

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri keuangan khususnya sektor perbankan saat ini sedang mengalami fase transformasi fundamental yang didorong adanya gelombang digitalisasi masif. Fenomena ini bukanlah sekedar tren saja, namun telah menjadi pendorong utama untuk mengubah lanskap operasional bank, hubungan dengan nasabah dan bentuk model bisnis perbankan secara keseluruhan. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, semakin meluasnya penetrasi internet dan penggunaan perangkat seluler di masyarakat membuat para pelaku di industri perbankan harus bergerak cepat beradaptasi untuk menciptakan ekosistem digital dan inovasi yang berkelanjutan.

Digitalisasi pada sektor perbankan mengadopsi berbagai teknologi canggih, salah satunya adalah *Mobile banking*. Data menunjukkan bahwa pasar global untuk *Mobile banking* akan terus tumbuh hingga akan mencapai pendapatan USD 3.47 miliar pada tahun 2030. Hal ini tidak mengherankan karena 60% pengguna lebih memilih aplikasi keuangan di perangkat seluler dibandingkan melalui website (Paulina & Andrezej, 2025). Di Indonesia sendiri, transaksi perbankan menggunakan kanal digital mengalami kenaikan yang signifikan dalam beberapa waktu terakhir. Berdasarkan data dari Bank Indonesia, dibandingkan dengan tahun 2024, per Januari 2025 pembayaran digital tumbuh 35,5%, volume transaksi melalui *Mobile banking* tumbuh 29.7%, volume transaksi internet banking tumbuh sebesar 19.8% dan diperkirakan hingga akhir tahun 2025, transaksi digital akan tumbuh sebesar 52% (Arrijal, 2025).

Adopsi digital perbankan melalui *Mobile banking* telah mengubah paradigma masyarakat dalam berinteraksi dengan bank begitu pula sebaliknya bagaimana bank memberikan pelayanannya kepada nasabah. Menurut Lukman & Rachmawati (2023) yang dimaksud dengan *Mobile banking* adalah penggunaan alat komunikasi seperti telepon seluler atau tablet menggunakan data dan sinyal internet untuk melakukan aktivitas atau layanan perbankan. Beberapa layanan perbankan tersebut seperti akses ke rekening, informasi rekening, pembayaran, pembelian dan transaksi lainnya antara nasabah dengan bank ataupun transaksi antara bank dengan bank lainnya. Semakin banyaknya layanan bank yang dapat diadopsi oleh *Mobile banking* membuat tingkat penggunaan *Mobile banking* meningkat karena membuat transaksi perbankan menjadi lebih efisien, cepat, personalisasi, dapat dilakukan dimana dan kapan saja dan menghemat biaya jika dibandingkan dengan pelayanan tatap muka di bank.

Seiring meningkatnya penggunaan perangkat seluler dan internet di Indonesia serta literasi digital yang semakin meluas membuat bank memfokuskan pada *Mobile banking* sebagai strategi bisnis perusahaan. Berbagai bank berusaha menawarkan dan terus mengembangkan aplikasi *Mobile banking* dengan fitur-fitur yang menarik, inovatif untuk menarik minat nasabah. Ragam fitur yang ditawarkanpun semakin komprehensif, mulai transaksional dasar hingga layanan analisis keuangan personal serta layanan yang terintegrasi dengan pihak ketiga. Semakin mudah fitur-fitur yang disediakan pada *Mobile banking* maka membuat minat masyarakat semakin bertambah dalam menggunakan aplikasi (Patrik, 2022). Minat penggunaan yang tinggi dari nasabah menjadi indikator keberhasilan implementasi layanan *Mobile banking* bagi perusahaan perbankan. Minat penggunaan yang kuat akan mendorong adopsi teknologi sehingga dapat meningkatkan pasar, menambah loyalitas nasabah dan meningkatkan efisiensi bank.

Berdasarkan penelitian oleh Lukman & Rachmawati (2023), perilaku penggunaan *Mobile banking* dapat dipengaruhi oleh dua persepsi, yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Persepsi kegunaan atau kemanfaatan artinya bahwa aplikasi *Mobile banking* dapat memberikan manfaat bagi nasabah sehingga nasabah mau menggunakannya. Kegunaan yang dimaksud dapat dilihat dari beberapa dimensi seperti membuat aktivitas menjadi lebih efektif, menghemat waktu dan meningkatkan produktivitas. Jika persepsi kegunaan *Mobile banking* baik maka masyarakat akan memiliki keinginan menggunakan aplikasi ini. Keinginan untuk menggunakan *Mobile banking* berarti nasabah bersedia menggunakan aplikasi ini untuk kebutuhan sehari-hari sebagai transaksi keuangan mereka. Dengan demikian, persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap nasabah terhadap penggunaan *Mobile banking*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Negash (2011), Patrik (2022), Aqilah & Fathoni (2023), Setiawan & Dipa Mulia (2023) dan Latief et al. (2024). Ketika seseorang telah memiliki persepsi kegunaan dari *Mobile banking* maka mereka akan berusaha memahami bagaimana cara menggunakannya. *Mobile banking* yang mudah dioperasikan akan membuat nasabah berniat menggunakannya dan jika digunakan secara terus menerus akan menjadi kebiasaan. Sebaliknya, operasional *Mobile banking* yang sulit dan rumit akan menurunkan sikap nasabah dalam menggunakan *Mobile banking*, sehingga dapat dikatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan aplikasi memiliki pengaruh terhadap sikap nasabah terhadap *Mobile banking*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Negash (2011), Patrik (2022), Aqilah & Fathoni (2023), Iqbal et al. (2021) dan Oktavyana & Handra Tipa (2024).

Menggunakan *Mobile banking* artinya nasabah dapat mengakses layanan perbankan seperti pemindahan dana, pembayaran, riwayat transaksi, pengecekan saldo, cetak mutasi maupun yang lainnya. Artinya dengan menggunakan *Mobile banking* nasabah berinteraksi dengan dokumen dan

data pihak bank. Keamanan basis data di sisi server menjadi aspek penting dan memerlukan perhatian khusus. Nasabah cenderung memiliki keraguan terhadap keamanan transaksi yang dilakukan secara *online* ketika melakukan transfer ataupun transaksi lainnya. Kekhawatiran mendasar bagi nasabah diantaranya adalah metode otentifikasi yang diterapkan untuk memastikan orang yang berhak dan sah untuk mengakses layanan (Bilal, 2023). Selain itu ada beberapa risiko yang perlu diwaspadai oleh pihak nasabah ketika menggunakan layanan *Mobile banking* contohnya kejahatan siber seperti pencurian data dan informasi nasabah oleh para *hacker*, *phishing* dan serangan virus malware (Latief et al., 2024). Oleh karena itu pihak bank perlu bertanggung jawab untuk menjamin keamanan transaksi dan keamanan data nasabah serta perlindungan dari potensi kejahatan dunia maya. Dengan kata lain bahwa persepsi keamanan akan mempengaruhi minat nasabah lama menggunakan layanan *Mobile banking*. Hal ini selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hakimi et al. (2023) dan Negash (2011).

Menurut Polyakova (2013), kualitas layanan adalah hasil proses evaluasi dimana konsumen membandingkan antara harapan dengan pelayanan yang mereka terima. Kualitas layanan *Mobile banking* dipengaruhi oleh 3 faktor yaitu, bank atau lembaga keuangan, internet provider dan perusahaan jaringan dimana pengguna menjelajah internet atau yang dikenal dengan browser (Abu-Taieh et al., 2022). Jika layanan dari ketiga komponen ini rendah maka akan mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *Mobile banking*. Peningkatan kualitas layanan yang terus dikembangkan akan membuat hubungan dengan dengan minat nasabah untuk menggunakan *Mobile banking* semakin kuat (Latief et al., 2024), (Mahmudah & Rahmatika, 2021), (Negash, 2011).

Selain kualitas layanan, ketersediaan fitur pada layanan *Mobile banking* secara langsung akan memberikan kepuasan fungsional bagi nasabah karena dapat memenuhi kebutuhan praktis

sehari-hari, yang pada akhirnya mendorong frekuensi penggunaan. (Iqbal et al., 2021). Selain itu, meskipun *Mobile banking* cenderung bersifat individual, beberapa fitur yang memfasilitasi interaksi sosial, seperti transfer antar individu, mampu memberikan kepuasan sosial dan meningkatkan daya tarik keseluruhan layanan. Dengan demikian, semakin banyak kebutuhan pengguna, baik fungsional maupun sosial, yang dapat dipenuhi oleh *Mobile banking* melalui fitur-fitur yang relevan dan berkualitas, maka semakin tinggi minat penggunaannya. (Khoirunnisa & Trishananto, 2023), (Iqbal et al., 2021), (L. Hakim & E S Suhendra, 2021). Peningkatan kepuasan ini kemudian berkorelasi positif dengan tingkat adopsi yang lebih tinggi dan intensitas penggunaan layanan yang lebih sering. Oleh karena itu, jika layanan *Mobile banking* berhasil menyediakan fitur-fitur komprehensif dan dapat memenuhi beragam kebutuhan nasabah, maka akan mampu meningkatkan daya tarik layanan mereka, mendorong adopsi yang lebih luas, serta mempertahankan loyalitas nasabah untuk terus menggunakan layanan *Mobile banking* secara aktif.

Berbeda dengan temuan yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan, sejumlah penelitian lain justru tidak berhasil mengidentifikasi pengaruh fitur pada *Mobile banking* terhadap minat penggunaan. Penelitian Setiawan & Dipa Mulia (2023) tidak menemukan hubungan yang signifikan antara persepsi penggunaan dan persepsi kemudahan penggunaan *Mobile banking* terhadap minat penggunaan, sedangkan penelitian Oktavyana & Handra Tipa (2024) dan Mukhtisar et al. (2021) menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi keamanan juga tidak berhasil menunjukkan bukti statistik yang signifikan antara pengaruh fitur *mobile banking* terhadap minat penggunaan. Persepsi kualitas layananpun juga diketahui tidak memiliki pengaruh signifikan pada penggunaan *Mobile banking* (Kota & Kusumastuti, 2022).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selaku regulator yang mengatur dan mengawasi sektor keuangan di Indonesia, melalui POJK Nomor 25 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Produk

BPR dan BPRS, mendorong BPR BPRS yang ada agar dapat mengembangkan program digitalisasi perbankan untuk dapat memenuhi dan menyalurkan kebutuhan nasabah sesuai perkembangan pasar dan teknologi melalui Produk Lanjutan yang menyediakan layanan perbankan berbasis Teknologi Informasi. Lewat *Roadmap* Pengembangan dan Penguatan Industri BPR dan BPRS 2024-2025, OJK juga mendorong Akselerasi Digitalisasi BPR dan BPRS yang bertujuan untuk optimalisasi operasional yang efisien dan berintegritas. Salah satu bentuk digitalisasi tersebut adalah pengembangan *Mobile Banking* BPR yang menginduk dan bekerjasama dengan Bank Umum ataupun perusahaan *switching*.

PT. BPR Penataran Kabupaten Blitar Perseroda yang selanjutnya disebut BPR Penataran adalah salah satu Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Pemerintah Kabupaten Blitar yang bergerak di bidang perbankan, dimana dalam operasional usahanya BPR Penataran terdaftar resmi dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Pada tahun 2024 melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), BPR Penataran mendapatkan mandat dari Pemerintah Kabupaten Blitar selaku Pemegang Saham Pengendali untuk mengembangkan layanan *Mobile banking* yang secara khusus ditujukan bagi pengelolaan pembayaran gaji (*payroll*) Aparatur Sipil Negara Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja (ASN P3K) tahun 2024. Hal ini sejalan dengan program digitalisasi yang tengah diimplementasikan oleh BPR Penataran yang bertujuan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada para nasabahnya. Dalam upaya pengembangan layanan *Mobile banking* tersebut, BPR Penataran berusaha mendalami fitur-fitur spesifik dalam *Mobile banking* yang paling signifikan memengaruhi minat penggunaan nasabah.

Meskipun demikian, mengingat adanya inkonsistensi dalam penelitian sebelumnya mengenai pengaruh fitur *Mobile banking* terhadap minat penggunaan dan bahwa hubungan ini dapat dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik demografi, preferensi individual, tingkat literasi

digital, serta faktor-faktor kontekstual seperti kepercayaan dan persepsi risiko, maka penelitian yang secara sistematis meneliti pengaruh berbagai fitur *Mobile banking* terhadap minat penggunaan terutama dalam konteks implementasi pembayaran gaji ASN P3K pada BPR Penataran, menjadi sangat relevan dan penting untuk dilakukan.

Sejauh ini berdasarkan dari sumber penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi penelitian ini, peneliti belum pernah menemukan penelitian terkait penggunaan Mobile Banking di lingkup BPR, Hal ini sangat mungkin terjadi karena aturan-aturan yang melandasi masih tergolong baru dan masih sangat sedikit penerapannya di lingkup BPR. Anjuran dan dorongan dari otoritas terkait juga belum masif dilakukan. Sehingga, penelitian ini dianggap perlu dilakukan, selain untuk memenuhi unsur kebaruan juga mendorong peran digitalisasi dalam dunia perbankan BPR, serta dapat digunakan sebagai gambaran umum untuk penelitian-penelitian selanjutnya

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, fokus utama penelitian ini adalah untuk mengoptimalkan fitur-fitur *Mobile banking* dalam meningkatkan minat penggunaan oleh nasabah. Secara lebih spesifik, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Apakah kemanfaatan fitur berpengaruh terhadap minat penggunaan *Mobile banking*?
2. Apakah kemudahan fitur berpengaruh terhadap minat penggunaan *Mobile banking*?
3. Apakah keamanan fitur berpengaruh terhadap minat penggunaan *Mobile banking*?
4. Apakah ketersediaan fitur berpengaruh terhadap minat penggunaan *Mobile banking*?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *Mobile banking*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh fitur *Mobile banking* yang dipersepsikan dalam dimensi kemanfaatan, kemudahan, keamanan, ketersediaan fitur serta kualitas pelayanan terhadap minat penggunaan *Mobile banking*. Secara lebih rinci, tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh kemanfaatan fitur terhadap minat penggunaan *Mobile banking*.
2. Menganalisis pengaruh kemudahan fitur terhadap minat penggunaan *Mobile banking*.
3. Menganalisis pengaruh keamanan fitur terhadap minat penggunaan *Mobile banking*.
4. Menganalisis pengaruh ketersediaan fitur terhadap minat penggunaan *Mobile banking*.
5. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat penggunaan *Mobile banking*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan baik dari perspektif teoritis maupun praktis, khususnya dalam konteks pengembangan layanan *Mobile banking* di sektor perbankan.

1. Manfaat Teoritis
  - a. Memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor spesifik dalam fitur *Mobile banking* yang paling signifikan dalam mempengaruhi niat adopsi dan penggunaan oleh nasabah.
  - b. Berkontribusi dalam mengembangkan model empiris yang lebih kontekstual dalam menjelaskan perilaku adopsi *Mobile banking*.
  - c. Menguji relevansi dan validitas teori-teori adopsi teknologi pada konteks layanan *Mobile banking*.

## 2. Manfaat Praktis

Sebagai dasar merancang, mengembangkan, dan mengoptimalkan fitur-fitur *Mobile banking* yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi nasabah sehingga meningkatkan tingkat adopsi dan penggunaan, meningkatkan kualitas layanan perbankan secara keseluruhan dan mendukung upaya digitalisasi oleh pihak bank dengan menyediakan data-data empiris.

### 1.5 Sistematika Penulisan

**BAB I** Menguraikan konteks penelitian mengenai pentingnya *Mobile banking* dan potensi pengaruh fitur-fiturnya terhadap minat penggunaan, mengidentifikasi kesenjangan atau permasalahan yang mendasari penelitian ini. serta alasan mengapa topik penelitian ini menarik dan perlu diteliti. Selanjutnya dirumuskan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II** Bagian ini menyajikan ringkasan dan analisis kritis terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi apa yang sudah diketahui, kesenjangan dalam penelitian sebelumnya, dan bagaimana penelitian ini akan berkontribusi pada literatur yang ada. Selanjutnya dijelaskan teori yang melandasi penelitian, hubungan antar variabel, kerangka penelitian dan hipotesis penelitian.

**BAB III** Bagian ini menjelaskan jenis penelitian yang digunakan dan desain penelitian untuk menguji pengaruh fitur *Mobile banking* terhadap minat penggunaan. Selanjutnya dijelaskan tentang ruang lingkup, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, uji validitas dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

**BAB IV** Bagian ini menjelaskan deskripsi tentang objek atau subjek penelitian serta analisis data yang telah diperoleh. Analisis data mencakup berbagai langkah analisis yang dilakukan, termasuk analisis deskriptif yang memberikan gambaran umum mengenai data, uji asumsi klasik yang dilakukan untuk menguji kelayakan model regresi, serta analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menguji hubungan antar variabel.

**BAB V** Bagian ini menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, mencakup ringkasan dari temuan-temuan utama yang diperoleh dari analisis data. Saran-saran diberikan berdasarkan hasil penelitian untuk pengembangan lebih lanjut dan aplikasi praktis di masa depan. Saran ini juga mencakup rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut serta implikasi kebijakan yang relevan dengan hasil penelitian.