



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di masa sekarang ini, semua aktifitas menjadi serba digital dan hal ini ditandai dengan munculnya berbagai teknologi superkomputer yang dapat menggantikan semua pekerjaan manusia seperti remote sensor big data, real time communication, dsb yang dalam meningkatkan efisiensi proses, kualitas produk dan peningkatan layanan, serta optimalisasi terhadap sumber daya yang dimiliki dalam mendorong proses kerja agar berjalan lebih cepat dan lebih baik. (Das et al, 2016). Teknologi tidak lagi hanya dimanfaatkan sebagai media komunikasi maupun informasi lagi, namun sekarang hampir semua jenis bidang pekerjaan memerlukan teknologi agar menjadi lebih cepat dan praktis. Sehingga perlahan-lahan semuanya mulai beralih menjadi serba digital. Johny (2019) dalam penelitiannya mengenai perubahan pada transformasi digital menjelaskan bahwa keberhasilan utama dari suatu transformasi digital pada industri terletak pada kemampuan industri tersebut dalam menjamin kecepatan implementasinya.

Data statistik pada We are Social (2019) pada Gambar 1.1 di bawah menunjukkan bahwa di Indonesia sendiri, pengguna media sosial terbilang cukup tinggi yaitu mencapai angka 150 juta jiwa dan dapat disimpulkan bahwa hampir sebesar 56% total masyarakat Indonesia yang sudah menggunakan teknologi internet.

Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018							
millions	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0	
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.7	269.7	274.1	
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3	
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9	
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4	
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0	
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6	
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7	
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4	
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3	
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3	
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5	
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3	
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5	
15. Vietman	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8	
16. South korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0	
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4	
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7	
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9	
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4	
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1	
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3	
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6	
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3	
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9	
Worldwide***	2,692.9	2,892.7	3,072.6	3,246.3	3,419.9	3,600.2	

Note: Individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; *excludes Hong Kong; **forecast from Aug 2014; ***includes countries not listed Source: eMarketer, Nov 2014

Gambar 1. 3 Top 25 Negara dengan Tingkat Internet Users Tertinggi

Sumber : e-Marketers (2018)

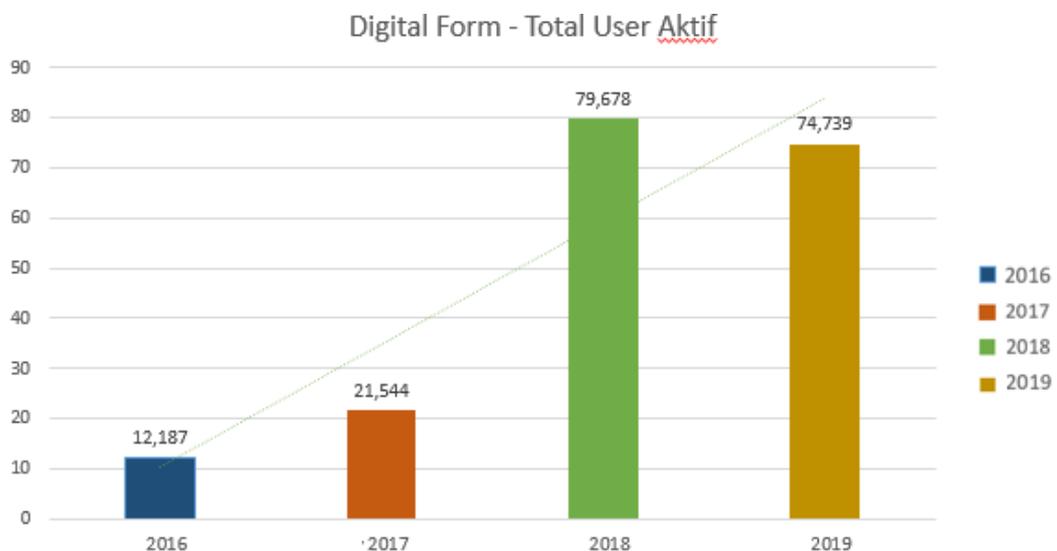
Adapun data dari (Worldbank, 2018), dapat terlihat bahwa pemanfaatan teknologi internet sebesar 48,9% nya digunakan oleh instansi perbankan. Menunjukkan bahwa tingginya tingkat penggunaan internet di Indonesia berdampak penting bagi pihak bank maupun para nasabahnya guna menunjang semua kegiatan transaksi perbankannya agar dapat berjalan lebih cepat, efisien dan efektif. Hal ini semakin memperkuat fakta bahwa perkembangan dari teknologi informasi dan komunikasi memang terbukti sangat berpengaruh terhadap setiap aspek kehidupan masyarakat dan menyadarkan mereka akan pentingnya penggunaan serta pemanfaatan dari internet yang dapat menjadi potensi bagi ekonomi digital nasional.



Gambar 1.4 Data Statistik Penetrasi Internet di Indonesia

Sumber : Worldbank (2018)

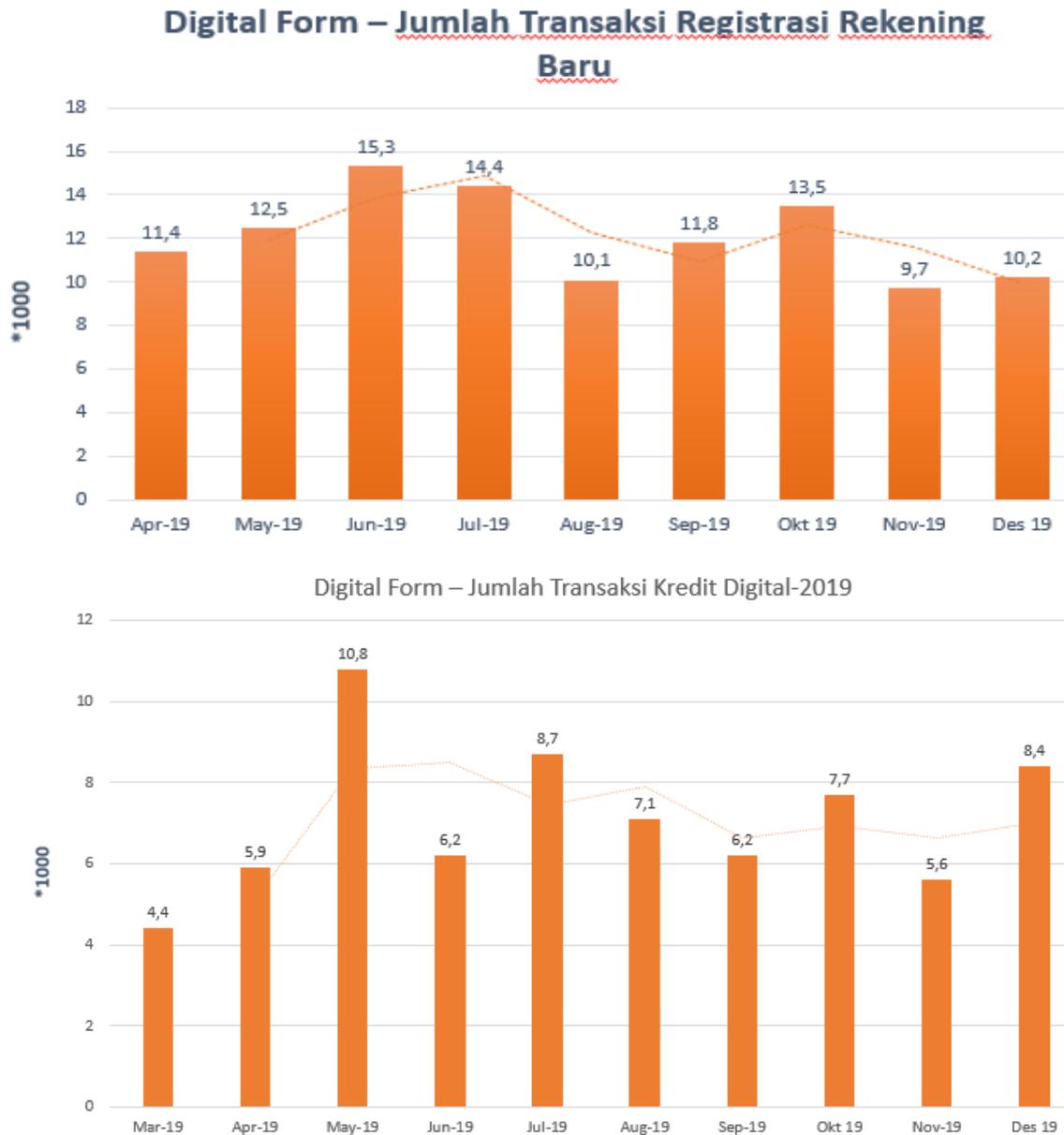
Di Indonesia sendiri saat ini, industri PT. ABC merupakan salah satu industri perbankan yang terus berinovasi dalam mengarahkan pelayanan mereka ke arah digital guna meningkatkan mutu pelayanan mereka bagi para nasabahnya khususnya pada bidang teknologi informasi dan komunikasi. PT. ABC memiliki beberapa aplikasi yang terkait dengan penggunaan teknologi di diantaranya mobile banking, digital payment, internet banking, dan *digital form mobile application*. Perkembangan pesat pada bidang teknologi informasi dan telekomunikasi yang mengarah ke digital banking, mendorong salah satu divisi di PT. ABC yaitu Divisi Pengembangan Layanan Digital (DPLD) untuk mengembangkan suatu *digital form mobile application*. Namun pada nyatanya, penggunaan dari *digital form mobile application* pada PT. ABC saat ini masih belum mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Dapat kita lihat dari jumlah pengguna aktif pada setiap tahunnya mulai dari 2016 sebanyak 12.187, untuk tahun 2017 sebanyak 21.544, tahun 2018 sebanyak 79,678 dan pada tahun 2019 sebanyak 74,739 dan apabila di total keseluruhan dari pengguna aktif *digital form mobile application* hanya sejumlah 188.148 pengguna.



Sumber : Internal Data PT. ABC (2019)

Gambar 1.5 Total User Aktif Digital Form Mobile Application

Adapun penggunaan *digital form mobile application* yang terdapat pada transaksi pembukaan rekening dan kredit digital online terbilang masih sedikit dan tidak memiliki tingkat kenaikan yang signifikan. Terlihat pada gambar 1.6, di mana menunjukkan akan masih kurangnya minat pengguna terhadap *digital form mobile application* pada PT. ABC.



Gambar 1.6 Jumlah Transaksi Pembukaan Rekening Baru dan Kredit Digital dengan Digital Form Mobile Application

Sumber : Internal Data PT. ABC (2019)

Digital form mobile application (e-form) sendiri merupakan sebuah aplikasi mobile yang dapat diakses melalui smartphone para penggunanya sebagai media pengganti kertas. *Digital form mobile application* menyediakan fitur layanan transaksi yang mempermudah customer karena dengan penggunaan *digital form mobile application* customer akan di prioritaskan ketika sampai di Bank, karena mereka dapat melakukan reservasi dilayanan customer service, sedangkan dilayanan teller mereka tidak perlu lagi untuk melakukan pengisian slip untuk melakukan transaksi setoran. *Digital form mobile application* akan mengeluarkan nomor referensi yang nantinya akan dijadikan sebagai bukti untuk melakukan transaksi baik di layanan customer service maupun teller. Setelah customer selesai melakukan transaksi maka customer akan mendapatkan history transaksi yang ada pada *digital form mobile application*.



Gambar 1.88 Digital Form Mobile Application PT. ABC
Sumber : PT. ABC

1.2 Rumusan Masalah

Adapun sesuai dengan rencana kerja PT. ABC di tahun 2019 dalam menciptakan *New Banking Experiences*, PT. ABC telah melakukan berbagai differensiasi terhadap channel layanan perbankannya. PT. ABC bekerjasama dengan berbagai akselerator startup dalam menciptakan program-program yang mengarah kepada digital banking.

Selain mobile banking dan digital payment, optimalisasi pada penggunaan *digital form mobile application* juga merupakan salah satu program yang difokuskan PT. ABC dalam mengarahkan layanan mereka ke arah digital supaya dapat semakin memuaskan para pelanggannya dan memperoleh nasabah-nasabah baru yang lebih banyak. Hanya saja program *digital form mobile application* ini sendiri masih terbukti belum cukup berhasil di PT. ABC. Berdasarkan data internal yang ada diketahui bahwa tingkat adopsi pelanggan terhadap *digital form mobile application* PT. ABC saat ini masih terbilang rendah. Rendahnya tingkat adopsi ini menjadi salah satu tantangan bagi PT. ABC dalam menciptakan suatu ekosistem dan customer experience baru yang berbasis digital.

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan sebelumnya, saya selaku penulis termotivasi untuk dapat membantu PT. ABC dalam mengetahui permasalahan yang menjadi penentu terhadap rendahnya tingkat adopsi *digital form mobile application*. Adapun yang menjadi rumusan masalah yang diperoleh adalah sebagai berikut:

- Apa faktor paling signifikan dalam penerimaan penggunaan *digital form mobile application* yang nantinya berpengaruh terhadap *behavioral intention* para customer di PT. ABC?

Dalam penulisan laporan ini, penulis menggunakan 2 model teori yaitu model TAM dan UTAUT. Model TAM adalah model dasar yang paling sering dipakai untuk mengukur tingkat adopsi dari sistem teknologi baru dan dapat dilihat dari penelitian² terdahulu yang sudah dilakukan. Namun pengukuran pada TAM memiliki kekurangan yaitu diversity dari variables itu sendiri hanya sedikit dan hanya sebatas dari sisi kapabilitas suatu sistem itu sendiri tanpa menyertakan situasi dari peranan sosial dan lingkungan sekitar yang juga memiliki potensi dalam adopsi suatu teknologi (Malhotra dan Galletta, 1999). Apalagi mengingat bahwa di era digital, informasi mudah didapat dan pengaruh suatu individu terhadap perubahan perilaku individu lainnya cukup besar. Sedangkan UTAUT model yang ditemukan Venkatesh dapat memenuhi pengukuran terhadap diversity variabel-variabel yang

tidak ada pada TAM. (sehingga dengan menggabungkan dua model ini diharapkan dapat menjangkau various field yang lebih banyak).

1.3 Tujuan Penelitian

Dari identifikasi masalah yang ada, maka penulis menyusun penelitian ini dengan tujuan sebagai berikut :

- Mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor mana yang berpengaruh paling signifikan terhadap penerimaan penggunaan *digital form mobile application* di PT. ABC.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap agar kedepannya nanti lewat penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak terkait :

1. Bagi Perusahaan

Sebagai tambahan informasi atas faktor-faktor yang berpengaruh terhadap penggunaan *digital form mobile application* di PT. ABC untuk dapat dikaji dalam perbaikan kualitas *digital form mobile application* di PT. ABC.

2. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat memberikan wawasan tambahan tentang perkembangan *digital form mobile application* yang belum banyak digunakan oleh perbankan di Indonesia.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

1. Penelitian ini berfokus kepada para user *digital form mobile application* PT. ABC yang berada di wilayah Jakarta.
2. Hasil dari penelitian thesis ini hanya berupa rekomendasi strategi saja yang dapat dibagikan pada pihak perusahaan, dan tidak sampai pada tahap penerapan strateginya.