

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

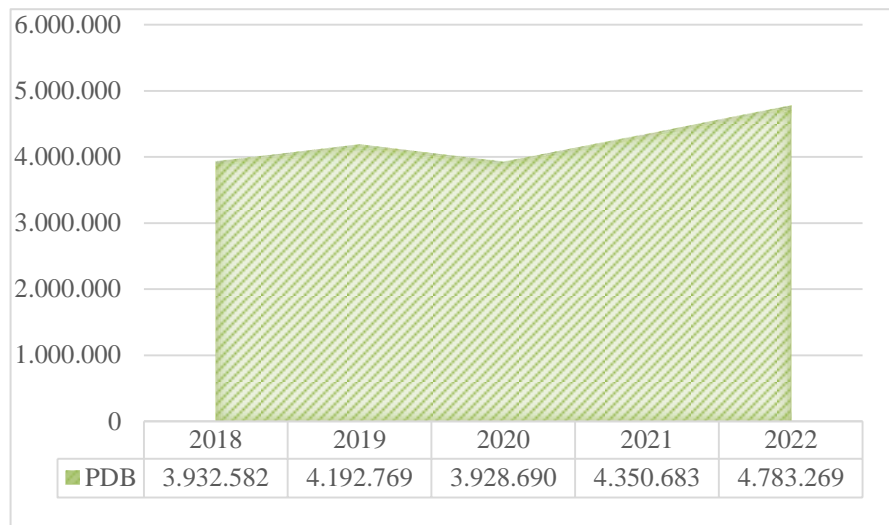
Persaingan bisnis di seluruh dunia dari tahun ke tahun semakin ketat dengan berbagai jenis persaingan bisnis. Bisnis yang bersaing di seluruh dunia mirip dengan berperang di arena tertentu. Selama era globalisasi, para pelaku usaha, bisnis, dan manajer pemasaran memasuki era yang sangat bersaing. Mereka sekarang berada di era di mana menjadi pemenang akan semakin sulit dalam persaingan yang ketat. Dunia bisnis memiliki peluang untuk berkembang menjadi lebih baik dan lebih kompetitif sebagai akibat dari persaingan global. Salah satu fungsi bisnis yang sangat penting untuk mendukung adaptasi ini dengan lingkungan eksternal adalah pemasaran.

Negara-negara di seluruh dunia telah mempersiapkan diri untuk menghadapi era di mana batas negara tidak lagi penting; pasar dalam negeri terbuka untuk barang-barang asing dan serbuan budaya dari negara-negara yang mengeksport barang-barang tersebut. Tidak semua negara siap untuk menghadapi era ini, tetapi entah itu baik atau buruk, kita semua didorong untuk masuk ke dalamnya karena dampaknya akan dirasakan oleh semua orang. Karena itu, negara-negara ini didorong untuk bersaing dalam pasar bebas, dan seperti setiap persaingan, selalu ada pemenang dan pecundang. Kita harus dapat mengembangkan produk yang sudah ada menjadi produk yang luar biasa saat kita membuat produk baru dan bersaing dengan produk lainnya. Dalam hal ini, dengan

meningkatkan kualitasnya, mengubah bentuknya, atau membuat kemasan produknya lebih menarik (Yuliaty et al, 2020).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang sangat besar dan memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Selain itu, kelompok ini juga mampu bertahan dari berbagai ancaman krisis ekonomi. Hal tersebut dapat dilihat dari UMKM yang tetap hidup saat terjadinya krisis moneter pada tahun 1997. (Baas and Schrooten, 2006) UMKM merupakan sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja yang sangat banyak. sehingga untuk memberikan kontribusi yang signifikan dalam perekonomian, pemerintah harus lebih memperhatikan pemberdayaan UMKM dalam menghadapi globalisasi dan persaingan yang ketat. UMKM diharapkan mampu menghadapi tantangan global seperti inovasi produk dan layanan, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, dan perluasan wilayah pemasaran untuk meningkatkan nilai penjualan produknya (Ramadhani et al, 2013).

Namun, UMKM di Indonesia masih menghadapi beberapa kendala, salah satunya adalah akses ke teknologi yang terbatas. Hal ini dapat menghambat pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Selain itu, UMKM juga sering mengalami down server yang dapat mengganggu aktivitas bisnis mereka. Down server ini dapat menyebabkan berbagai kerugian bagi UMKM, seperti kehilangan pelanggan, kerugian finansial, dan rusaknya reputasi.



Gambar 1.1 Grafik Data PDB dan PDRB per Kapita Tahun 2018-2022

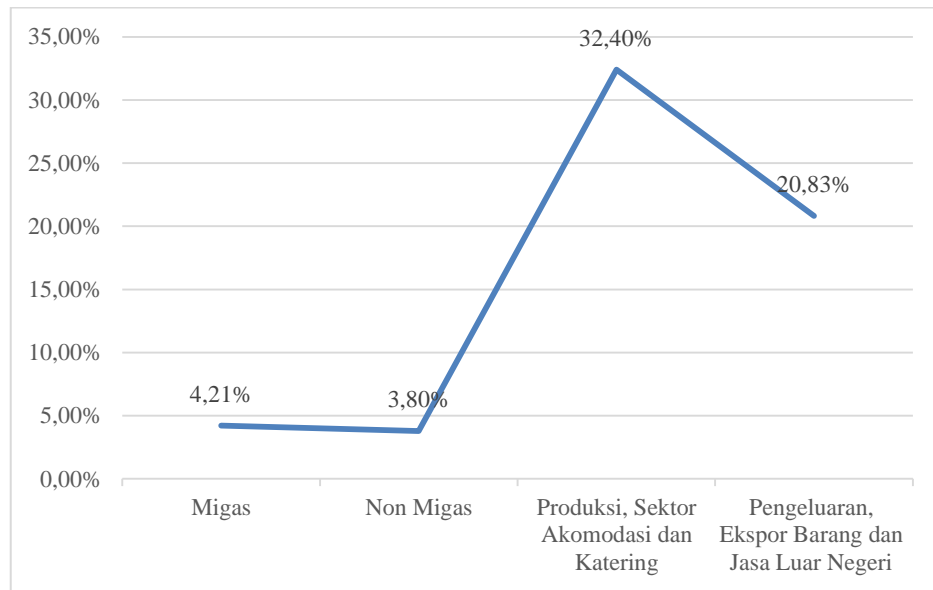
Sumber: CEIC Data (2023)

Berdasarkan grafik 1.1 di atas dapat diketahui bahwa PDB Per Kapita Indonesia dilaporkan sebesar 4,783.269 USD pada 2022. Rekor ini naik dibanding sebelumnya yaitu 4,350.683 USD untuk 2021. Data PDB Per Kapita Indonesia diperbarui tahunan, dengan rata-rata 3,740.869 USD dari 2018 sampai 2022, dengan 13 observasi. Data ini mencapai angka tertinggi sebesar 4,783.269 USD pada 2022. Data PDB Per Kapita Indonesia tetap berstatus aktif di CEIC dan dilaporkan oleh CEIC Data.

Tabel 1.1 Data PDB dan PDRB Provinsi Aceh Tahun 2022

KET	UMKM	
	Migas	Non Migas
PDRB	Rp.211,75 Triliun	Rp.198,44 Triliun
PDB	Rp.140,95 Triliun	Rp.134,38 Triliun
	4,21%	3,80%

Sumber: Biro Humas dan Protokol Setda Aceh, 2022



Gambar 1.2 Data PDRB Aceh Tahun 2022

Sumber: Biro Humas dan Setda Aceh (2022)

Kebanyakan orang di Indonesia bekerja di UMKM tidak terkecuali di Provinsi Aceh. Berdasarkan PDRB atas dasar harga berlaku, ekonomi Aceh pada tahun 2022 mencapai Rp211,75 triliun dengan migas dan Rp198,44 triliun tanpa migas. Pada harga konstan, PDB migas sebesar Rp140,95 triliun dan PDB tanpa migas sebesar Rp134,38 triliun. Provinsi Aceh memiliki PDB sebesar 39,16 juta rupiah per orang. Perekonomian Aceh dengan migas tumbuh sebesar 4,21% pada tahun 2022, sementara perekonomian tanpa migas tumbuh sebesar 3,80%. Dalam hal produksi, sektor akomodasi dan katering tumbuh sebesar 32,40%, dan dalam hal pengeluaran, ekspor barang dan jasa luar negeri tumbuh sebesar 20,83%. Saat ini terdapat 74.810 UMKM di seluruh wilayah Aceh, dengan pertumbuhan pembiayaan UMKM yang positif. Data ini dikumpulkan dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Aceh. Sepanjang periode Desember 2021, nilai pembiayaan

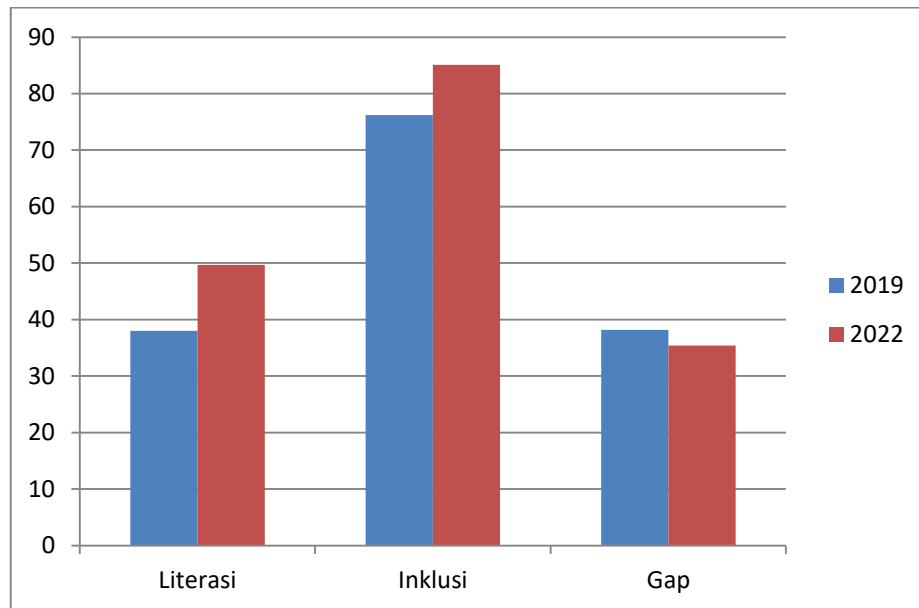
UMKM di Aceh mencapai Rp8,3 triliun, dengan penyaluran KUR mencapai Rp2,4 triliun miliar, atau 61,83% dari pagu penyaluran senilai Rp3,9 triliun.

UMKM sebagai penyedia barang/jasa dan bank pemerintah sebagai penyedia platform dengan aplikasi pembayaran digital (*Digipay*). Meskipun *Digipay* diciptakan dengan prinsip kemudahan penggunaan, namun dalam perkembangannya nampaknya masih ada keengganan di kalangan pengguna untuk melakukan pembayaran (Raharjo, 2022). Sebagai strategi pemerintah dalam meningkatkan UMKM melalui digital, pemerintah membuat platform belanja dan pembayarannya melalui *digipay*. Hingga saat ini, *Digipay* telah bergabung dengan 7.334 Satuan Kerja dan 3.015 vendor barang dan jasa. *Digipay* memudahkan proses sejak pengadaan hingga pertanggungjawaban dengan menggabungkan pengadaan, pembayaran, perpajakan, dan pelaporan ke dalam satu ekosistem. Selain itu, ini mendukung penggunaan virtual account CMS dan Kartu Kredit Pemerintah (KKP) untuk pembayaran belanja pemerintah. (Isti'annah, 2021) Jumlah transaksi melalui *Digipay* mencapai 16.762 transaksi dengan total nominal Rp 42,6 miliar. *Digipay* merupakan sistem marketplace yang manfaatnya tidak hanya menguntungkan agen tertentu tetapi juga dapat dirasakan oleh UMKM. Hal ini menggambarkan peran pemerintah dalam mengoptimalkan peran UMKM yang berhubungan dengan pemerintah (Anah, 2021).

Saat ini, KPPN dapat menggunakan *Digipay* di seluruh Indonesia kecuali Provinsi Aceh. Ini karena Qanun Aceh, Qanun Nomor 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah (Qanun LKS), mewajibkan semua lembaga keuangan syariah di Provinsi Aceh untuk mengubah sistemnya menjadi syariah. Karena

wilayah Aceh masih menggunakan bank konvensional, Digipay secara tidak langsung tidak dapat digunakan (Safitri et al, 2020). Keahlian perbankan syariah di Aceh sangat penting untuk mendukung pelaksanaan Digipay di seluruh Provinsi Aceh, terutama dalam hal penerapan Kartu Kredit Pemerintah (KKP) dan rekening virtual CMS dalam sistem pembayaran digital transaksi pemerintah. Untuk membentuk ekosistem UMKM Indonesia yang unggul dan berkualitas, perbankan memainkan peran penting dalam meningkatkan kapasitas dan kemampuan pelaku usaha di segmen UMKM (Safitri et al, 2020)

Dalam hal pengembangan platform digital dan pemberdayaan UMKM, Aceh tidak boleh tertinggal dengan wilayah lain. Kebijakan perbankan harus selaras dengan kebijakan pemerintah untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dengan demikian, bauran kebijakan antara pemerintah dan perbankan akan lebih efektif. Hal tersebut merupakan peluang bagi bank syariah untuk bergabung dengan Digipay (Maulana et al., 2023). Selain bergabung dengan digipay, Perbankan Syariah juga mengembangkan aplikasi perbankan mobile untuk nasabahnya. Layanan mobile banking yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja adalah bagian dari upaya bank syariah untuk mendukung keutuhan masyarakat. Dengan kata lain, nasabah kini dapat menghemat waktu dan biaya dengan menyelesaikan tugas yang sebelumnya harus diselesaikan sendiri di bank. Klien dapat mengakses layanan perbankan digital dengan layanan mobile banking dengan menggunakan teknologi QRIS (*Quick Response Indonesia Standard*) (Zahra et al, 2023).



Gambar 1.3 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022

Sumber : OJK (2022)

Kemampuan literasi keuangan penting untuk diperhatikan tak terkecuali bagi kalangan milenial. bisa mengelola dengan baik seperti berinvestasi. Pentingnya memperhatikan keterampilan literasi keuangan, khususnya bagi generasi milenial. Tak hanya punya kemampuan finansial, kamu juga bisa mengelolanya dengan baik, seperti berinvestasi. Literasi keuangan di kalangan milenial saat ini masih terbilang rendah. Riset dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa kalangan perempuan lebih tinggi yakni sebesar 50,33 persen dibanding laki-laki 49,05 persen. Pada tahun 2020 s.d. 2022, OJK menjadikan perempuan sebagai sasaran prioritas dalam arah strategis literasi keuangan. Di sisi lain, indeks inklusi keuangan laki-laki lebih tinggi yakni sebesar 86,28 persen, dibanding indeks inklusi keuangan perempuan di angka 83,88 persen. Meskipun begitu, berdasarkan Survei Nasional Literasi Keuangan

Indonesia (SNLKI) OJK pada 2022, indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68 persen, naik dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03 persen. Sedangkan indeks inklusi keuangan tahun ini mencapai 85,10 persen meningkat dibanding periode SNLIK sebelumnya di tahun 2019 yaitu 76,19 persen. Dari hasil survey ini, gap terbilang semakin menurun, dari 38,16 persen di tahun 2019 menjadi 35,42 persen di tahun 2022. (OJK, 2022)

Kualitas mobile banking pada bank syariah harus terus dikembangkan dan ditingkatkan dengan mempelajari faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah untuk memanfaatkan peluang yang ditawarkan bank sebagai bagian dari layanannya. Hal ini wajib didapatkan oleh seluruh nasabah agar layanan mobile banking Bank Syariah dapat memberikan nilai tambah yang maksimal terhadap kebutuhan nasabah. (Anandia & Aisyah, 2023) Suatu sistem teknis dapat dikatakan berhasil jika dapat diterima dengan baik oleh penggunanya. Pertama, kita perlu mempelajari perilaku pengguna untuk menentukan sistem teknis apa yang perlu dikembangkan sehingga pengguna dapat memanfaatkan sistem teknis secara maksimal dan merasa puas dengan layanan dan produk yang diberikan kepada mereka. Selain itu, mengidentifikasi perilaku pengguna juga dapat membantu bisnis menghindari risiko berinvestasi pada pengembangan teknologi yang salah karena teknologi tersebut tidak memberikan manfaat atau nilai bagi pengguna dan bisnis. (Anandia & Aisyah, 2023).

Penggunaan teknologi informasi dalam industri perbankan, sangat bermanfaat untuk berbagai operasi yang berkaitan dengan pembayaran, penyerahan kredit, dan proses transaksi lainnya. Salah satu bank BUMN Syariah

terbesar di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI memiliki tujuan untuk menjadi salah satu bank syariah terbesar di dunia di antara sepuluh besar bank global. Untuk mencapai tujuan tersebut, sistem informasi sangat dibutuhkan oleh BSI. (Milza et al., 2021) Sesuai dengan tujuannya, BSI setiap tahunnya terus mengembangkan produk dan layanan untuk memberikan layanan terbaik dan sesuai dengan harapan penggunanya. Salah satu layanan yang ditawarkannya adalah mobile banking, yang dimaksudkan untuk memudahkan pengguna melakukan transaksi yang dibutuhkan. Tentu saja, mobile banking membutuhkan perawatan dan menghadapi berbagai masalah (Milza et al, 2021).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh peneliti melalui evaluasi BSI mobile di play store menunjukkan bahwa masih banyak masalah dan komplain. Terdapat lebih dari 1000 komplain mengenai mobile banking selama satu hingga dua tahun terakhir. Dari banyaknya komplain yang masuk, kebanyakan disebabkan oleh masalah aktivasi, aplikasi yang tidak dapat diakses, *transfer* yang gagal tetapi saldo berkurang, atau notifikasi yang terlambat masuk atau dikirim. (Mobile Banking BSI, 2023).

Perkembangan teknologi yang pesat ini juga berdampak pada dunia perbankan. Semua bank berlomba-lomba mengembangkan layanan perbankan digital untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi online. Perangkat aplikasi mobile banking menjadi prioritas untuk dikembangkan mengingat Indonesia sedang bergerak maju menuju masa depan dengan pembayaran non tunai dan semua orang pun sudah mulai terbiasa dengan pembayaran non-tunai tersebut. (Zahra et al, 2023) Perkembangan teknologi informasi dalam dunia

perbankan syariah kini menjadi kebutuhan yang sangat penting di masa depan agar setiap orang dapat dengan cepat menyelesaikan segala permasalahan dan memperlancar segala operasional telah menjadi kebutuhan yang mendesak. Namun, mengingat cepatnya layanan mobile banking tersedia, nasabah yang terbiasa dengan segala kemudahan justru menghadapi resiko buruk yaitu menghabiskan tabungannya di rekening bank. Hal ini disebabkan karena beberapa nasabah tidak memperhitungkan dua kali jika ingin berbelanja barang yang diinginkannya. (Anandia & Aisyah, 2023).

Sebuah produk memiliki tujuan perilaku yang menguntungkan, konsumen akan memiliki sikap yang positif terhadap barang dan jasa yang kita tawarkan, menurut Purwianti dan Tio (2017) dalam jurnalnya (Anandia & Aisyah, 2023). Respon pelanggan dapat berupa percakapan lisan yang positif. Promosi mulut ke mulut sangat efektif dan murah. Perilaku pengguna atau perilaku pengguna dapat didefinisikan sebagai seberapa sering pengguna menggunakan sistem teknologi informasi; jika kinerja pekerjaan pengguna meningkat, minat pengguna untuk menggunakan sistem informasi juga akan meningkat. (Anandia & Aisyah, 2023).

Model dan strategi penerimaan teknologi yang sudah digunakan untuk mengukur faktor-faktor yang akan memengaruhi niat perilaku dan penggunaan sistem teknologi sangat beragam. Salah satu model penerimaan teknologi yang paling baru saat ini adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3* atau UTAUT 3. (Asrori et al., 2022) *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) 3 adalah salah satu model penerimaan teknologi terbaru yang menggabungkan elemen dari delapan model penerimaan teknologi yang sudah

ada sebelumnya. Model UTAUT 3 diperbarui dengan menambahkan tiga elemen baru yaitu motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. (Asrori et al, 2022)

Penelitian yang dilakukan oleh (Anandia and Aisyah 2023) dengan tujuan untuk menganalisis model UTAUT 2 terhadap penggunaan mobile banking pada bank Syariah, menggunakan metode kuantitatif dan hasil penelitian (Anandia and Aisyah 2023) menunjukkan bahwa variabel *behavioral intention* untuk menggunakan mobile banking di bank syariah dipengaruhi oleh *facilitating condition*, *hedonic motivation*. Kemudian untuk variabel use behavior dipengaruhi oleh *facilitating condition* dan *behavioral intention*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Shadiq & Sudarsono, 2022) yang bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat nasabah bank syariah menggunakan mobile banking menggunakan pendekatan Structural Equation Model (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). hasil penelitiannya (Shadiq & Sudarsono, 2022) menunjukkan bahwa variabel ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), dan fasilitas pendukung (*facilitating conditions*) berpengaruh positif terhadap niat (*behavioral intention*) nasabah bank syariah untuk menggunakan mobile banking, Di lain pihak, pengaruh sosial (*social influence*) tidak berpengaruh terhadap niat nasabah dalam menggunakan mobile banking.

Kebaruan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini terletak kebaruan data, model pendekatan penelitian, metode yang digunakan, obyek penelitian dan periode waktu penelitian.

Berangkat dari masalah yang terjadi dan penelitian-penelitian terdahulu diatas menjadi hambatan keberhasilan suatu sistem informasi. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Adopsi Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 3 (UTAUT3) Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Pada UMKM Di Kota Lhokseumawe**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalahnya:

1. Apakah ada pengaruh eksptasi usaha terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan layanan mobile banking oleh nasabah BSI pada UMKM di Lhokseumawe?
2. Apakah ada pengaruh eksptasi kinerja terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan layanan mobile banking oleh nasabah BSI pada UMKM di Lhokseumawe?
3. Apakah ada pengaruh kebiasaan (*habit*) terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan layanan mobile banking oleh nasabah BSI pada UMKM di Lhokseumawe?
4. Apakah ada pengaruh eksptasi usaha terhadap niat berperilaku dalam menggunakan layanan mobile banking oleh nasabah BSI pada UMKM di Lhokseumawe?
5. Apakah ada pengaruh eksptasi kinerja terhadap niat berperilaku dalam menggunakan layanan mobile banking oleh nasabah BSI pada UMKM di Lhokseumawe?

6. Apakah ada pengaruh kebiasaan (*habit*) terhadap niat berperilaku dalam menggunakan layanan mobile banking oleh nasabah BSI pada UMKM di Lhokseumawe?
7. Apakah ada pengaruh niat berperilaku terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan layanan mobile banking oleh nasabah BSI pada UMKM di Lhokseumawe?
8. Apakah ada pengaruh ekspektasi usaha terhadap perilaku penggunaan melalui variabel niat berperilaku sebagai variabel intervening
9. Apakah ada pengaruh ekspektasi kinerja terhadap perilaku penggunaan melalui variabel niat berperilaku sebagai variabel intervening
10. Apakah ada pengaruh kebiasaan terhadap perilaku penggunaan melalui variabel niat berperilaku sebagai variabel intervening

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitiannya:

1. Untuk mengetahui pengaruh ekspektasi usaha terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan layanan mobile banking oleh nasabah BSI pada UMKM di Lhokseumawe?
2. Untuk mengetahui pengaruh ekspektasi kinerja terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan layanan mobile banking oleh nasabah BSI pada UMKM di Lhokseumawe?
3. Untuk mengetahui kebiasaan (*habit*) terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan layanan mobile banking oleh nasabah BSI pada UMKM di Lhokseumawe?

4. Untuk mengetahui ekspektasi usaha terhadap niat berperilaku dalam menggunakan layanan mobile banking oleh nasabah BSI pada UMKM di Lhokseumawe?
5. Untuk mengetahui pengaruh ekspektasi kinerja terhadap niat berperilaku dalam menggunakan layanan mobile banking oleh nasabah BSI pada UMKM di Lhokseumawe?
6. Untuk mengetahui pengaruh kebiasaan (*habit*) terhadap niat berperilaku dalam menggunakan layanan mobile banking oleh nasabah BSI pada UMKM di Lhokseumawe?
7. Untuk mengetahui pengaruh niat berperilaku terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan layanan mobile banking oleh nasabah BSI pada UMKM di Lhokseumawe?
8. Untuk mengetahui pengaruh ekspektasi usaha terhadap perilaku penggunaan melalui variabel niat berperilaku sebagai variabel intervening
9. Untuk mengetahui pengaruh ekspektasi kinerja terhadap perilaku penggunaan melalui variabel niat berperilaku sebagai variabel intervening
10. Untuk mengetahui pengaruh kebiasaan terhadap perilaku penggunaan melalui variabel niat berperilaku sebagai variabel intervening

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Untuk Penulis

Hasil Penelitian ini, di harapkan akan menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking Bank Syariah Indonesia.

2. Manfaat Untuk Perusahaan

Dari hasil penelitian ini dapat di pergunakan untuk menjadi bahan evaluasi bagi UMKM Lhokseumawe.

3. Manfaat Untuk Akademisi

Bermanfaat bagi pembaca untuk penelitian selanjutnya yang dilakukan agar tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang manfaat penggunaan m-banking Bank Syariah Indonesia.