguna dan frekuensi penggunaan aplikasi.

2. Manfaat Bagi Penelitian Yang Akan Datang

Penelitian ini dapat digunakan sebagai landasan untuk penelitian yang menyelidiki terkait faktor-faktor lain yang mempengaruhi adopsi teknologi seperti kepercayaan, pengaruh sosial, atau kebiasaan. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk membuat model yang lebih komperhensif untuk memprediksi bagaimana pengguna berinteraksi dengan aplikasi perbankan mobile.