

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Teknologi komunikasi dan informasi yang berkembang pesat belakangan ini telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan masyarakat. Pemanfaatan Internet menjadi trend teknologi informasi yang berkembang saat ini. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyak masyarakat yang menggunakan internet di dunia (Poushter, 2016). Menurut Simon pada tahun 2020 pengguna internet secara global mencapai 4,54 milyar atau 59 persen dari jumlah total populasi dunia sebesar 7,75 milyar orang (Simon, 2020).

Dalam kehidupan jaman sekarang banyak sekali transaksi ekonomi yang dilakukan oleh kalangan masyarakat. Wiyono (2005) menyatakan bahwa transaksi merupakan kejadian ekonomi ataupun keuangan yang melibatkan dua orang atau lebih untuk melakukan suatu pertukaran barang atau jasa. Seiring berjalannya waktu pada era teknologi banyak aktivitas manusia sudah dimudahkan dengan dunia digital salah satu jenis startup yang mulai naik daun adalah pada bidang fintech. Fintech sendiri merupakan gabungan dari dua kata yaitu “financial” dan “Technology” yang artinya adalah sebuah inovasi yang dikembangkan dalam dunia keuangan. Fintech sendiri juga mempunyai manfaat antara lain untuk mempermudah transaksi yang dilakukan masyarakat, meningkatkan literacy keuangan dan lain sebagainya.

Implementasi penggunaan internet dan teknologi yang memberikan nilai tambah bagi organisasi atau perusahaan berdampak terhadap kompetisi antar perusahaan untuk melakukan inovasi yang berkelanjutan dalam rangka memberikan pelayanan dan produk yang terbaik bagi masyarakat atau pelanggan yang bertujuan untuk menguasai pangsa pasar. Dampak dari penggunaan teknologi bagi internal organisasi atau perusahaan adalah dapat menghemat biaya operasional yang meliputi biaya tenaga kerja, biaya umum dan administrasi serta biaya promosi. Kemajuan dunia yang dianggap sebagai disrupsi inovatif yang berdampak terhadap perubahan cara-cara dalam melakukan interaksi sosial dan hubungan personal sehingga juga mempengaruhi cara bertransaksi dalam kegiatan ekonomi yang direfleksikan dengan berkembangnya entitas usaha dan bisnis yang berbasis internet. Perusahaan-perusahaan berbasis software, web dan internet yang menjadi gerbang menuju revolusi industri di Indonesia sudah mulai menunjukkan eksistensinya dalam berbagai bentuk salah satunya adalah adanya suatu terobosan kemajuan teknologi dalam bertransaksi ekonomi yang dinamakan dengan Fintech (Financial Technology).

Dalam dunia perbankan pasti tidak lepas dari yang namanya teknologi keuangan, dimana teknologi tersebut menjadi payung besar dalam kelancaran transaksi yang ada di bank. Oleh sebab itu sekarang banyak sekali bank-bank yang menyediakan transaksi non tunai seperti Internet banking, SMS banking dan Mobile banking, dimana semua transaksi tersebut dapat tercipta karena adanya Fintech. Fintech sendiri merupakan

teknologi informasi dan komunikasi yang diadopsi dalam dunia keuangan, tujuannya adalah untuk mempermudah transaksi di bank supaya lebih cepat, aman dan efisien. Oleh sebab itulah sasaran yang tepat dalam penggunaan teknologi ini adalah para pelaku UMKM, ini sangat membantu sekali karena mungkin banyak para pelaku UMKM yang sibuk dengan urusan pekerjaan mereka, sehingga tidak bisa melakukan transaksi di bank secara langsung. Maka dari itu dengan diadopsinya Fintech ke dunia perbankan sehingga banyak menawarkan transaksi non tunai seperti Internet banking, SMS banking, dan Mobile banking maka transaksi tersebut bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Karena transaksi ini bisa dilakukan secara online lewat internet entah via website, layanan seluler, atau lewat aplikasi yang ada di smartphone tanpa harus mengunjungi kantor bank secara langsung.

Pemerintah D.I. Yogyakarta membuat aplikasi guna mengatasi permasalahan penurunan pendapatan UMKM akibat dampak pandemic yaitu aplikasi Si Bakul. Si Bakul Jogja diluncurkan pada tahun 2019. Si Bakul Jogja adalah Sistem Informasi Pembinaan Koperasi dan Pelaku Usaha di DIY yang merupakan salah satu program terpadu dari Pemda DIY melalui Dinas Koperasi dan UKM (KUKM) DIY. Si Bakul Jogja yang baru menapaki usia dua tahun masuk dalam finalis Program Inovasi dari Kementerian Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (KemenPANRB) RI pada 2021. SiBakul MarketHUB adalah layanan yang ditujukan oleh UMKM, UKM yang sudah menjadi mitra SiBakul dan berniat untuk

mendapatkan dukungan terkait pemasaran dengan fasilitas bebas ongkos kirim. Pada layanan ini juga disediakan pembinaan UKM dalam melayani konsumen (SiBakulJogja, 2022). Saat ini yang sudah menjadi mitra Si Bakul Jogja sejumlah 308.778 mitra. Total pengguna Aplikasi Si Bakul Jogja sebanyak 3.389 pengguna (Dinas UMKM Jogja, 2022). Sibakul Jogja merupakan bentuk digitalisasi model pembinaan sirkular DISKOP UKM DIY bagi pelaku koperasi dan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Transformasi digital meliputi kegiatan pendataan dan klustering, penumbuhan koperasi dan UKM, pelatihan, pembinaan, fasilitasi, konsultasi dan pendampingan.

Tabel 1.1

## Jumlah UMKM yang tergabung sibakul jogja

<b>Kabupaten</b>	<b>Jumlah</b>
Kabupaten Bantul	90.896
Kabupaten Gunung Kidul	57.606
Kabupaten Kulon Progo	37.104
Kabupaten Sleman	83.789
Kota Yogyakarta	39.383
<b>Total</b>	<b>308.778</b>

Sumber : Sibakul Jogja,2022

Kemajuan teknologi yang pesat telah memberikan banyak pengaruh pada banyak aspek dalam masyarakat. Penggunaan teknologi telah mencakup hampir semua bagian, mulai dari: berkomunikasi, bertransaksi, bekerja dan menjalankan bisnis termasuk dalam sektor layanan jasa keuangan. Layanan jasa keuangan khususnya perbankan telah mengalami kemajuan teknologi. Pelayanan dalam sektor perbankan kini sudah

bertransformasi dari pelayanan tradisional menggunakan tenaga manusia ke pelayanan digital secara bertahap (Wijaya, 2023).

Penelitian Kholid & Soemarso (2018) persepsi kemanfaatan adalah kondisi ketika individu yakin bahwa dengan menggunakan sistem informasi dapat mengoptimalkan produktivitas dan kinerjanya. Persepsi kebermanfaatan menunjukkan pengaruh positif pada menggunakan m-banking, dengan melihat apa saja manfaat dari penggunaan suatu sistem informasi. Manfaat yang diharapkan akan mendorong penggunaan dari suatu sistem informasi. Hasil penelitian ini juga didukung Willianto (2010) menunjukkan faktor yang mempengaruhi sikap positif penggunaan internet banking adalah manfaat, variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap sikap positif. Sedangkan dalam penelitian Shodiqin (2021) hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh negatif terhadap penggunaan mobile banking. Sehingga persepsi kemanfaatan sangat diperlukan bagi pelaku UMKM agar bisa melihat menggunakan fitur-fitur yang telah disediakan dalam mobile banking untuk mencapai tujuan. Selain melihat dari sisi persepsi kebermanfaatan perlu juga dilihat dari sisi persepsi kemudahan.

Persepsi kemudahan adalah keyakinan bahwa penggunaan suatu sistem teknologi mudah sehingga tidak perlu bersusah payah (Irianto, 2020). Kemudahan penggunaan perlu dalam suatu sistem teknologi karena berkaitan dengan cara-cara dalam penggunaan dari sistem informasi tersebut. Penggunaan mobile banking dibuat dengan tujuan memberikan

kemudahan bagi para penggunanya. Wijaya (2023) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan yang dirasakan dan akan berpengaruh secara langsung. Hasil lainnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan dalam menggunakan layanan berbasis teknologi (Muzurura & Chigora, 2019). Sedangkan Yani Kusumastuti (2022) menunjukkan hasil berbeda bahwa persepsi kemudahan berpengaruh negatif terhadap penggunaan m-banking karena kemudahan tidak lagi menjadi tolok ukur dalam penggunaan m-banking sebagai alat transaksi pembayaran karena masyarakat sudah terbiasa menggunakan m-banking sebagai alat pembayaran dalam kehidupan sehari-hari mereka. Proses pemahaman tentang cara penggunaan biasanya diberikan oleh pihak bank melalui sosialisasi maupun dapat dipelajari secara otodidak oleh pelaku UMKM. Kemudahan dalam menggunakan mobile banking juga diperlukan oleh pelaku UMKM agar bisa menggunakan fitur yang telah disediakan secara mudah.

Selain kedua persepsi di atas perlu juga untuk melihat dari sisi yang lainnya yaitu persepsi risiko. Pelaku UMKM memiliki ketakutan atau kekhawatiran terhadap penggunaan mobile banking terkait dengan cybercrime yang marak terjadi. Dengan memanfaatkan kelemahan keamanan suatu sistem ataupun kelengahan dari pemakai itu sendiri untuk mencuri data. Hal ini bisa menimbulkan kerugian secara materil yang

berdampak terhadap kinerja dan keuangan perusahaan. Perasaan khawatir dan takut merupakan hal yang seringkali dialami oleh setiap orang dalam menggunakan berbagai hal. apalagi penggunaan mobile banking berkaitan erat dengan transaksi keuangan yang berbasis internet. Pengguna tidak bisa merasakan dan melihat secara langsung apakah suatu proses berjalan dengan benar atau muncul hal-hal negatif yang bisa merugikan. Menurut Atarwaman (2022) merupakan persepsi resiko yang cenderung negatif atas kejadian dengan hasil yang negatif karena memungkinkan bahwa hasil tersebut benar terjadi. Hasil lainnya persepsi risiko bisa dikatakan menjadi hal yang tidak pasti ketika melakukan suatu kegiatan transaksi yang kemungkinan bisa berdampak negatif atau merugikan (Mandrata & Sutarso, 2019). Sedangkan Berdasarkan hasil penelitian oleh Sani & Ratmono (2021) bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap kepercayaan penggunaan mobile banking. Dan penelitian (Wijaya, 2023) resiko berpengaruh positif terhadap penggunaan m- banking.

Informasi terkait keuangan perusahaan akan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan dalam berbisnis. Mulai dari informasi kesediaan kas dalam bank, kebutuhan pengeluaran yang harus disiapkan, kelancaran pembayaran pelanggan, dan perputaran kas. Untuk itu dengan penggunaan mobile banking, UMKM bukan hanya memperoleh informasi namun juga bisa digunakan untuk pengambilan keputusan bisnis. Walaupun begitu banyak hal positif yang ditawarkan mobile banking, terkadang ada beberapa

UMKM yang belum bisa memanfaatkan layanan dan informasi secara optimal karena adanya kekhawatiran atas risiko negatif dari penggunaan.

Penelitian terdahulu Yang et al., (2021) menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan m-banking, karena pengaruh sosial seperti keluarga dan teman mempengaruhi pola pikir konsumen terhadap penggunaan produk inovasi baru melalui layanan teknologi. Pengaruh sosial menjadi penting untuk mendorong konsumen menggunakan dompet elektronik atau mobile banking, karena dapat membangun perspektif emosional dan logis di kalangan konsumen. Sedangkan Mayanti (2020) menunjukkan hasil berbeda bahwa pengaruh sosial berpengaruh negatif terhadap penggunaan m-banking.

Penelitian yang dilakukan adalah replikasi ekstensi dari penelitian Jessica Patricia Wijaya (2023) yang berjudul “Pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan mobile banking pada UMKM di Kota Palembang” yang mana penelitian ini terdapat persamaan variabel. Perbedaan dari penelitian sebelumnya, yaitu : pertama, peneliti menambahkan variabel independen pengaruh sosial (Shafly, 2020). Yang kedua peneliti memilih UMKM yang terdaftar di sibakul Kota Yogyakarta sebagai objek penelitian. Alasan memilih UMKM yang terdaftar di sibakul Kota Yogyakarta sebagai objek penelitian dikarenakan UMKM sibakul Kota Yogyakarta merupakan UMKM yang berskala besar dan aplikasi UMKM sibakul jogja ada di



seluruh D.I Yogyakarta (Sleman,Bantul,Gunung kidul,Kulon progo, Kota Jogja).

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **”PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN,PERSEPSI KEMUDAHAN,PERSEPSI RESIKO DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA UMKM SIBAKUL KOTA YOGYAKARTA”**

### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh pada penggunaan mobile banking?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh pada penggunaan mobile banking?
3. Apakah persepsi resiko berpengaruh pada penggunaan mobile banking?
4. Apakah pengaruh sosial berpengaruh pada penggunaan mobile banking?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis persepsi kemanfaatan berpengaruh pada penggunaan mobile banking.
2. Untuk menganalisis persepsi kemudahan berpengaruh pada penggunaan mobile banking.
3. Untuk menganalisis persepsi resiko berpengaruh pada penggunaan mobile banking.

4. Untuk menganalisis pengaruh sosial berpengaruh pada penggunaan mobile banking.

#### **D. Manfaat penelitian**

Beberapa manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat teoritis :

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan sumber bacaan bagi kalangan akademisi dan dapat menjadi referensi untuk perkembangan teori ilmu manajemen, khususnya pada bidang keuangan khususnya tentang pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi resiko dan pengaruh sosial penggunaan m-banking terhadap umkm Sibakul Kota Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis :

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mahasiswa dalam berpikir dan menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk memperdalam penelitian yang membahas tentang pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi resiko dan pengaruh sosial penggunaan m-banking terhadap umkm Sibakul Kota Yogyakarta.

### **E. Batasan Masalah**

1. Penelitian ini dibatasi hanya pada variable persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi resiko, pengaruh sosial, dan penggunaan mobile banking pada UMKM sibakul Kota Yogyakarta.
2. Penelitian ini dibatasi pada UMKM yang terdaftar di SiBakul Kota Yogyakarta