

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

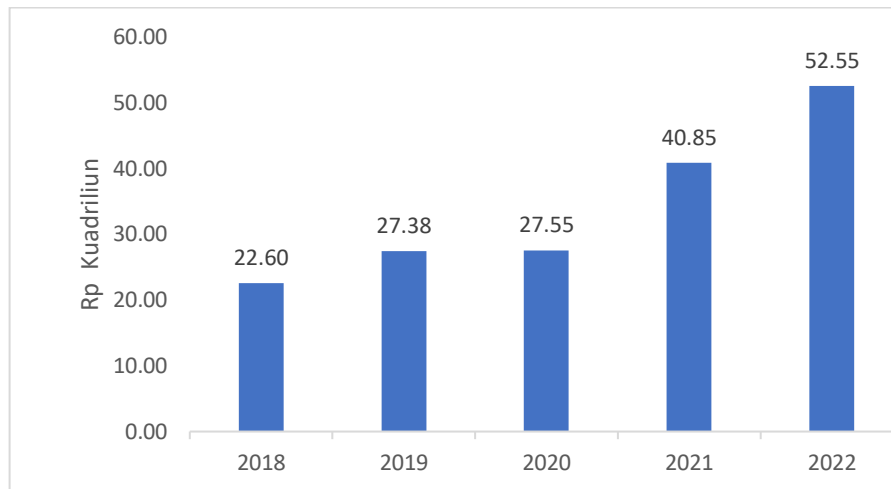
### **A. Latar Belakang**

Saat ini, perkembangan teknologi telah berlangsung dengan cepat dan canggih, sehingga munculnya berbagai jenis teknologi telah memberikan dampak yang signifikan berbagai aspek kehidupan. Pertumbuhan teknologi dan kemajuan informasi di era digital saat ini memiliki kemampuan untuk memengaruhi manusia dalam mengakses berbagai informasi terbaru. Hal ini memberikan kemudahan bagi manusia dalam menyelesaikan tugas dengan cara yang efektif dan efisien. Berbagai fitur layanan elektronik juga turut mendorong adopsi kebudayaan global dalam masyarakat.

Dalam era globalisasi yang terus berkembang, dunia perdagangan dan pemasaran dihadapkan pada persaingan yang sangat sengit secara otomatis. Tingkat persaingan yang tinggi ini menuntut perusahaan untuk mengambil tindakan cepat guna mempertahankan keberadaannya di tengah persaingan yang kompetitif di dunia bisnis. Dalam situasi persaingan ini, perusahaan-perusahaan diharuskan untuk menghasilkan produk-produk inovatif agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Oleh karena itu, kebutuhan akan transformasi digital sangat penting bagi semua perusahaan agar tidak tertinggal dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang sudah mengadopsi teknologi digitalisasi (Wijoyo, 2021).

Perkembangan teknologi yang pesat telah menyebabkan penyebaran bank berbasis internet secara cepat di seluruh dunia, yang pada gilirannya meningkatkan persaingan yang ketat di industri perbankan. Dampak dari fenomena ini adalah perkembangan dan perubahan layanan perbankan itu sendiri. *Financial technology* terus diperbarui dan ditingkatkan guna mendukung transaksi perbankan tanpa uang tunai dan tatap muka langsung, yang sering disebut sebagai metode *cashless* (Riady et al., 2022).

Salah satu kemajuan teknologi di Indonesia dalam sektor keuangan adalah adanya perkembangan bank digital yang diperkenalkan oleh lembaga perbankan di Indonesia. Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018, bank digital adalah sebuah layanan yang diberikan kepada nasabah bank untuk memperoleh informasi, berkomunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui platform elektronik yang dikembangkan dengan menggunakan data nasabah secara optimal, dengan tujuan memberikan layanan yang lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah (*customer experience*). Layanan digital ini dapat diakses dan digunakan secara mandiri oleh nasabah dengan memperhatikan aspek keamanan. Dengan adanya bank digital, nasabah memiliki kemampuan untuk mengurus berbagai kebutuhan keuangan nasabah, tidak seperti *fintech* yang hanya bertindak sebagai perantara transaksi. Dengan menggunakan aplikasi bank digital, transaksi keuangan dapat dilakukan dengan lebih mudah, kapan pun dan di mana pun.



**Gambar 1. 1 Transaksi Perbankan Digital di Indonesia**

Sumber: dataindonesia.id

Berdasarkan gambar 1.1, terjadi peningkatan yang signifikan dalam transaksi bank digital dari tahun ke tahun. Pada tahun 2018, nilai transaksi tersebut mencapai Rp 22,60 kuadriliun. Selanjutnya, terjadi peningkatan menjadi Rp 27,38 kuadriliun pada tahun 2019. Namun, pertumbuhan transaksi bank digital melambat menjadi Rp 27,55 kuadriliun pada tahun 2020. Meskipun demikian, angka tersebut kembali melonjak menjadi Rp 40,85 kuadriliun pada tahun 2021 dan terakhir pada tahun 2022 mengalami peningkatan lagi menjadi 52,55 kuadriliun. Bank sentral menilai bahwa pertumbuhan transaksi bank digital ini berhubungan dengan perluasan digitalisasi sistem pembayaran, seperti kerja sama QRIS antarnegara, pengembangan SNAP, BI *Fast*, dan elektronifikasi transaksi keuangan pemerintah daerah.

Peningkatan perkembangan bank digital di Indonesia diprediksi akan semakin meningkat karena adanya potensi keuntungan bisnis perbankan yang menjanjikan, tingginya jumlah masyarakat dan UMKM yang belum terjangkau oleh layanan

*traditional internet banking*, menjadikan bank digital sebagai solusi untuk mengatasi kesenjangan geografis di Indonesia, dan pertumbuhan penggunaan smartphone yang tinggi di negara ini. Namun, bank digital juga dihadapkan pada beberapa tantangan, seperti keterbatasan cakupan jaringan internet yang belum merata hingga ke daerah terpencil, dan tingkat literasi masyarakat yang rendah terkait keamanan digital.

Tanggapan yang efektif harus diberikan terhadap pertumbuhan yang pesat dalam bisnis ekonomi dan keuangan digital. Menurut Yoon & Lim (2021) tanggapan yang efektif sangat penting untuk menghadapi perubahan dan pertumbuhan yang cepat tersebut agar pembangunan ekonomi nasional yang berkelanjutan dapat terwujud. Oleh karena itu, beberapa negara telah berupaya mendorong perkembangan industri *fintech* melalui inisiatif nasional dengan mendirikan dan mengoperasikan Bank digital. Bank digital merujuk pada institusi perbankan yang tidak memiliki cabang fisik dan menyediakan layanan keuangan melalui autentikasi *non-tatap muka* berbasis internet, seluler, *automated teller machines* (ATM), dan *calls center*. Menurut Tarigan & Paulus (2019) kehadiran bank digital memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah bank untuk melakukan berbagai transaksi, seperti pendaftaran, pembukaan rekening, dan layanan perbankan seperti penarikan tunai, transfer, dan pembayaran. Selain itu, nasabah juga dapat menutup rekening nasabah dan memperoleh informasi lainnya serta melakukan transaksi di luar produk perbankan, seperti mendapatkan nasihat keuangan, melakukan investasi, melakukan transaksi *e-commerce*, dan memenuhi kebutuhan lain dari nasabah bank. Layanan ini merupakan respons dari bank

umum terhadap kemajuan teknologi informasi dan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin digital.

Bank digital semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia sebagai opsi utama untuk layanan keuangan yang memberikan kemampuan lengkap, mulai dari pendaftaran tanpa harus mengunjungi kantor cabang bank, biaya administrasi yang lebih rendah atau bahkan gratis, hingga menawarkan suku bunga yang lebih tinggi sebagai fitur utama yang ditawarkan oleh bank digital saat ini. Menurut Fatimah & Hendratmi (2020) perbankan memiliki peran penting dan sering dimanfaatkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, perbankan perlu mempelajari secara mendalam faktor-faktor yang menyebabkan nasabah melakukan perpindahan. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi kinerja dan merancang strategi-operasional dan pemasaran yang efektif guna mengurangi kecenderungan nasabah untuk beralih ke bank lain dan pada akhirnya mempertahankan nasabah.

Bank digital baru-baru ini telah muncul sebagai pusat utama dalam industri *fintech*, memimpin arah masa depan keuangan dan diantisipasi akan memberikan pengaruh yang signifikan bagi konsumen dalam hal keuangan. Pembahasan mengenai intensi perpindahan nasabah *traditional internet banking* ke bank digital masih jarang dilakukan oleh peneliti terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Kwak et al. (2018) & Yoon & Lim (2021) sehingga masih berpeluang untuk dikembangkan dan menjadi nilai kebaruan dari penelitian ini.

Kehadiran bank digital secara esensial mampu memberikan kemudahan dan otomatisasi dalam proses transaksi keuangan. Di sisi syariah, Islam pada prinsipnya juga memastikan keberadaan kemaslahatan (*wellbeing*) bagi manusia.

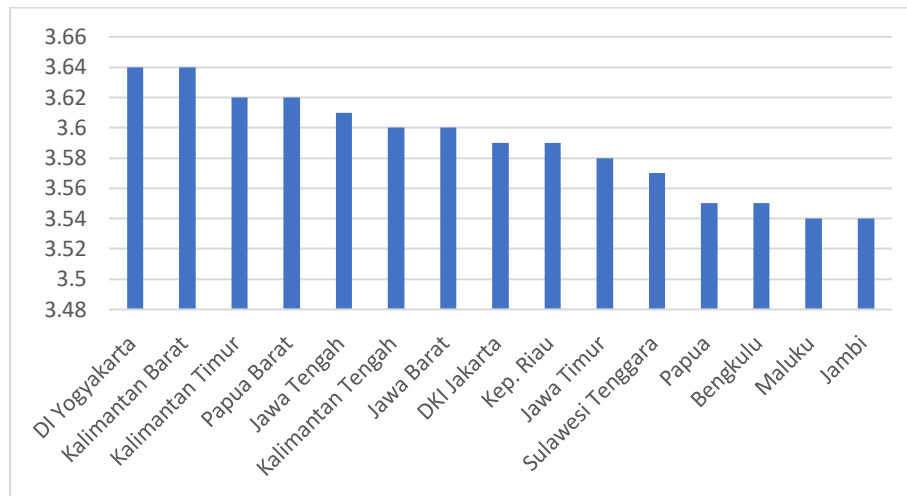
Dua nilai yang dibawa oleh masing-masing pihak tersebut oleh beberapa ulama Islam dianggap tidak saling bertentangan. Bank digital merupakan salah satu bentuk *mu'amalah syari'ah* yang didorong oleh semangat kemajuan zaman. Meskipun demikian, praktek-praktek bisnis dalam industri bank digital juga harus tetap mematuhi larangan-larangan (*manhiyyat*) syari'ah, seperti *gharar* (ketidakjelasan), *dharar* (bahaya), dan *tadlis* (ambiguitas). Sejalan dengan pernyataan beberapa ulama tersebut, sejatinya bank digital juga telah mendapatkan konfirmasi positif dari al-Qur'an, meskipun tidak secara eksplisit. Konfirmasi tersebut berupa nilai substansial yang dibawa oleh bank digital yaitu kemudahan (*al-yusr*). Hal ini sebagaimana terekam dalam surah al-Baqarah ayat 185:

...الْعُسْرَ بِكُمْ يُرِيدُ وَلَا الْيُسْرَ بِكُمْ اللَّهُ يُرِيدُ

“Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.” (QS. Al-Baqarah : 185)

Salah satu faktor yang mendorong digitalisasi perbankan di Indonesia adalah meningkatnya jumlah orang yang menggunakan internet di masyarakat. Indonesia adalah salah satu Negara di dunia dengan tingkat penggunaan internet yang paling tinggi, dan hal ini berkontribusi pada digitalisasi sektor perbankan di negara tersebut. Menurut hasil survei Nielsen Consumer Media, ditemukan bahwa tingkat penggunaan internet di Indonesia cukup tinggi, yaitu sebesar 44%. Populasi yang paling dominan dalam penggunaan internet adalah kalangan milenial. Pada tahun

2018, jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia mencapai 100 juta orang, yang menunjukkan tingkat yang cukup tinggi (Pratiwi et al., 2020). Dengan semakin banyak orang yang menggunakan internet dan *smartphone*, jumlah pengguna bank digital juga dapat meningkat. Terutama, generasi milenial adalah kelompok yang paling banyak menggunakan layanan *internet banking* karena ketergantungan milenial yang tinggi pada teknologi. Syafrida et al. (2020) menyatakan bahwa para nasabah milenial yang menggunakan layanan perbankan memiliki preferensi terhadap teknologi dalam bentuk *sms banking*, *mobile banking*, dan *internet banking*. Teknologi ini dapat meningkatkan efisiensi dan kemudahan dalam melakukan transaksi nasabah milenial. Studi yang dikaji Ashoka (2017) menemukan bahwa generasi milenial mendominasi penggunaan layanan perbankan digital. Tan & Lau (2016) juga menemukan beberapa faktor yang dapat menjelaskan mengapa generasi milenial tertarik menggunakan *mobile banking* meliputi harapan penggunaan, harapan kinerja, persepsi terhadap risiko, dan pengaruh sosial. Di sisi lain, Safitri & Anggraini (2021) menyimpulkan bahwa generasi milenial memilih untuk memanfaatkan layanan perbankan digital karena kemudahannya dalam penggunaan serta kemampuannya untuk memecahkan permasalahan keuangan yang nasabah milenial hadapi.



**Gambar 1. 2 Indeks Literasi Digital Indonesia**

Sumber: (katadata.co.id, 2022)

Berdasarkan gambar 1.2 Provinsi Yogyakarta dan Kalimantan Barat mencatatkan indeks literasi digital tertinggi di Indonesia pada 2022. Skornya di kedua provinsi tersebut sama-sama sebesar 3,64. Kemudian, Kalimantan Timur dan Papua Barat menyusul diurutan selanjutnya dengan skor indeks literasi digital yang sama, yakni 3,62 poin.

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dijelaskan pada paragraf-paragraf diatas, penelitian ini memfokuskan untuk menganalisis Intensi Perpindahan Nasabah Milenial dari *Traditional Internet Banking* Ke Bank Digital dengan studi kasus Provinsi Yogyakarta menggunakan pendekatan *Push-Pull-Mooring* (PPM) yang dikembangkan oleh (Bansal et al., 2005).



## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas maka rumusan masalah yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pengaruh faktor pendorong (*Push Effect*) diproksikan dengan Kualitas Layanan, Kepuasan dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Intensi Perpindahan Nasabah Milenial dari *Traditional Internet Banking* ke Bank Digital?
2. Bagaimana pengaruh faktor penarik (*Pull Effect*) diproksikan dengan Daya Tarik Alternatif, Pengaruh Teman Sebaya dan Norma Subjektif terhadap Intensi Perpindahan Nasabah Milenial dari *Traditional Internet Banking* ke Bank Digital?
3. Bagaimana pengaruh faktor penambat (*Mooring Effect*) diproksikan dengan Biaya Beralih, Kebiasaan dan Reputasi terhadap Intensi Perpindahan Nasabah Milenial dari *Traditional Internet Banking* ke Bank Digital?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah penelitian diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor pendorong (*Push Effect*) diproksikan dengan Kualitas Layanan, Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Intensi Perpindahan Nasabah Milenial dari *Traditional Internet Banking* ke Bank Digital
2. Untuk menganalisis pengaruh faktor penarik (*Pull Effect*) diproksikan dengan Daya Tarik Alternatif, Pengaruh Teman Sebaya dan Norma

Subjektif terhadap Intensi Perpindahan Nasabah Milenial dari *Traditional Internet Banking* ke Bank Digital

3. Untuk menganalisis pengaruh faktor penambat (*Mooring Effect*) diprosikan dengan Biaya Beralih, Kebiasaan dan Reputasi terhadap Intensi Perpindahan Nasabah Milenial dari *Traditional Internet Banking* ke Bank Digital.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Sebagai penambah wawasan dan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan kemudian mengembangkan hasil penelitian.

##### **2. Manfaat Praktis**

Sebagai penambah wawasan dan referensi dan sumber informasi mengenai Intensi Perpindahan Nasabah Milenial dari *Traditional Internet Banking* ke Bank Digital.

##### **3. Manfaat Untuk Perusahaan**

Salah satu informasi bagi lembaga perbankan untuk memahami dan mempelajari perilaku nasabah.