

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di penghujung tahun 2019, ditemukan virus covid-19 yang juga dikenal dengan Corona Virus *Disease*. WHO telah melaporkan pandemi Covid-19 sebagai akibat dari penyebaran virus yang meluas baru-baru ini dan tingkat kematian yang tinggi. Berbagai dampak sosial dan ekonomi telah dihasilkan dari pandemi Covid-19. Dengan penegakan peraturan yang relevan, Indonesia bertujuan untuk mengendalikan dan memutuskan mata rantai Covid-19. Namun, saat menghadapi virus Covid-19, tidak semata-mata tanggung jawab dari pemerintah maupun tenaga kesehatan saja, perlu adanya dukungan dan kesadaran dari masyarakat untuk mencegah penyebaran virus tersebut (Putri, 2020).

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) memaksa generasi milenial untuk tetap berada di rumah dan memenuhi kebutuhannya secara daring merupakan langkah yang diambil pemerintah untuk mencegah meluasnya penyebaran virus Covid-19. Demikian pula, dompet digital mulai mengubah pembayaran tanpa uang tunai (Humairoh et al., 2020).

Dalam data katadata.co.id, akibat pandemi covid-19, layanan digital bank-bank besar meningkat 660% di tahun 2020. Bank dan perusahaan fintech seperti GoPay mulai merambah perbankan digital. Pada tahun 2020, transaksi pada layanan perbankan digital melonjak didorong oleh pergeseran kebiasaan masyarakat ke belanja *online*. Bank memiliki strategi untuk mengelola bisnis ini. Menurut para

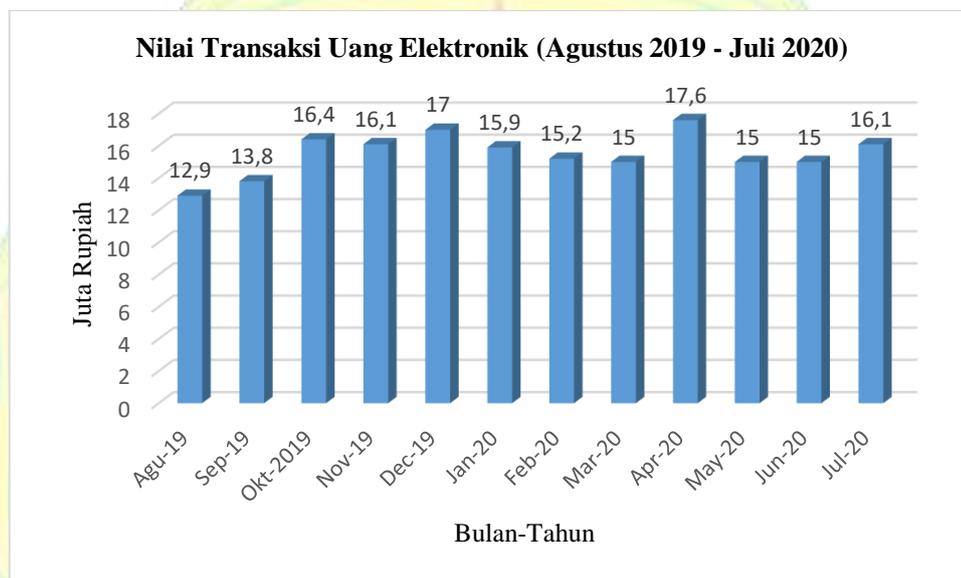
ekonom, Bank dan fintech diperkirakan akan bersaing lebih ketat di masa depan, menurut para ekonom. Piter Abdullah, seorang ekonom dan Direktur Riset CORE, memperkirakan industri perbankan sangat perlu meningkatkan layanan digital yang menjadi gaya hidup masyarakat. BRI dan BCA mulai mengembangkan bank digital melalui BRI Agro dan BCA Digital Bank. BCA mencatat peningkatan transaksi digital dalam laporan keuangannya selama 2020 (Setyowati, 2021).

Volume transaksi digital harian rata-rata meningkat 98% dari 2018 hingga 2020. Pada saat yang sama, jumlah transaksi yang dilakukan dengan platform lain seperti API, terintegrasi, meningkat 91% setiap tahunnya. Jumlah rata-rata orang yang menggunakan layanan perbankan digital per hari adanya peningkatan hingga empat kali lipat dalam setahun, meningkat sebesar 44% antara tahun 2018 dan 2020 (Setyowati, 2021).

Bank-bank BUMN mengalami pertumbuhan transaksi layanan digital di tahun 2020. Misalnya, BRI mempunyai 3 layanan digital, Agen BRILink, BRI Mo dan BRI Spot. Transaksi *mobile banking* BRI tumbuh 660,5% *year-on-year* menjadi Rp765,8 juta. *Internet banking* tumbuh 132,2% jadi 2,7 miliar dan ATM tumbuh 0,6% jadi 3,75 miliar. Volume transaksi BNI *Mobile Banking* juga meningkat. Jumlah pengguna meningkat sebesar 59,6%, jumlah transaksi masing-masing sebesar 47,6% dan 49,9%. Pada 2021, BUMN juga akan fokus menyediakan produk dan layanan berbasis platform digital kepada bisnis nasabah swasta (Setyowati, 2021).

Selama pandemi Covid-19, 15 bank Indonesia aktif beralih ke perbankan digital, menurut Bank Indonesia. Dikutip dari antara Gubernur BI, Perry Warjiyo

mengatakan pandemi telah mempercepat digitalisasi ekonomi dan keuangan. BI memperkirakan transaksi pada layanan perbankan digital pada tahun 2020 tumbuh sebesar Rp27,036 triliun dan tahun 2021 menjadi Rp32,206. Transaksi pada layanan perbankan digital didukung oleh penggunaan uang elektronik. BI memperkirakan pada tahun 2020 transaksi elektronik tumbuh dari Rp201 triliun menjadi Rp266 triliun tahun 2021 atau meningkat 32,3% (Setyowati, 2021).



Gambar 1. 1 Nilai Transaksi Uang Elektronik (Agustus 2019 - Juli 2020).

Sumber: (Setyowati, 2021)

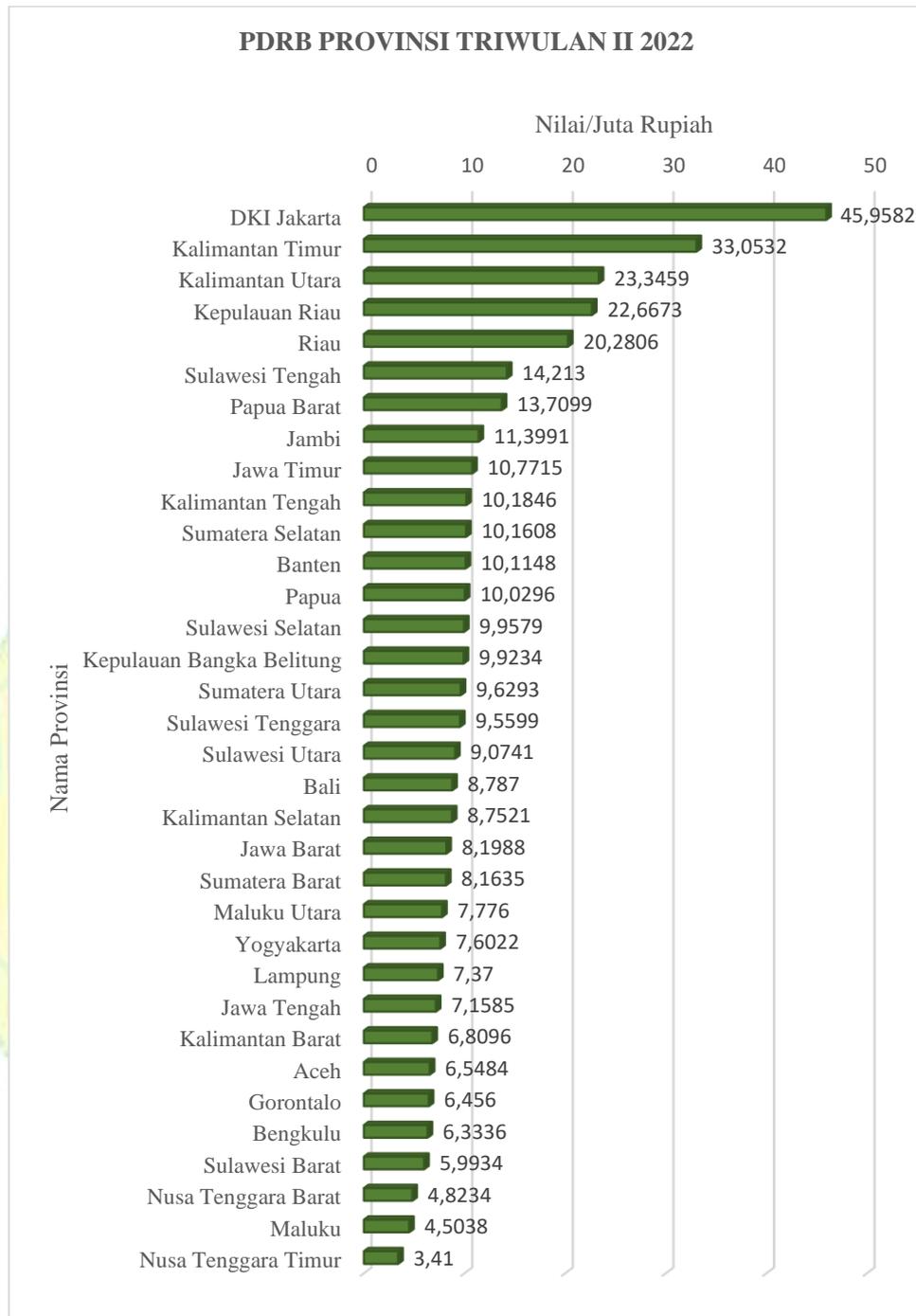
Sebagai hasilnya, sepanjang pandemi Covid-19 menyebabkan banyak dari masyarakat mengubah gaya hidupnya dipengaruhi oleh sosial dengan didampingi kemajuan teknologi yang sedang berkembang. Seperti saat ini terdapat platform-platform yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk melakukan pembelian *online* dan membayar tagihan maupun melakukan transaksi secara *online*. Dimana dalam membayar tagihan maupun isi saldo untuk berbelanja masyarakat memerlukannya teknologi seperti *mobile banking*. Dengan adanya penggunaan

mobile banking maka akan mencegah pertumbuhan penyebaran virus covid-19 (Setyowati, 2021).

Menurut informasi dari website BI.go.id, Gubernur Bank Indonesia menjelaskan untuk mengutamakan pentingnya pembayaran digital dalam upaya untuk mendorong pemulihan ekonomi. Gubernur BI juga mengungkapkan digital *banking* telah berkembang dengan baik dalam menyediakan pembayaran nontunai dalam bisnis ritail (Haryono, 2021).

Menteri Keuangan mengumumkan pandemi Covid-19 telah menyebabkan turunnya pendapatan negara yang ada di seluruh dunia dan mendorong semua negara untuk mengubah kebijakan fiskalnya. Perekonomian kewalahan dan ada kebutuhan untuk pendapatan yang adil dan merata dari sumber alternatif secara berkelanjutan. Oleh karena itu, ekonomi digital memiliki potensi besar dan penting untuk pemulihan ekonomi pascapandemi. Selama pandemi, pertumbuhannya mencapai 25% (Kemenkeu, 2021).

DKI Jakarta telah menduduki puncak daftar provinsi dengan PDRB per kapita tertinggi di kuartal kedua pada tahun 2022 di katadata.co.id. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), PDRB di daerah DKI Jakarta diperkirakan mencapai Rp 45,96 juta per kapita pada kuartal kedua di tahun 2022, meningkat 5,6% dari tahun sebelumnya (Rahman, 2022).



Gambar 1. 2 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi

Sumber: (Rahman, 2022)

Mobile banking merupakan suatu layanan aplikasi perbankan untuk melakukan transaksi agar mempermudah nasabah *bank* dalam kegiatan sehari-hari. Nasabah *bank* dapat mengunduh aplikasi *mobile banking* pada *handphone* pribadi. Sesuai

dengan diterangkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (2015) *mobile banking* yaitu pelayanan yang disediakan oleh pihak bank memungkinkan konsumen bank untuk mengerjakan suatu transaksi perbankan dengan memerlukan bantuan telepon genggam ataupun *smartphone*.

Saat pandemi, *mobile banking* memiliki sejumlah fitur pelayanan yang dapat membantu nasabah dalam memperoleh informasi dan bertransaksi. Layanan bisnis seperti pengiriman uang, pembayaran suatu tagihan seperti listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet, pulsa, tiket, melakukan investasi, pengisian *e-wallet*, dan berbagai fungsi lainnya adalah contoh layanan informasi. Contoh lain termasuk pelayanan informasi seperti saldo, transfer *bank*, laporan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang atau ATM terdekat. Kita tidak perlu lagi menggunakan ATM atau toko lokal untuk membayar tagihan atau mentransfer uang dengan *mobile banking*. Kita dapat melakukannya dengan mudah dengan membuka *mobile banking* (Otoritas Jasa Keuangan, 2015).

Menurut data yang ditampilkan pada kontan.co.id menyatakan transaksi Bank Indonesia uang elektronik mencapai Rp 27,1 triliun di Februari 2022 atau naik 41,35%. Sementara itu, pada jumlah transaksi perbankan digital sebesar Rp 3.732,8 triliun, naik 46,53%. Pada bulan Januari 2022, adanya peningkatan transaksi elektronik menjadi Rp34,6 triliun naik 66,65%. Perbankan digital menjadi Rp4.314,3 triliun meningkat 62,82%. Total transaksi uang elektronik mencapai Rp 61,7 triliun sepanjang tahun, jumlah transaksi perbankan digital mencapai Rp 8.047,1 triliun pada tahun Februari 2022 (Walfajri, 2022).

Seperti yang ditunjukkan data sebelumnya, nilai transaksi perbankan digital dan uang elektronik tidak meningkat. Nilai transaksi perbankan digital dan uang elektronik pada Februari 2022 mengalami penurunan dibandingkan Januari 2022. Dengan demikian, nilai transaksi *e-money* dan *digital banking* mengalami penurunan sebesar -21,68% pada nilai transaksi uang elektronik dan -13,48% pada *digital banking*.

Tabel 1. 1 Nilai Transaksi Uang Elektronik dan Digital Banking pada Bulan Januari-Februari 2022

Bulan	Uang Elektronik		Digital Banking	
	(%)	Nilai (Triliun)	(%)	Nilai (Triliun)
Januari	66,65%	Rp34,6	62,82%	Rp4.314,3
Februari	41,35%	Rp27,1	46,53%	Rp3.732,8
Total		-21,68%		-13,48%

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Menurut Laporan Status Literasi Digital 2021 Kementerian Komunikasi dan Informatika RI dan Katadata *Insight Center* (KIC), keuangan digital belum lebih terkenal dibanding layanan tradisional. masih belum setenar layanan tradisional. Laporan tersebut menyatakan 73,2% dari 10.000 responden menggunakan ATM, sedangkan 73,1% menggunakan rekening bank. Sebaliknya, hanya 65,4% pengguna yang menggunakan dompet digital, bahkan lebih sedikit lagi yang menggunakan layanan keuangan digital lainnya, seperti *mobile banking* 13,3% dan *online banking* 7,7% (Dihni, 2022).

Dalam hasil survei yang dilakukan Kominfo dan sKatadata *Insight Center* (KIC) pada 10.000 orang. 62,9% responden yang dimana mereka menyatakan tidak pernah menggunakan *mobile banking*. *Mobile banking* hanya dapat dikelola dengan *software* milik bank dan dapat digunakan dengan koneksi internet. Menurut survei,

15,8% responden menyatakan jarang menggunakan *mobile banking*. Kemudian 8,20% dari mereka yang disurvei menyatakan jarang menggunakan internet atau *mobile banking*. Selain itu, hanya 11,4% responden yang menyatakan mereka sering menggunakan internet atau *mobile banking* dan hanya 1,70% sangat sering (Mutia, 2022).

Audit et al. (2021) menyatakan masyarakat belum sepenuhnya terbuka pada *mobile banking* yang menyebabkan ketidaktertarikan mereka dalam menggunakan *mobile banking*. Masyarakat masih terbiasa untuk ke bank atau menggunakan mesin ATM.

Mobil banking juga memberikan dampak positif pada masyarakat, sebab dengan kita menggunakan *mobile banking* akan membantu pemerintah dalam menekan pertumbuhan covid-19. Selain itu, kita juga dapat mengedukasi masyarakat akan pentingnya penggunaan *mobile banking* yang berkembang di era globalisasi saat ini. Sehingga masyarakat tidak akan tertinggal oleh zaman dan dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi.

Peneliti ini memilih niat menggunakan *mobile banking* untuk pembayaran digital sebagai variabel dependen. Niat masyarakat untuk menggunakan *mobile banking* sebagai pembayaran digital tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan. Pembayaran digital dinilai karena dapat memberikan kemudahan dan manfaat untuk mempengaruhi sikap masyarakat pada penggunaan *mobile banking* dan juga terbantu dengan pengaruh sosial yang sedang dirasakan masyarakat pandemi Covid-19 saat ini. Masih banyak peneliti lain yang telah mempelajari variabel-

variabel tersebut. Namun karena pandemi Covid-19, banyak peneliti yang tidak mengemasnya di saat pandemi Covid-19.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah penambahan variabel bebas *social influence*. *Social influence* tersebut terlihat dari penelitian yang dilakukan selama pandemi Covid-19, sehingga persepsi masyarakat pada niat mereka untuk menerapkan aplikasi berupa *mobile banking* berbeda pada saat pandemi dibandingkan dengan sebelum terjadinya pandemi Covid-19.

Dari pengertian di atas, masih banyak masyarakat yang belum melaksanakan pembayaran melalui *mobile banking*. Maka, peneliti berpendapat ada beberapa hal lain yang perlu diperbaiki agar masyarakat dapat menggunakan aplikasi *mobile banking* di saat pandemi Covid-19. Oleh karena itu peneliti melaksanakan penelitian dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Masyarakat untuk Menggunakan *Mobile Banking* di Masa Pandemi Covid-19**”.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini memiliki enam buah pertanyaan penelitian yaitu:

- a. Apakah *social influence* dapat mempengaruhi *intention to use mobile banking* masyarakat DKI Jakarta selama pandemi covid-19?
- b. Apakah *perceived ease of use* dapat mempengaruhi *intention to use mobile banking* masyarakat DKI Jakarta selama pandemi covid-19?
- c. Apakah *attitude* dapat mempengaruhi *intention to use mobile banking* masyarakat DKI Jakarta selama pandemi covid-19?

- d. Apakah *perceived usefulness* dapat mempengaruhi *intention to use mobile banking* masyarakat DKI Jakarta selama pandemi covid-19?
- e. Apakah *perceived ease of use* dapat mempengaruhi *attitude* masyarakat DKI Jakarta selama pandemi covid-19?
- f. Apakah *perceived usefulness* dapat mempengaruhi *attitude* masyarakat DKI Jakarta selama pandemi covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji:

- a. Pengaruh *social influence* terhadap *intention to use mobile banking* masyarakat DKI Jakarta selama pandemi covid-19.
- b. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use mobile banking* masyarakat DKI Jakarta selama pandemi covid-19.
- c. Pengaruh *attitude* terhadap *intention to use mobile banking* masyarakat DKI Jakarta selama pandemi covid-19.
- d. Pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use mobile banking* masyarakat DKI Jakarta selama pandemi covid-19.
- e. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude* masyarakat DKI Jakarta selama pandemi covid-19.
- f. Pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude* masyarakat DKI Jakarta selama pandemi covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat yaitu:

- a. Secara Teoritis

Diharapkan para pembaca dapat mengambil manfaat dari penelitian ini, mendapatkan wawasan bagi para pembaca serta menggunakannya sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan sebagai pembandingan dengan penelitian lain dengan subjek yang sama.

b. Secara Praktis

1) Manfaat Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan wawasan bagi para peneliti di bidang manajemen keuangan tentang niat individu untuk menggunakan *mobile banking* dan untuk melengkapi salah satu persyaratan kelulusan sarjana pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

2) Manfaat Unit Analisis

Diharapkan penelitian ini memberikan informasi dan wawasan bagi masyarakat yang berniat untuk menggunakan *mobile banking*.

