

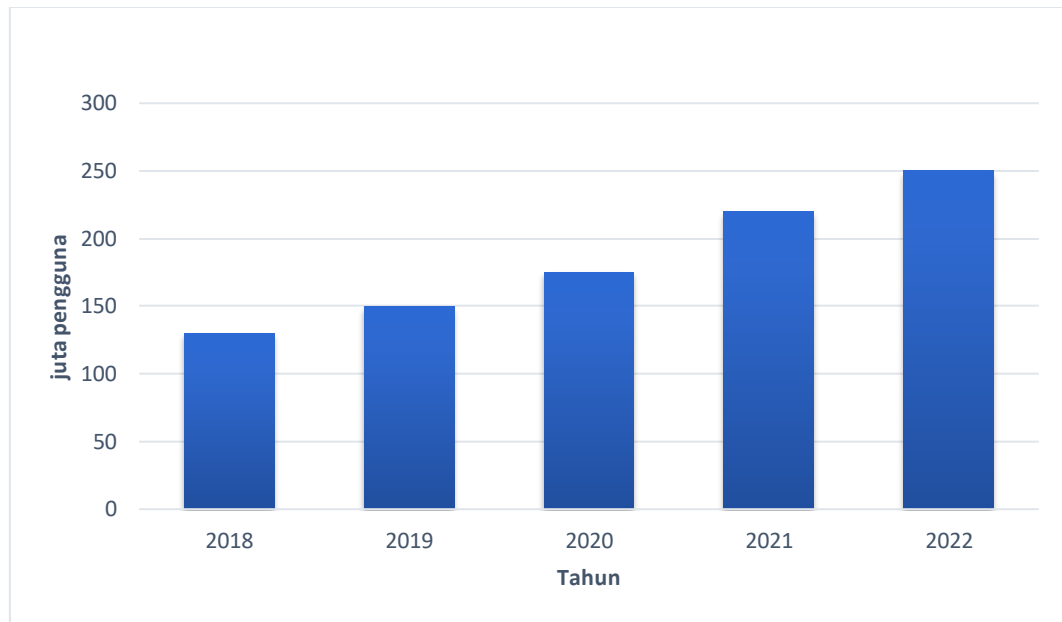
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi memberikan dampak yang signifikan keberbagai sektor, dalam hal ini para pelaku ekonomi harus mampu beradaptasi. Adanya teknologi menjadi peluang besar dan menjadi pendukung pertumbuhan pada sektor perekonomian, yang mana hal ini dapat menjadikan negara indonesia menjadi sejajar dengan negara lain tentunya menuju era digital. Penggunaan internet di Indonesia setiap tahun akan meningkat, hal ini juga di dorong oleh pemerintah dengan berbagai program yang dilaksanakan, salah satunya melek internet. Besarnya angka penggunaan internet juga disebabkan kemudahan dalam penggunaannya, sehingga hal ini menjadi peluang bagi para pelaku ekonomi.

Menurut Kementerian komunikasi dan Informatika pengguna internet di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 175,4 juta orang, dengan jumlah penduduk sebanyak 272,1 juta orang, dimana jika dibandingkan pada tahun 2019 total pengguna internet di Indonesia meningkat 17% atau sekitar 25 juta orang. Berdasarkan hasil survey APJII, pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022-2023 mencapai 215,63 juta orang, yang mana jumlah tersebut meningkat 2,67% jika dibandingkan dengan periode sebelumnya yaitu sebesar 210,03 juta pengguna(DataIndonesia.id, 2022)



Gambar 1.1 jumlah pengguna internet di Indonesia tahun

Sumber: databoks

Berdasarkan gambar 1.1 jumlah penggunaan internet di Indonesia mengalami peningkatan selama 5 tahun terakhir. Penggunaan internet terus meningkat, yang mana hal ini dapat menunjukkan perkembangan pengguna internet secara signifikan. Jika dibandingkan pada tahun 2018, jumlah penggunaan internet pada tahun 2022 melonjak sebesar 54,25%, sementara tingkat penetrasi mencapai 73,7% dari total penduduk 277,7 juta orang, terhitung pada Januari 2022.

Meningkatnya pengguna internet disebabkan faktor kebutuhan, dari perkembangan internet yang pesat ini para perbankan melakukan berbagai inovasi dalam pemberian layanan guna dapat mempertahankan usahanya. Pada tahun 2020 perbankan giat melakukan berbagai inovasi dalam mengaplikasikan teknologi serta berupaya mengalihkan nasabah saluran distribusi dengan menggunakan teknologi. Nasabah perbankan mengalami evolusi, jika pada beberapa tahun lalu, ATM dan Bank

Konvensional menjadi pilihan utama nasabah dalam melakukan berbagai transaksi, dengan seiring perkembangan teknologi internet, perbankan mulai mengembangkan pelayanan, salah satunya *mobile banking*.

Pelayanan *Mobile Banking* diberikan oleh bank kepada nasabah untuk memberikan kemudahan. Dimana dalam pelayanan ini para nasabah tidak perlu datang ke bank yang bersangkutan, nasabah akan semakin mudah dan terbantu dalam proses pelayanan dalam proses kegiatan perbankan, nasabah dapat mengakses berbagai fasilitas dan fitur pelayanan dengan mudah, seperti cek saldo, mutasi rekening, transfer, melakukan pembayaran tagihan dan pelayanan lainnya. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No.12/POJK.03/2018 Tahun 2018 tentang penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum bahwa *Mobile Banking* merupakan bagian dari perbankan digital.

Layanan *mobile banking* dapat di gunakan dengan menggunakan menu menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat di unduh langsung oleh para nasabah, yang mana secara prinsip basisnya adalah *internet banking*. Penggunaan layanan terus meningkat karena nasabah bank mulai mengenal dan sudah terbiasa dengan layanan ini, kecepatan dan kemudahan menjadi daya tarik santusias nasabah. Menurut Bank Indonesia dalam ronal (2020) salah satu faktor penghambat implementasi *internet banking* untuk transaksi keuangan adalah faktor keamanan, hal ini perlu adanya edukasi kepada masyarakat untuk meningkatkan kepercayaan. Selain itu di dalam penelitian (Bamoriya & Singh, 2011) ditemukan bahwa *Mobile Banking* terdapat masalah dan tantangan seperti kompatibilitas handset, standarisasi, pengunduhan perangkat lunak, privasi serta keamanan.

Mobile Banking saat ini menjadi salah satu strategi utama bagi bank untuk melakukan operasional dalam proses transaksi dengan nasabah. *Mobile Banking* juga titik fokus dari strategi pertumbuhan bank, selain itu hal ini dapat meningkatkan pelayanan sehingga hubungan nasabah juga meningkat.

Peningkatan penggunaan *Mobile Banking* juga didorong dengan berbagai faktor salah satunya dengan memberikan kemudahan, sebuah sistem diberikan untuk mempermudah bukan untuk mempersulit penggunaanya (Hermawann et al., 2020). Faktor yang mempengaruhi minat penggunaan layanan *Mobile Banking* juga di dukung karena faktor kebermanfaatan, seseorang akan menggunakan teknologi informasi ketika dapat mendatangkan manfaat dan dapat meningkatkan kinerja ataupun keuntungan (Rahayu, 2019).

Didalam penelitian (Latif, 2018) Hasil riset dari lembaga *Mobile Ecosystem Forum* (MEF) pada tahun 2014, menunjukkan bahwa 80% dari total 70 juta nasabah bank indonesia yang telah menggunakan layanan *mobile banking* dan hal ini akan terus meningkat dari tahun ketahun. OJK atau otoritas jasa keuangan juga mencatat pada tahun 2021 adanya peningkatan pengguna layanan *Mobile Banking* dan *Internet Banking* mencapai 300% yang mana hal ini dipengaruhi adanya Covid 19. Perpindahan layanan pada *Mobile Banking* karena faktor manfaat. Ada beberapa manfaat yang diperoleh dari menggunakan layanan *Mobile Banking* yaitu praktis, mudah dan nyaman serta penggunaan yang bersahabat (Supriyono, Maryanto). Dimana kebermanfaatan tersebut dibutuhkan nasabah, yang semulanya harus ke tempat ATM atau Bank Konvensional, dengan adanya layanan *mobile banking*, nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja dan

dimana saja. Perilaku konsumen, dimana dalam hal ini nasabah tidak terlepas dari adanya kebutuhan dari konsumen itu sendiri

Sehingga berdasarkan fenomena tersebut, didapatkan adanya *switching behavior* yang terjadi dari penggunaan layanan langsung Bank Konvensional ke layanan *mobile banking*. *Switching behavior* yang terjadi pada layanan yang baru juga dikarenakan adanya perilaku konsumen yang tidak bisa dilepaskan dari adanya kebutuhan dari konsumen itu sendiri.

Sebagai mahasiswa yang memiliki pemasukan berupa uang bulanan pendidikan, layanan *mobile banking* tentunya dapat membantu proses transaksi berbagai kebutuhan mereka dengan cepat dan fleksibel. *Mobile banking* dapat memberikan mahasiswa keleluasaan dan kemudahan transaksi keuangan, seperti cek saldo, mutasi rekening, membayar spp / tagihan listrik, melakukan pembayaran, pemindaan uang dan layanan transaksi lainnya hanya dengan genggaman.

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah, sebagai generasi milenial yang terampil dalam perkembangan teknologi, sangat familiar dengan keberadaan fintech. Terutama dalam konteks pembayaran digital, tren penggunaan ini sedang meningkat, terutama di kalangan mahasiswa. Untuk mengetahui apakah mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) layak untuk menjadi responden dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan pra kuesioner sebagai preliminary studi dan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. 1

Data Mahasiswa Aktif Pada Jenjang S1 2022/2023

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa	Proporsi Jumlah Mahasiswa
1	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	4557	23%
2	Fakultas Ilmu Sosial dan Politik	3900	19%
3	Fakultas Teknik	3122	16%
4	Fakultas Hukum	1863	9%
5	Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan	1806	9%
6	Fakultas Pertanian	1713	9%
7	Fakultas Agama Islam	1692	8%
8	Fakultas Pendidikan Bahasa	989	5%
9	Fakultas Kedokteran Gigi	463	2%
JUMLAH		20105	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Untuk menilai kelayakan mahasiswa aktif di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) sebagai responden dalam penelitian ini, peneliti melakukan penyebaran pra-kuesioner sebagai langkah awal studi. Berikut adalah hasilnya:

Tabel 1. 2
Karakteristik preliminary study berdasarkan mahasiswa yang mengetahui Mobile Banking

Nama Fakultas	Mengetahui transaksi <i>Mobile Banking</i>	Menggunakan <i>Mobile Banking</i> dalam kurun waktu 1 minggu	Menggunakan <i>Mobile Banking</i> lebih dari 3 kali dalam seminggu	Jumlah Mahasiswa
Fakultas Ekonomi dan Bisnis	100%	97%	77%	83
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik	100%	78%	23%	70

Fakultas Teknik	100%	85%	45%	57
Fakultas Hukum	100%	88%	61%	44
Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan	100%	73%	37%	39
Fakultas Pertanian	100%	66%	55%	37
Fakultas Agama Islam	100%	71%	58%	26
Fakultas Pendidikan Bahasa	100%	84%	47%	19
Fakultas Kedokteran Gigi	100%	92%	33%	15
JUMLAH				390

Sumber : Data diperoleh, 2023

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui responden dengan presentase tertinggi adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebesar 23% sedangkan presentase terendah dari Fakultas kedokteran gigi sebesar 2%, sehingga hal ini menjadi salah satu pendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai *mobile banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dalam penelitian ini, teori PPM (Push, Pull, dan Mooring) menjadi kerangka teoretis yang digunakan untuk menguraikan perpindahan pelanggan atau nasabah dari layanan konvensional ke layanan digital. Fokus penelitian akan difokuskan pada analisis berbagai faktor yang memotivasi pengguna dalam mengadopsi lingkungan layanan berbasis teknologi. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, penulis merasa tertarik untuk menyelidiki lebih lanjut dinamika perpindahan ini melalui judul penelitian yang menekankan pemahaman mendalam terhadap faktor Push, Pull, dan Mooring. Penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Push, Pull and**

Mooring Terhadap Switching Behavior Pada Layanan Mobile Banking (M - BANKING) .

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana *push effects* berpengaruh terhadap perilaku beralih pada layanan *Mobile Banking*?
2. Bagaimana *pull effects* berpengaruh terhadap perilaku beralih pada layanan *Mobile Banking*?
3. Bagaimana *mooring effects* berpengaruh terhadap perilaku beralih pada layanan *Mobile Banking*?

C. Tujuan Masalah

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut ini:

1. Untuk menganalisis bagaimana *push effects* berpengaruh terhadap perilaku beralih pada layanan *Mobile Banking*?
2. Untuk menganalisis bagaimana *pull effects* berpengaruh terhadap perilaku beralih pada layanan *Mobile Banking*?
3. Untuk menganalisis bagaimana *mooring effects* berpengaruh terhadap perilaku beralih pada layanan *Mobile Banking*?

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat berikut ini:

1. Manfaat Secara Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat memberikan wawasan lebih dalam.

2. Manfaat Secara Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa terutama mahasiswa Ekonomi, yang mana dapat dijadikan bahan rujukan dalam penelitian selanjutnya serta dapat memberikan wawasan mengenai *Switching Behavior* pada layanan Mobile Banking.

b. Bagi Universitas

Penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam melakukan penelitian selanjutnya, serta penelitian ini menjadi suatu kewajiban dalam memenuhi syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Manfaat Untuk Perusahaan

Memberikan informasi mengenai perilaku beralih layanan Bank Konvensional ke *Mobile Banking*, dan dari penelitian ini diharap perusahaan dapat menganalisa dalam mengambil keputusan.