

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era digitalisasi teknologi telah membawa perubahan terhadap kehidupan manusia.² Perubahan itu ditunjukkan dengan terjadinya disrupsi sosial masyarakat modern yang mulai bergantung pada pemanfaatan produk digital dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Kondisi ini merupakan hal yang wajar, mengingat saat ini umat manusia tengah memasuki era baru *Society 5.0*, sebagai keberlanjutan dari era revolusi industri 4.0, yang lebih menekankan pada sumber daya manusia. Bagaimana *society* (masyarakat/sumber daya manusia) bisa mempergunakan beragam alat atau produk hasil inovasi teknologi untuk memperbaiki standar kehidupan manusia, bukan malah sebagai bentuk yang akan mengancam eksistensi mereka.³

Adanya perubahan-perubahan yang dialami tersebut menyebabkan manusia yang lahir pada kurun waktu berbeda mempunyai kepribadian, pandangan, dan nilai yang berbeda pula. Perubahan yang terjadi di bidang ekonomi, budaya, dan politik sangat mempengaruhi persepsi, harapan, dan sudut pandang individu. Sebagai hasil dari interaksi ini, batas-batas

² Esy Kurniasih dan Desi Apriani, "Pengaruh Era Digitalisasi dalam Media Sosial Terhadap Perilaku Masyarakat," *KODIFIKASI*, (Online), Vol. 4, No. 2, (2022), <https://ejournal.uniks.ac.id/index.php/KODIFIKASI/article/view/2539/1985>, diakses 2 September 2023.

³ Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kementerian Keuangan RI, *Memahami Bela Negara di Era Society 5.0*, <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3100-memahami-bela-negara-di-era-society-5-0.html>, diakses 10 September 2023.

periode generasi ditandai dan karakteristiknya ditentukan.⁴ Pembagian generasi biasanya didasarkan atas rentang tahun kelahiran, hanya saja rentang tahun kelahiran ini oleh para pakar didefinisikan berbeda-beda. Dalam Hasil Sensus Penduduk 2020 yang dikeluarkan oleh BPS, struktur penduduk berdasarkan generasi di Indonesia terbagi menjadi Post generasi Z (lahir tahun 2013+), Generasi Z (lahir tahun 1997 – 2012), Milenial (lahir tahun 1981 – 1996), Generasi X (lahir tahun 1965 – 1980), Baby Boomers (lahir tahun 1946 – 1964), dan Pre-Boomers (lahir sebelum 1945).⁵ Penduduk Indonesia dewasa ini didominasi oleh Generasi Z dan Milenial, tetapi dari sisi demografi Generasi X dan Milenial adalah kelompok usia yang keseluruhan berada di usia produktif.

Tiap generasi memiliki karakteristik yang berbeda-beda termasuk dalam hal penetrasi dan konsumsi internet. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Alvara Research Center per Juni 2022, tingkat penetrasi internet Gen Z adalah 97,7%; Milenial berada di angka 90,4%; Generasi X sebesar 75,9% dan Boomers 48,5%.⁶ Data tersebut menunjukkan bahwa konsumsi internet semakin tinggi pada kalangan generasi yang semakin muda. Kelompok Boomers yang masa mudanya tak mengenal internet mempunyai kesulitan besar dalam menemukan tempat mereka di dunia

⁴ Sezin Baysal Berkup, "Working With Generations X And Y In Generation Z Period: Management Of Different Generation In Business Life," *Mediterranean Journal of Social Sciences*, (Online), Vol. 5, No. 19, (2014), <https://www.semanticscholar.org/paper/Working-With-Generations-X-And-Y-In-Generation-Z-Of-Berkup/538306cc265f7bb625b9360ee984f8fc6514db78>, diakses 19 September 2023

⁵ Badan Pusat Statistik (BPS), *Hasil Sensus Penduduk 2020*, (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2021), hal. 4

⁶ Ali Mahmudan, *Survei: Kian Muda Generasi, Penetrasi Internet Makin Tinggi*, <https://dataindonesia.id/internet/detail/survei-kian-muda-generasi-penetrasi-internet-makin-tinggi>, diakses 20 Oktober 2023.

baru yang semakin terdigitalisasi.⁷ Tak mengherankan jika penetrasi internetnya lebih rendah. Mereka yang lahir sebagai Generasi X bisa dikatakan unik karena menjadi bagian dari era analog dan digital, sehingga sering disebut sebagai imigran dalam dunia digital. Generasi Milenial lahir di dunia yang telah terdigitalisasi, mereka merupakan generasi pertama yang komunikasinya berpindah ke dunia online. Sedangkan Generasi Z bisa disebut sebagai *mobile generation*.⁸ Tak aneh memang jika penetrasi intrnet pada generasi ini adalah yang paling tinggi di antara yang lain.

Perubahan akibat digitalisasi juga mencakup sektor keuangan dan perbankan. Perilaku nasabah yang lebih menyukai transaksi mudah, fleksibel, efisien, dan sederhana mendorong bank untuk memenuhi kebutuhan tersebut melalui digitalisasi.⁹ Keberadaan internet telah mentransformasikan kebijakan dan strategi dunia perbankan untuk lebih mendorong inovasi dan persaingan di bidang *digital banking* ke level lebih tinggi, tidak hanya sekedar layanan *online* berbasis *website* tetapi juga menyediakan layanan interaktif antara nasabah dengan bank menggunakan aplikasi yang terpasang pada *mobile*.

Mobile banking menjadi salah satu produk *digital banking* yang berfokus memberikan kemudahan bagi nasabah sekaligus memenuhi

⁷ Judit Pasztor dan Gerda Bak, "Digital Devide: A Technological Generation Gap," *18th Management, Enterprise and Bechmarking Conference: Business in Real Virtual World*, (Budapest: Obunda University, 2020), hal. 159.

⁸ Hasanuddin Ali, dkk., *Indonesia Gen Z And Millennial Report 2020: The Battle Of Our Generation*, (Jakarta: Alvara Research Center, 2020), hal. 7.

⁹ Rukma Ningrum, *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Mega Syariah Cabang Palu*, Skripsi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu, 2020, hal. 1.

urgensi pasar.¹⁰ Layanan ini memadukan teknologi informasi dengan aplikasi bisnis sehingga menyajikan proses cepat, praktis, dan dapat diakses kapan pun dan di mana pun selama terhubung dengan internet. Akses *m-banking* juga mudah hanya menggunakan terminal *mobile* seperti ponsel dan *Personal Digital Assistants (PDA)*.¹¹

Inovasi pada produk *digital banking* berdampak pada nilai transaksi digital yang positif. Dikutip dari Tempo, berdasarkan pernyataan Gubernur Bank Indonesia Perry Warjiyo nilai transaksi perbankan digital Indonesia per Januari 2023 tercatat naik 27,96% (yoy) menjadi Rp 4.900,6 triliun atau US \$324,18 miliar.¹² Kemudian, pada April 2023 nilainya Rp 4.264,8 triliun atau turun 11,8% dibanding Maret 2023 (mom) serta lebih rendah 20,1% dari periode yang sama tahun lalu (yoy). Akan tetapi, jika ditilik lima tahun ke belakang, nilai transaksi pada bulan April 2023 ini tumbuh 158% dibanding April 2018.¹³ Pertumbuhan itu bisa menjadi acuan bahwa kemungkinan besar nilai transaksi *digital banking* Indonesia akan terus naik di masa depan.

¹⁰ Nurdin, dkk., “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Mega Syariah Cabang Palu,” *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, (Online), Vol. 3, No. 1, (2021), <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>, diakses 2 September 2023.

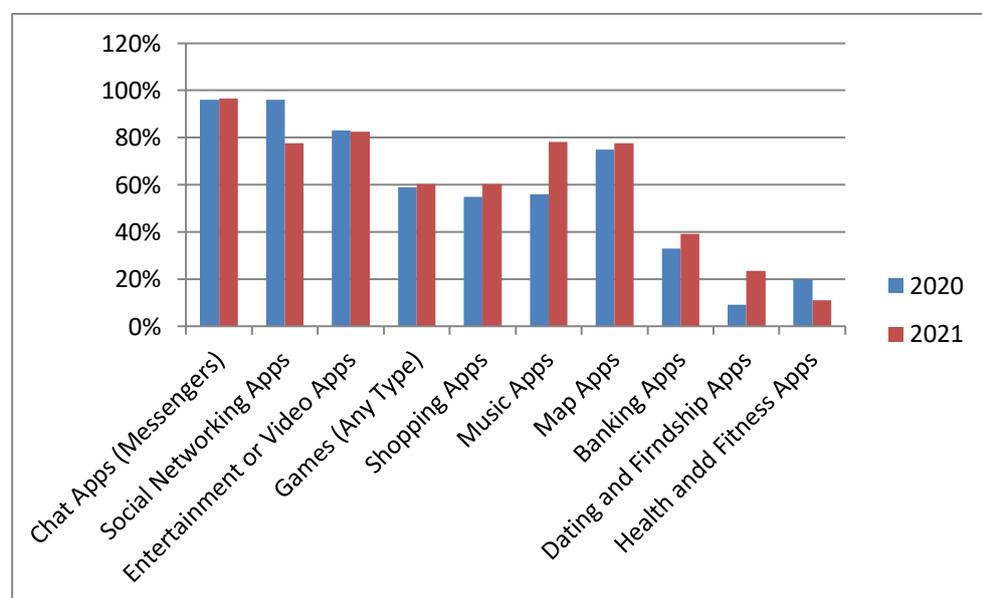
¹¹ Risma Afifah, *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri*, Skripsi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017, hal. 3.

¹² Khory Alfarizi, *Indonesia’s Digital Banking Transaction Value at Rp 4,900tn*, <https://en.tempo.co/read/1692484/indonesias-digital-banking-transaction-value-at-rp4900tn>, diakses 10 September 2023.

¹³ Adi Ahdiat, *Transaksi Digital Banking di Indonesia Tumbuh 158% dalam 5 Tahun Terakhir*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/transaksi-digital-banking-di-indonesia-tumbuh-158-dalam-5-tahun-terakhir>, diakses 10 September 2023.

Dorongan tingginya tingkat penetrasi internet dan pemanfaatan gawai di masyarakat, didukung oleh tingginya transaksi *digital banking*, memunculkan ekspektasi penggunaan *mobile banking* yang tinggi. Namun, pada kenyataannya jumlah pengguna *mobile banking* masih terbilang rendah. Data dari *We Are Social* dan Hootsuite dalam Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan yang dikeluarkan OJK, pengguna internet yang memiliki *mobile phone* di Indonesia tahun 2021 telah bertengger di angka 98,3%. Akan tetapi, pemakai *banking apps* baru sebesar 39,2%. Bandingkan dengan presentase yang mengakses aplikasi *chatting*, media sosial, dan aplikasi belanja online yang mencapai di lebih dari 90%.¹⁴ Tentunya angka tersebut masihlah terlampau jauh.

Gambar 1.1 Tingkat Penggunaan Aplikasi Mobile di Indonesia

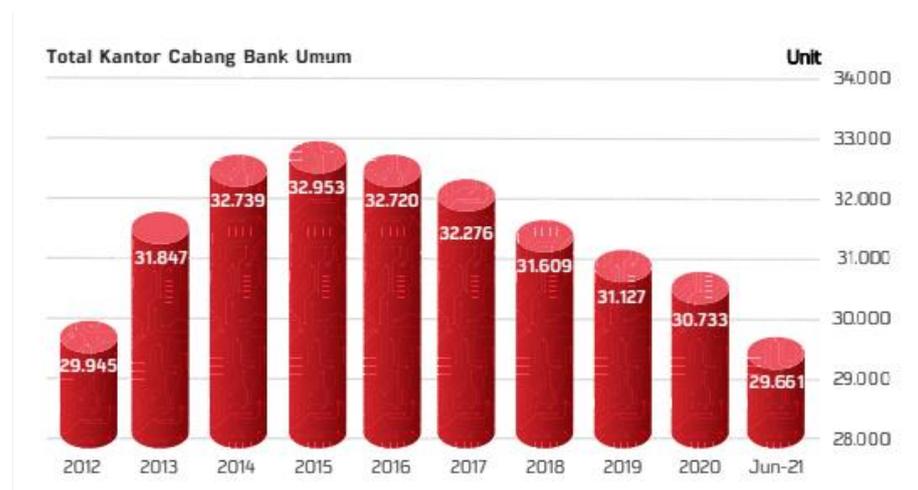


Sumber: Diolah dari Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan, OJK (2021)

¹⁴ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan*, (Jakarta: Departemen Penelitian dan Pengaturan Perbankan Otoritas Jasa Keuangan), hal. 35.

Padahal jumlah kantor cabang bank secara nasional telah mengalami tren menurun sejak 2015 sebagai akibat meningkatnya jumlah transaksi digital tiap tahun, dari yang mulanya 32.953 kantor cabang pada 2015 menjadi 29.661 kantor cabang pada Juni 2021.¹⁵ Kondisi ini menjadi indikator bahwa kebanyakan bank saat ini lebih fokus mengembangkan produk *digital banking* mereka dalam upaya menjangkau nasabah daripada membuka kantor fisik yang baru untuk perluasan bisnisnya.

Gambar 1.2 Total Kantor Cabang Bank Umum



Sumber : Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan, OJK (2021)

Semakin menurunnya jumlah Kantor Cabang Bank Umum, maka diperlukan pengembangan produk teknologi *digital banking* seperti *mobile banking* menjadi lebih baik agar peran perbankan tetap maksimal dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Data mengenai pengguna *mobile banking* saat ini menunjukkan angka yang rendah pada penggunaan *mobile banking* dikalangan pengguna *smartphone*. Hal itu bisa menjadi indikasi

¹⁵ *Ibid.*, hal. 21.

bahwa meskipun masyarakat saat ini lebih fleksibel dalam menerima teknologi, namun minat dan penggunaan aktualnya masih kurang. Keberhasilan implementasi dan bertahannya suatu teknologi berhubungan erat dengan penerimaan pengguna. Seberapa besar pengguna menerima dan memahami teknologi akan menunjukkan besarnya tingkat keberhasilan implementasi tersebut, sehingga kurangnya penerimaan akan berpengaruh pada gagalnya implementasi teknologi.¹⁶ Untuk mengukur tingkat penerimaan teknologi, ada banyak pendekatan yang dapat digunakan, salah satunya adalah UTAUT (*Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*). Dalam model ini terdapat empat variabel penentu penerimaan teknologi yakni Ekpektasi Kinerja (*Performance Expectancy*); Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*); Pengaruh Sosial (*Social Influence*); dan Kondisi Pemfasilitasi (*Facilitating Conditions*).¹⁷

Ekspektasi Kinerja terhadap *mobile banking* menjadi salah satu faktor penting pendorong perilaku penggunaan *mobile banking*. Ekpektasi kinerja adalah tingkat ekspektasi individu bahwa dengan menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja. Artinya penggunaan sistem teknologi akan membantu mencapai tujuan kinerja yang maksimal.¹⁸ Performa yang maksimal dari *mobile banking* oleh nasabah diharapkan

¹⁶ Muhammad Nasir, "Evaluasi Penerimaan Teknologi Informasi Mahasiswa di Palembang Menggunakan Model UTAUT," *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI): Proceedings Building the Bridge Between Bussiness Process Management and Information Technology*, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2013), hal. 36.

¹⁷ *Ibid.*, hal. 37.

¹⁸ Dwi Yuli Prasetyo, "Penerapan Metode UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) dalam Memahami Penerimaan dan Penggunaan Website KKN LPPM UNISI," *Jurnal SISTEMASI*, (Online), Vol. 6, No. 2, (2017), <https://core.ac.uk/download/pdf/229748873.pdf>, diakses 2 September 2023.

tidak hanya mampu memberikan akses terhadap produk dan layanan perbankan secara lebih cepat dan efisien, tetapi dengan menggunakan *mobile banking* juga mampu meningkatkan kinerja mereka sehari-hari serta memberi keuntungan saat menggunakannya.¹⁹

Faktor selanjutnya yang dianggap berpengaruh terhadap penerimaan pengguna *mobile banking* adalah ekspektasi usaha. Ekspektasi usaha akan tercapai jika pengguna merasa bahwa dengan menggunakan teknologi dapat meminimalisir upaya (waktu dan tenaga) dalam melakukan suatu pekerjaan.²⁰ Penelitian yang dilakukan oleh Chairia, Sukmadilaga, dan Yuliafitri menunjukkan bahwa ekspektasi usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan.²¹ Artinya, jika *mobile banking* mudah dipelajari dan digunakan dalam proses transaksi keuangan, maka minat nasabah pun akan meningkat dan sebaliknya jika *mobile banking* sulit dipelajari dan digunakan maka nasabah cenderung enggan untuk menggunakannya. Dengan demikian, penting untuk merancang *interface* yang sederhana mungkin tetapi tetap menarik agar nasabah bertahan menggunakan *mobile banking*.

¹⁹ Riska Fitri, *Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Kondisi Memfasilitasi Terhadap Perilaku Pengguna Bank Aladin Syariah di Jabodetabek*, Skripsi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023, hal. 5

²⁰ Farah Nadhya, *Analisis Pengukuran Tingkat Penerimaan Pengguna Mobile Banking BRI Menggunakan Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)*, Skripsi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020, hal. 38.

²¹ Chairia, Citra Sukmadilaga, dan Indri Yuliafitri. "Peran Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Kondisi yang Mendukung terhadap Perilaku Pengguna Itqn Mobile yang Dimediasi oleh Niat Perilaku Menggunakannya," *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, (Online), Vol. 10, No. 1, (2020), <https://ejournal.up45.ac.id/index.php/maksipreneur/article/view/655>, diakses 19 November 2023.

Pengaruh sosial juga dianggap penting sebagai faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna *mobile banking*. Pengaruh sosial merupakan tingkat seseorang mempersepsikan kepentingan yang dipercaya orang lain akan mempengaruhinya menggunakan sistem baru.²² Pada penelitian yang dilakukan oleh Gupta et.al., dalam Chairia menyebutkan bahwa keluarga, teman, dan rekan kerja memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap aktivitas pembayaran bank oleh nasabah dalam konteks masyarakat India, sehingga hubungan sosial dengan orang lain menjadi aspek penting perilaku pengguna.²³ Penelitian yang dilakukan oleh Fitri menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku pengguna.²⁴ Artinya semakin erat hubungan dengan orang-orang disekitar akan meningkatkan pengguna menggunakan *mobile banking*.

Faktor lain yang dianggap berpengaruh terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* adalah kondisi pemfasilitasi yakni pengaruh ketersediaan infrastuktur teknis dan organisasi yang mendukung operasional *mobile banking*.²⁵ Hasil penelitian Rema, dan Setyohadi menunjukkan bahwa adanya faktor seperti pengetahuan dan sumber daya lainnya (*smartphone* dan jaringan internet) berpengaruh positif terhadap

²² Dwi Yuli Prasetyo, *Penerapan Metode UTAUT ...*, hal. 29.

²³ Chairia, “*Peran Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi ...*”, hal. 54.

²⁴ Fitri, “*Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi ...*”, hal. 97

²⁵ Ridwan Daud Mahande dan Jasruddin, “*UTAUT Model: Suatu Pendekatan Evaluasi Penerimaan E-Learning pada Program Sarjana*,” *Seminar Nasional “Membangun Indonesia Melalui Hasil Riset”*, (Lembaga Penelitian Universitas Negeri Makassar, 2021), hal. 784 – 788.

penggunaan kembali *mobile banking*.²⁶ Artinya, semakin tinggi ketersediaan fasilitas-fasilitas pendukung penggunaan *mobile banking*, maka penerimaan masyarakat akan semakin tinggi pula. Pemaparan sebelumnya menjelaskan bahwa tingkat penetrasi internet dan penggunaan *smartphone* saat ini sudah bisa dikatakan tinggi, sehingga ekspektasi pengguna *mobile banking* pun tinggi. Meskipun pada kenyataannya jumlah pengguna *m-banking* masih rendah.

Faktor yang tak kalah penting berpengaruh terhadap penerimaan pengguna *mobile banking* adalah persepsi biaya keuangan yang dikeluarkan oleh pengguna. Penelitian mengenai pengadopsian teknologi umumnya menyelidiki adopsi konsumen dari sudut pandang teori psikologis dan sosiologis, tetapi bukti empiris juga mengungkapkan bahwa adopsi teknologi sangat didorong oleh faktor ekonomi, misalnya biaya layanan transaksi yang menguntungkan, beban biaya untuk menggunakan, dan pembayaran yang tinggi ketika menggunakan.²⁷ Persepsi biaya keuangan ini bekerja secara terbalik, artinya ketika persepsi biaya keuangan rendah maka niat menggunakan tinggi dan sebaliknya.

Faktor kebiasaan juga dianggap berpengaruh terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*. Temuan empiris mengenai peran kebiasaan

²⁶ Yasinta Oktaviana L. Rema dan Setyohadi, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Mobile Banking Studi Kasus: BRI Cabang Bajawa," *Seminar Riset Teknologi Informasi (SRITI)*, (Online), (2016), <https://sriti.akakom.ac.id/prosiding/-FAKTOR-FAKTOR%20YANG%20MEMPENGARUHI%20PENERIMAAN%20MOBILE%20BANKING%20STUDI%20KASUS%20%20BRI%20CABANG%20BAJAWA.pdf>, diakses 21 November 2023.

²⁷ Chian-Son Yu, "Factors Affecting Individuals To Addopt Mobile Banking: Empirical Evidence From The UTAUT Model," *Journal of Electronic Commerce Research*, (Online), Vol. 13, No. 2, (2012), http://www.jecr.org/sites/default/files/13_3_p01_0.pdf, diakses 2 September 2023.

dalam penggunaan teknologi memberikan gambaran berbagai proses dasar di mana kebiasaan mempengaruhi penggunaan teknologi.²⁸ Penelitian Septian, Salim, dan Daulay memberikan hasil bahwa kebiasaan memiliki pengaruh positif signifikan, sehingga dibutuhkan suatu kebiasaan agar pengguna ingin terus menggunakan *mobile banking* tertentu dalam kehidupannya.²⁹

Beberapa penelitian terdahulu mengenai penerimaan *mobile banking* menggunakan pendekatan UTAUT menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Chian-Son Yu memberikan hasil bahwa variabel yang berpengaruh pada pengadopsian *mobile banking* adalah *social influence*, *perceived financial cost*, *performance expectancy*, *perceived credibility*, dan *facilitating conditions*.³⁰ Hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Farah di mana variabel *social influence* dan *performance expectancy* justru tidak berpengaruh terhadap pengadopsian *mobile banking*. Penerimaan *mobile banking* dipengaruhi oleh *behavioral intention*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, *price value*, dan *perceived credibility*.³¹ Javed Safaraz menemukan hasil yang sejalan dengan Farah dalam hal variabel *social influence*. Penelitiannya

²⁸ Vishwanath Venkatesh, James Y. L. Thong, dan Xin Xu, "Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Tehcnology," *MIS Quarterly*, (Online), Vol. 36, No. 1, (2012), <https://www.jstor.org/stable/41410412>, diakses 21 November 2023.

²⁹ Indah Septiani, Muhartini Salim, dan M. Yasser Iqbal Daulay, "Analysis The Effect Of Habit And Perceived Enjoyment Mediated By Behavioural Intention To Adoption On Stden Using Mobile Banking BNI," *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, (Online), Vol. 15, No. 1, (2020), <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/Insight/article/view/11329>, diakses 21 November 2023.

³⁰ Chian-Son Yu, "*Factors Affecting Individuals to ...*", p. 109

³¹ Nadhya, *Analisis Tingkat Pengukuran ...*, hal. 127

menunjukkan bahwa *social influence* dan *trust* tidak memiliki pengaruh, tetapi harus bertolak belakang pada variabel *performance expectancy* karena ia menemukan bahwa variabel tersebut berpengaruh pada pengadopsian *mobile banking*. Variabel lain yang juga berpengaruh dalam penelitian ini adalah *effort expectancy* dan *risk perception*.³² Sementara itu, Putra menemukan hasil bahwa variabel yang berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* adalah *Social Influence*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit*. Sedangkan variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Facilitating Conditions* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*.³³

Dalam upaya memperdalam kajian penelitian, maka dalam penelitian ini ditambahkan variabel *Perceived Financial Cost* dan *Habit*. Selain itu, dalam penelitian ini tidak digunakan variabel moderasi *Age*, *Gender*, *Experience*, dan *Voluntariness Of Use* dengan alasan penelitian ini hanya berupa observasi fenomena penggunaan *mobile banking* pada suatu titik waktu tertentu (*cross-sectional*) dan bukan berupa penelitian longitudinal.

Populasi penelitian ini adalah Generasi X yang menggunakan atau pernah berinteraksi dengan *mobile banking*. Pemilihan Generasi X dilakukan dengan pertimbangan bahwa generasi ini dianggap unik karena

³² Javed Sarfaraz, "Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Model – Mobile Banking," *The Journal of Internet Banking and Commerce*, (Online), Vol. 22, No. 3, (December 2017), <http://www.icommercecentral.com>, diakses 3 September 2023

³³ M. Ardiansyah Alam Putra, *Evaluasi Penggunaan Pada Produk Uang Elektronik E-Money Bank Mandiri Menggunakan Model UTAUT 2: Studi Kasus: Kecamatan Ciputat*, Skripsi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.

lahir dalam rentang era analog dan digital. Pertimbangan selanjutnya adalah Generasi X saat ini keseluruhan berada di usia produktif sehingga menarik untuk dilihat bagaimana *mobile banking* membantu pekerjaan mereka sehari-hari.

Penelitian ini nantinya akan berlokasi di Jawa Timur dengan batasan wilayah yakni Kabupaten Tulungagung, Kabupaten Trenggalek, Kabupaten Nganjuk, Kabupaten Blitar, Kabupaten Kediri, Kota Blitar, dan Kota Kediri dengan pertimbangan karena wilayah tersebut menunjukkan karakteristik yang hampir mirip dalam pertumbuhan jangkauan penerimaan sinyal internet telepon seluler berdasarkan hasil pengamatan dalam data BPS.³⁴ Lokasi dianggap cocok dengan penelitian yang akan dilakukan karena implementasi *mobile banking* tentunya membutuhkan jaringan seluler yang stabil.

Berdasarkan uraian fenomena, data, dan fakta di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan terkait dengan penerimaan Generasi X menggunakan *mobile banking* Bank Syariah melalui pendekatan UTAUT dengan judul **“Analisis UTAUT Dalam Mempengaruhi Penerimaan Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah”**.

³⁴ Badan Pusat Statistik, Banyaknya Desa/Kelurahan Menurut Kabupaten/Kota dan Penerimaan Sinyal Internet Telepon Seluler 2019 – 2021, <https://jatim.bps.go.id/indicator/2/559/1/banyaknya-desa-kelurahan-menurut-kabupaten-kota-dan-penerimaan-sinyal-internet-telepon-seluler.html>, diakses 19 September 2023.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Ekspektasi kinerja pengguna terhadap *mobile banking* terbilang tinggi, sehingga pengaruhnya terhadap penerimaan *m-banking* juga tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan menggunakan *m-banking* diharapkan tidak hanya mampu memberikan akses lebih cepat terhadap produk dan layanan perbankan, tetapi juga mampu meningkatkan kinerja mereka sehari-hari serta memberi keuntungan saat menggunakannya.
2. Ekspektasi usaha dalam menggunakan *mobile banking* cukup tinggi, sehingga kemudahan dalam pengoperasiannya akan mendorong penggunaan *m-banking* yang tinggi pula begitupun sebaliknya, sehingga *interface m-banking* harus dibuat sesederhana mungkin tetapi tetap menarik agar pengguna tetap bertahan menggunakan *m-banking*.
3. Pengaruh sosial dari keluarga, teman, dan rekan kerja terhadap aktivitas penggunaan *mobile banking* tergolong kuat, sehingga semakin erat hubungan dengan orang-orang yang menggunakan *mobile banking* maka semakin tinggi pula intensitas seseorang untuk menggunakan *mobile banking*.
4. Kondisi pemfasilitasi seperti pengetahuan dan sumber daya (*smartphone* dan jaringan internet) sudah bisa dikatakan mumpuni, sehingga memunculkan ekspektasi penggunaan kembali *mobile banking* oleh nasabah yang tinggi.

5. Bukti empiris menunjukkan adopsi teknologi dipacu faktor ekonomi salah satunya biaya layanan transaksi yang menguntungkan. Dalam hal ini, biaya penggunaan *mobile banking* yang rendah dapat mendorong pengguna menggunakan *mobile banking*.
6. Berdasarkan temuan empiris kebiasaan berperan dalam mempengaruhi penggunaan teknologi, sehingga dibutuhkan suatu kebiasaan agar pengguna ingin terus menggunakan *mobile banking*.
7. Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi pemfasilitasi, persepsi biaya keuangan, dan kebiasaan mendorong perilaku penerimaan pengguna *mobile banking* menjadi lebih tinggi.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah?
2. Apakah Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah?
3. Apakah Pengaruh Sosial (*Social Influence*) berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah?
4. Apakah Kondisi Pemfasilitasi (*Facilitating Conditions*) berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah?

5. Apakah Persepsi Biaya Keuangan (*Perceived Financial Cost*) berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah?
6. Apakah Kebiasaan (*Habit*) berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah?
7. Apakah Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi Pemfasilitasi (*Facilitating Conditions*), Persepsi Biaya Keuangan (*Perceived Financial Cost*), dan Kebiasaan (*Habit*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh signifikan Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) terhadap Penerimaan Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah.
2. Untuk menguji pengaruh signifikan Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) terhadap Penerimaan Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah.
3. Untuk menguji pengaruh signifikan Pengaruh Sosial (*Social Influence*) terhadap Penerimaan Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah.

4. Untuk menguji pengaruh signifikan Kondisi Pemfasilitasi (*Facilitating Conditions*) terhadap Penerimaan Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah.
5. Untuk menguji pengaruh signifikan Persepsi Biaya Keuangan (*Perceived Financial Cost*) terhadap Penerimaan Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah.
6. Untuk menguji pengaruh signifikan Kebiasaan (*Habit*) terhadap Penerimaan Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah.
7. Untuk menguji pengaruh signifikan Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi Pemfasilitasi (*Facilitating Conditions*), Persepsi Biaya Keuangan (*Perceived Financial Cost*), dan Kebiasaan (*Habit*) secara simultan terhadap Penerimaan Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah.

E. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan diperoleh sebuah kontribusi atau manfaat sebagai berikut;

1. Manfaat secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat berupa tambahan wawasan serta pengetahuan kepada pembaca berkaitan dengan analisis UTAUT (*unified theory of acceptance and use of technology*) dalam penerimaan pengguna *mobile banking* Perbankan Syariah.

2. Manfaat secara Praktis

a. Bagi Bank Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi memberikan pemahaman lebih dalam bagi Bank Syariah secara umum mengenai penerimaan pengguna *mobile banking* di kalangan Generasi X sehingga bisa menjadi bahan evaluasi untuk merancang *mobile banking* yang lebih baik.

b. Bagi Nasabah Generasi X

Bagi Generasi X sendiri, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana penerimaan *mobile banking* dikalangan generasi mereka, sehingga kedepannya mereka dapat menggunakan informasi tersebut untuk mempertimbangkan produk *mobile banking* mana yang lebih cocok bagi Generasi X.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan informasi serta rujukan untuk penulisan penelitian selanjutnya di bidang Perbankan Syariah atau yang secara khusus membahas tentang penerimaan *mobile banking* Perbankan Syariah pada Generasi X menggunakan pendekatan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT).

F. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini mengkaji tentang penerimaan *mobile banking* Perbankan Syariah pada Generasi X menggunakan pendekatan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT), sehingga dalam penelitian ini digunakan variabel Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi Pemfasilitasi (*Facilitating Conditions*), Persepsi Biaya Keuangan (*Perceived Financial Cost*), dan Kebiasaan (*Habit*) sebagai variabel independen. Kemudian, variabel dependennya adalah Penerimaan Pengguna *mobile banking*.

2. Batasan Masalah

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah tidak digunakannya variabel moderasi yang ada dalam kerangka UTAUT dengan pertimbangan penelitian ini hanya berupa observasi fenomena penggunaan *mobile banking* pada suatu titik waktu tertentu (*cross-sectional*) dan bukan berupa penelitian longitudinal, sehingga dianggap tidak terlalu memiliki pengaruh yang signifikan. Variabel moderasi tersebut adalah *Gender*, *Age*, *Experience*, dan *Voluntariness*. Oleh karena itu, penelitian ini tidak bisa menggambarkan bagaimana hubungan variabel moderasi tersebut terhadap variabel independen. Kemudian, penelitian ini juga membatasi variabel independennya

pada *Performance Expecatncy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Perceived Financial Cost*, dan *Habit*. Selain itu, penelitian ini terbatas pada pengguna *mobile banking* Perbankan Syariah di wilayah yakni Kabupaten Tulungagung, Kabupaten Trenggalek, Kabupaten Nganjuk, Kabupaten Blitar, Kabupaten Kediri, Kota Blitar, dan Kota Kediri yang berada di golongan Generasi X.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT)

Pendekatan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) adalah suatu model kerangka kerja yang dikembangkan dari beberapa teori perilaku dengan memperhatikan pengaruh variabel moderator untuk menjelaskan adopsi teknologi pengguna.³⁵

b. Penerimaan Pengguna

Penerimaan pengguna adalah keinginan suatu *grup user* dalam memanfaatkan teknologi informasi (TI) yang dirancang untuk membantu pekerjaan mereka.³⁶

c. *Mobile Banking*

Mobile banking adalah layanan perbankan yang memanfaatkan *smartphone* atau *mobile phone* sebagai fasilitas yang

³⁵ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, (Malang: CV Seribu Bintang, 2021)

³⁶ Nasir, *Evaluasi Penerimaan Teknologi ...*, hal. 36.

memungkinkan nasabah melakukan transaksi perbankan melalui *mobile* atau *smartphone* mereka.³⁷

d. Perbankan Syariah

Perbankan Syariah adalah lembaga keuangan bank yang melaksanakan usahanya berasaskan prinsip Islam, menekankan nilai-nilai demokrasi berekonomi, serta menjalankan prinsip kehati-hatian sebagaimana perbankan umumnya.³⁸

2. Definisi Operasional

Berdasarkan penegasan konseptual di atas, maka secara operasional yang dimaksud dengan “Analisis UTAUT Dalam Mempengaruhi Penerimaan Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah” adalah kita bisa melihat dan mengetahui indikator dalam UTAUT mempengaruhi penerimaan pengguna *mobile banking* Perbankan Syariah yang pada hal ini akan fokus pada Gen-X. Pemilihan model UTAUT sebagai pendekatan dalam penelitian ini dilatarbelakangi oleh nilai prediksi yang tinggi untuk mengukur tingkat penerimaan pengguna (*user*) daripada model-model penerimaan teknologi lainnya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *perceived financial cost*, dan *habit*.

³⁷ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Bijak Ber-eBanking*, (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2015), hal. 13

³⁸ Andrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah: Implementasi Teori dan Praktek*, (Surabaya: Qiara Media, 2019), hal. 27 – 28.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian ini terdiri atas Halaman Sampul Depan, Halaman Judul, Halaman Persetujuan, Halaman Pengesahan, Motto, Halaman Persembahan, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar, Daftar Lampiran, dan Abstrak.

2. Bagian Utama

Bagian ini terdiri atas:

BAB I Pendahuluan

Pendahuluan merupakan bagian awal skripsi yang terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan atau manfaat dilakukannya penelitian, ruang lingkup dan batasan penelitian, penegasan istilah, dan terakhir yakni sistematika penulisan skripsi. Pada bagian inilah dipaparkan mengenai alasan dilakukannya penelitian serta fenomena-fenomea apa saja yang melatarbelakangi penelitian sehingga menjadi penting untuk diteliti.

BAB II Landasan Teori

Pada BAB II ini akan dibahas variabel-variabel apa saja yang digunakan dalam penelitian berlandaskan teori yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating*

Condition. Selain itu, pada bab ini dibahas juga mengenai kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian

BAB III Metode Penelitian

Bagian ini berisi pemaparan secara rinci mengenai metode penelitian yang digunakan, yakni pendekatan dan jenis penelitian, populasi penelitian, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel, dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data, dan instrumen penelitian yang digunakan dalam memperoleh data, pengolahan data, dan analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian

Bagian ini memaparkan dan menguraikan hasil penelitian yang meliputi deskripsi data untuk masing-masing variabel dan pengujian hipotesis yang menjelaskan mengenai temuan hasil penelitian untuk masing-masing variabel.

BAB V Pembahasan

Pada bagian ini dijelaskan jawaban dari rumusan masalah, hasil temuan penelitian dan analisis yang telah dilakukan kemudian dijelaskan secara lebih lanjut untuk mengulas kebijakan apa yang dapat dibuat untuk mengatasi permasalahan.

BAB VI Penutup

Berisi kesimpulan penelitian berdasarkan analisis data dari hasil penelitian. Saran ditujukan kepada pihak Bank Syariah secara umum

serta kepada pihak lain yang ingin mengembangkan penelitian dengan topik serupa lebih lanjut.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir terdiri atas Daftar Pustaka, Lampiran-Lampiran, Surat Pernyataan Keaslian Skripsi dan Daftar Riwayat Hidup.