

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Teknologi Informasi dalam dunia keuangan bukanlah suatu hal yang baru, teknologi informasi sangat bermanfaat karena semakin memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatan bisnis atau bertransaksi (Nugraha & Atahau, 2018). Perkembangan teknologi informasi sangat berpengaruh di dalam dunia bisnis, dan sangat cepat seperti yang dirasakan saat ini, membuat dunia bisnis berkembang pesat karena keduanya saling berhubungan dan saling membutuhkan satu sama lain (Nugraha & Atahau, 2018). Masyarakat di Indonesia juga merasakan kemajuan teknologi misalnya internet, dimana Indonesia berada di peringkat kelima, setelah China, India, Amerika Serikat dan Brazil, dengan pengguna internet sebanyak 143,26 juta (Statista, 2019).

Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi di Indonesia ini juga dimanfaatkan oleh pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau disebut (UMKM) yang mempunyai peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Dalam situasi krisis seperti adanya virus Corona, UMKM menjadi andalan dalam penyerapan tenaga kerja, dengan mensubstitusi produk-produk konsumsi atau setengah jadi (Tribunnews.com, 2020) yang diakses pada tanggal 29 oktober 2020. Menteri Koperasi dan UMKM Teten Masduki, memberikan informasi bahwa dampak dari meluasnya wabah virus Corona telah melemahkan perekonomian global. Dengan situasi perekonomian yang tidak menentu di masa pandemi, UMKM menjadi kekuatan

penyangga ekonomi nasional (liputan6.com, 2020) yang diakses pada tanggal 18 Oktober 2020. Namun perkembangan teknologi belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh UMKM. Sebelum dimasa pandemi, UMKM menjalankan bisnisnya dengan secara *offline*, dimana ada nya pembatasan aktivitas yang membuat penjualan UMKM menurun. Dalam hal tersebut, UMKM harus segera mempertahankan bisnisnya dan mengadopsi kemajuan teknologi tersebut dengan melakukan inovasi, yang sebelumnya menjalankan bisnisnya dengan secara *offline* kini diubah dengan cara *online*, misalnya dengan menjual produknya di *online shop*, *e-commerce* atau *marketplace* (Databoks, 2020) yang diakses pada tanggal 18 Oktober 2020.

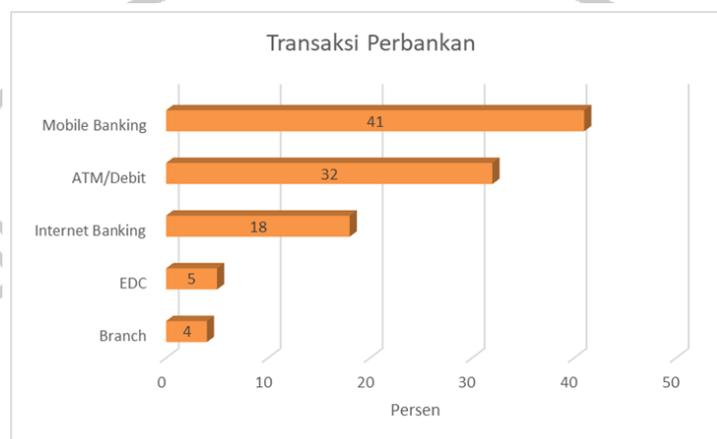


Sumber: (<https://databoks.katadata.co.id> , diolah 18 Oktober 2020)

**Gambar 1.1**  
**Cara Umkm Bangkit Dari Krisis**

Penelitian yang telah dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) pada bulan Juni 2020 menyatakan bahwa, sebanyak 34,6% responden UMKM memilih beralih dari sistem pemasaran *offline* ke *online* sebagai cara untuk menghadapi krisis di tengah pandemi. Teknologi informasi digunakan untuk pemasaran, akses pada permodalan, proses produksi dan komunikasi dengan pelanggan di masa pandemi (Databoks, 2020) yang diakses pada tanggal 18 Oktober 2020.

Meningkatnya pemakaian *online shop*, *e-commerce* atau *marketplace* ini mengakibatkan pembayaran melalui digital juga meningkat, khususnya *mobile banking* pada UMKM. Tanpa adanya transaksi digital akan sulit melakukan pembayaran yang berasal dari *online shop*, *e-commerce* atau *marketplace* (Katadata, 2020) yang diakses pada tanggal 18 Oktober 2020.



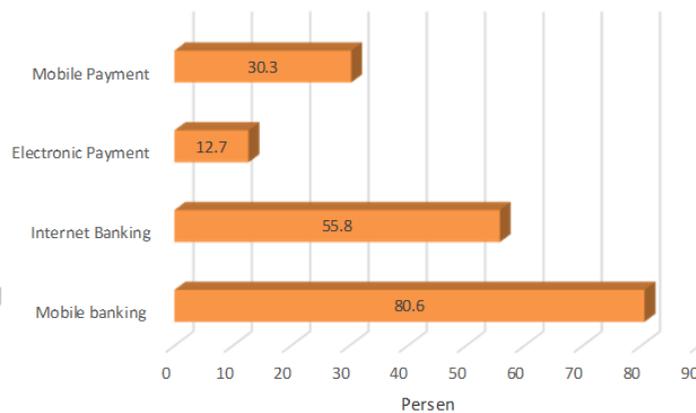
Sumber: (<https://cdn1.katadata.co.id> , diolah 18 Oktober 2020)

**Gambar 1.2**  
**Frekuensi Transaksi Perbankan**

Pada data Gambar 1.2 Aplikasi *mobile banking* telah menggeser transaksi perbankan melalui kantor cabang dan anjungan tunai mandiri (ATM). Pemanfaatan *mobile banking* pada UMKM paling banyak diminati dan diharapkan akan mempengaruhi transaksi keuangan maupun operasional yang selaras dengan perkembangan teknologi informasi yang makin berkembang sampai saat ini. Selain itu, *mobile banking* dinilai sebagai pembayaran yang aman, cepat, dan efisien dalam melakukan transaksi (Katadata, 2020) yang diakses pada tanggal 18 Oktober 2020.

Penelitian tentang sistem pembayaran pelaku UMKM melalui digital juga telah dilakukan oleh (Pintubipar Saragih & Nopriadi, 2019) dengan 165 responden pelaku UMKM di Batam menunjukkan hasil bahwa pembayaran digital yang digunakan paling

banyak oleh UMKM adalah pembayaran dengan *mobile banking* sebanyak 80,6% atau sekitar 133 responden.



Sumber: (penelitian oleh Pintubipar Saragih & Nopriadi, (2019), diolah 26 Oktober 2020)

### Gambar 1.3 Sistem Pembayaran Digital Yang Dipakai Pelaku Umkm

Kasus yang sama juga di temukan di Kabupaten Tulungagung, yaitu adanya penurunan penjualan pada UMKM sekitar enam puluh persen akibat adanya pandemi *covid*, dari hal tersebut Dinas Koperasi dan UMKM mengarahkan pelaku UMKM untuk berinovasi dengan menjalankan bisnisnya ke *digital marketing* (Basso, 2020). Menurut [www.afederasi.com](http://www.afederasi.com), (2020) diakses pada tanggal 18 Oktober 2020 menyatakan bahwa, Bupati Tulungagung, Maryoto Birowo secara resmi telah *melaunching marketplace* yang bernama “LAPAK UMKM”. Dalam hal tersebut adalah sebagai wujud dukungan pemerintah terhadap perkembangan UMKM di Tulungagung agar dapat merambah pasar nasional maupun internasional.

Bupati Tulungagung sangat mendukung penuh para pelaku UMKM yang ada di Tulungagung, karena adanya pelaku UMKM roda perekonomian di Kabupaten Tulungagung dapat bergerak dan pemerintah berharap dengan adanya *marketplace*

tersebut dapat menjadi jembatan bagi para pelaku UMKM untuk menawarkan produk yang dihasilkan kemanapun dan dimanapun. (www.afederasi.com, (2020) diakses pada tanggal 18 Oktober 2020). Salah satu usaha yang mempunyai prospek yang bagus adalah usaha kuliner. Makanan maupun minuman (kuliner) merupakan kebutuhan primer, sehingga bagi sebagian orang bisnis tersebut sangat berpotensi untuk dijadikan peluang usaha.

Saat ini bisnis kuliner sangat berkembang pesat. Usaha kuliner merupakan usaha yang banyak diminati dan dijalankan di Kabupaten Tulungagung. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang mudah dikembangkan karena kuliner (makanan maupun minuman) sendiri sangat digemari oleh masyarakat luas dari semua kalangan masyarakat. Usaha kuliner sangat mudah untuk dikembangkan menjadi home industri. Sehingga di wilayah Kabupaten Tulungagung banyak ditemukan sentra-sentra industri kuliner yang berdiri. Sebagai contoh, pada data yang diambil melalui *marketplace* “LAPAK UMKM” sektor kuliner ada di posisi pertama yaitu sekitar 270 UMKM.

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Pelaku Umkm Di “Lapak Umkm”**

No.	Sektor UMKM	Jumlah UMKM
1.	Kuliner	270
2.	Fashion	126
3.	Peralatan	72
4.	Kesenian	72
5.	Jasa	18

6.	Perhiasan	5
7.	Pertanian	3

Sumber: (<https://lapakumkm.com>, diolah tanggal 26 Oktober 2020)

Pelaunchingan *marketplace* di Kabupaten Tulungagung ini mengakibatkan para pelaku UMKM yang berjualan *online* akan semakin meningkat dan berdampak pada pemakaian *mobile banking* dalam bertransaksi juga akan semakin meningkat. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku penerimaan dan penggunaan pada pelaku UMKM dalam mengadopsi kemajuan teknologi khususnya pembayaran melalui *mobile banking* yang semakin berkembang. Agar pengusaha UMKM dapat mempertimbangkan penggunaan *mobile banking* guna mengembangkan usahanya.

Tingkat dalam memanfaatkan layanan *mobile banking* sebagai salah satu hasil dari berkembangnya teknologi informasi di dalam dunia usaha, khususnya sektor UMKM yang dapat dijelaskan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Model UTAUT merupakan model penerimaan teknologi yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2003). UTAUT diformulasikan dengan empat konstruk dasar, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* dimana keempat konstruk tersebut mempengaruhi minat perilaku untuk menggunakan teknologi maupun perilaku penggunaan teknologi. Selain itu dalam UTAUT, minat perilaku dan *facilitating conditions* menentukan perilaku penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003).

Penelitian yang dilakukan oleh (Ghalandari, 2012; Mufingatun Dkk, 2020; Oliveira Dkk, 2014; Pertiwi & Ariyanto, 2017; Premi & Widyaningrum, 2020; Raza

Dkk, 2019; Yu, 2012) menunjukkan bahwa ada pengaruh *performance expectancy* terhadap minat perilaku dalam menggunakan teknologi yang positif signifikan, akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh (Owusu Kwateng Dkk, 2019; Purwanto & Loisa, 2020) menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh pada *performance expectancy* terhadap minat perilaku dalam menggunakan teknologi. Penelitian yang dilakukan oleh (Ghalandari, 2012; Mufingatun Dkk, 2020; Premi & Widyaningrum, 2020; Purwanto & Loisa, 2020; Raza Dkk, 2019) menunjukkan hasil bahwa ada pengaruh *effort expectancy* terhadap minat perilaku dalam menggunakan teknologi yang positif signifikan, akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh (Oliveira Dkk, 2014; Owusu Kwateng Dkk, 2019; Pertiwi & Ariyanto, 2017; Yu, 2012) menunjukkan hasil bahwa tidak adanya pengaruh pada *effort expectancy* terhadap minat perilaku dalam menggunakan teknologi. Adanya pengaruh *social influence* terhadap minat perilaku dalam menggunakan teknologi yang positif signifikan ditunjukkan oleh penelitian (Ghalandari, 2012; Makanyeza, 2016; Mufingatun Dkk, 2020; Premi & Widyaningrum, 2020; Raza Dkk, 2019; Yu, 2012), namun hasil penelitian oleh (Oliveira Dkk, 2014; Owusu Kwateng Dkk, 2019; Pertiwi & Ariyanto, 2017; Purwanto & Loisa, 2020) menunjukkan hasil bahwa *social influence* tidak berpengaruh terhadap minat perilaku dalam menggunakan teknologi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Premi & Widyaningrum, 2020; Purwanto & Loisa, 2020; Raza Dkk, 2019) menunjukkan hasil bahwa ada pengaruh *facilitating conditions* terhadap minat perilaku dalam menggunakan teknologi yang positif signifikan, akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh (Makanyeza, 2016; Owusu Kwateng Dkk, 2019) menunjukkan hasil bahwa tidak adanya pengaruh pada *facilitating*

*conditions* terhadap minat perilaku dalam menggunakan teknologi. Adanya pengaruh *facilitating conditions* terhadap perilaku penggunaan teknologi yang positif signifikan ditunjukkan oleh hasil dari penelitian (Ghalandari, 2012; Mufingatun Dkk, 2020; Oliveira Dkk, 2014; Premi & Widyaningrum, 2020; Yu, 2012), sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Pertiwi & Ariyanto, 2017) menunjukkan hasil bahwa tidak adanya pengaruh *facilitating conditions* terhadap perilaku penggunaan teknologi. Penelitian yang dilakukan oleh (Ghalandari, 2012; Makanyeza, 2016; Mufingatun Dkk, 2020; Oliveira Dkk, 2014; Owusu Kwateng Dkk, 2019; Pertiwi & Ariyanto, 2017; Premi & Widyaningrum, 2020; Purwanto & Loisa, 2020; Raza Dkk, 2019; Yu, 2012) menunjukkan hasil bahwa minat perilaku berpengaruh terhadap perilaku penggunaan teknologi. Dalam tersebut, penelitian ini penting dilakukan karena peneliti melihat masih terdapat perbedaan hasil dari penelitian-penelitian terdahulu tentang pengaruh pada perilaku penerimaan maupun penggunaan dalam pengadopsian teknologi.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik dengan judul penelitian **“ANALISIS FAKTOR ADOPTSI PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* PADA UMKM DENGAN PENDEKATAN *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)*”**

## 1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *performance expectancy* terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi?
2. Bagaimana pengaruh *effort expectancy* terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi?
3. Bagaimana pengaruh *social influence* terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi?
4. Bagaimana pengaruh *facilitating conditions* terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi?
5. Bagaimana pengaruh *facilitating conditions* terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* dalam bertransaksi pada pengusaha UMKM?
6. Bagaimana pengaruh minat perilaku terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* dalam bertransaksi pada pengusaha UMKM?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh *performance expectancy* terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi.
2. Mengetahui pengaruh *effort expectancy* terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi.
3. Mengetahui pengaruh *social influence* terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi.
4. Mengetahui pengaruh *facilitating conditions* terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi.

5. Mengetahui pengaruh *facilitating conditions* terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* dalam bertransaksi pada pengusaha UMKM.
6. Mengetahui pengaruh minat perilaku terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* dalam bertransaksi pada pengusaha UMKM.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Peneliti mengharapkan adanya manfaat dalam penelitiannya baik secara empiris, teoritis, maupun kebijakan diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan penelitian, dalam hal yang terkait dengan penggunaan *mobile banking* pada UMKM

2. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Diharapkan penelitian yang akan dilakukan dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan tentang pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* terhadap minat perilaku dan perilaku penggunaan *mobile banking* dalam bertransaksi pada pengusaha UMKM.

3. Bagi pihak UMKM

Dari penelitian yang dilakukan, diharapkan bermanfaat bagi Usaha Kecil, Mikro dan Menengah dalam mempertimbangkan penggunaan *mobile banking* guna mengembangkan usahanya.

#### **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Dalam sistematika penelitian terdapat tiga bab didalamnya berisikan sub bab tentang uraian penjelasan. Sistematika penelitian ini adalah:

## BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah penelitian, tinjauan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

## BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menguraikan landasan teori, kerangka pemikiran, serta hipotesis yang berhubungan dengan penelitian.

## BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis menguraikan rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data penelitian, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, serta teknik analisis data

## BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan mengenai data tanggapan responden dan pembahasan terkait analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini baik analisis deskriptif maupun analisis statistic. Sub bab yang ada bab ini adalah gambaran subjek penelitian, analisis data dan pembahasan.

## BAB V: PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dibahas. Adapun isi dari bab lima meliputi kesimpulan, keterbatasan penelitian serta saran yang diperlukan bagi penelitian.