

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi di masa sekarang ini membawa dampak yang sangat besar bagi kehidupan manusia. Salah satu sektor yang terdampak dengan perkembangan teknologi adalah sektor keuangan, dimana hal ini mempengaruhi proses bisnis dalam Lembaga keuangan yang menyediakan layanan keuangan (Versal et al., 2022). Perkembangan tersebut didukung dengan data yang menunjukkan bahwa 33% penduduk Indonesia yang berumur 16-64 telah menggunakan aplikasi *mobile banking* dan layanan keuangan setidaknya satu bulan sekali (Tanuwijaya & Oktavia, 2023). Selain itu juga dalam laporan yang diterbitkan Badan Pusat Statistik (2022) menunjukkan bahwa pengguna telepon seluler mengalami kenaikan 2.01% pada tahun 2022 dari tahun 2021. Dalam laporan tersebut juga ditunjukkan bahwa pengguna internet umur diatas 16 tahun mengalami kenaikan sebesar 1,33 persen pada tahun 2022 dari tahun 2021.

Selama bertahun-tahun, industri perbankan telah menyaksikan perkembangan berbagai model bisnis yang melayani pasar tertentu. Namun model bisnis perbankan mulai berubah tidak hanya karena pengaruh nasabah tetapi juga karena pengaruh perkembangan teknologi. Hal ini dapat dilihat selain adanya bank tradisional, penyedia jasa keuangan yang menggunakan perkembangan *fintech* dapat memiliki dua model bisnis utama: model perbankan digital atau model neobank (Temelkov, 2020a). Bank Tradisional sudah menjadi pemain penting dalam pasar keuangan sejak lama dan jumlah pesaing potensial cukup terbatas

karena sulitnya pendatang baru masuk ke industri ini. Tantangan untuk berkembangnya perbankan digital dan neobank sangatlah besar, dimana harus bersaing dengan Tradisional bank dalam menawarkan produk maupun solusi financial (Temelkov, 2020b).

Bank tradisional adalah lembaga keuangan yang menyediakan layanan perbankan melalui cabang fisik di mana nasabah dapat melakukan berbagai transaksi seperti setoran dan penarikan uang. Bank ini telah lama mengikuti model bisnis yang berfokus pada nasabah ritel dan komersial dengan menawarkan produk dan layanan keuangan yang beragam, serta mengandalkan simpanan inti sebagai sumber pendanaan utama (Rangaswamy et al., 2023; Temelkov, 2020a). Sementara itu, bank digital beroperasi sepenuhnya secara online, mengoptimalkan penggunaan teknologi digital untuk menyediakan layanan seperti pembukaan rekening, transfer dana, dan akses informasi tanpa memerlukan cabang fisik. Digitalisasi ini memungkinkan bank menurunkan biaya operasional dan meningkatkan efisiensi layanan (Ngo et al., 2023; Zhu & Jin, 2023). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), perbankan digital di Indonesia mencakup berbagai produk seperti Jenius, Jago, dan Blu, yang berfokus pada memberikan layanan yang lebih cepat, mudah, dan aman kepada nasabah (Vincenzo & Jayadi, 2023).

Menurut data dari dataindonesia.id, pemilik rekening bank digital di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 47 juta orang dimana jumlah ini setara 25% dari jumlah orang dewasa di Indonesia. Selain itu juga dari hasil survey tersebut di proyeksikan pada tahun 2022 pemilik rekening bank digital mencapai 59,92 juta atau setara 31% orang dewasa. Empat tahun kemudian diproyeksikan jika pemilik bank rekening

digital naik 24,7% menjadi 74,79 juta orang, dengan kata lain setara 39% orang dewasa pada tahun 2026. Hal ini menunjukkan hal yang saling berhubungan antara kenaikan jumlah pemilik rekening dengan naiknya jumlah pengguna telepon seluler maupun pengguna internet.

Dalam teori perilaku manusia, migrasi adalah pergeseran dari transaksi tradisional ke digital (Lee, 1966). Tiga komponen utama bertanggung jawab atas perubahan perilaku individu yaitu faktor pertama adalah faktor negatif dari layanan yang saat ini digunakan, faktor yang kedua adalah pengaruh positif dari layanan tujuan dan faktor ketiga adalah yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Dari penjelasan sebelumnya juga dikenal sebagai model *push-pull mooring* (PPM). Menurut model PPM, *push factor* atau pendorong berpindah seperti perasaan yang kurang puas dari produk sebelumnya; *pull factor* atau penarik, seperti sentimen yang baik dari produk baru yang membuat orang jadi tertarik; dan *mooring factor*, seperti pengaruh sosial dari lingkaran pelanggan atau biasa sebagai faktor yang menghambat perpindahan (Moon, 1995).

Ada beberapa penelitian sebelumnya yang membahas terkait bank digital seperti penelitian yang dilakukan oleh (Tanuwijaya & Oktavia, 2023) yang membahas terkait faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku berpindahnya nasabah milenial ke bank digital di area Jabodetabek dengan menggunakan metode *Push-Pull-Mooring Theory*. Metode *Push-Pull-Mooring Theory* menunjukkan faktor pendorong yang mendorong nasabah untuk beralih ke bank digital dari bank tradisional dan faktor penarik dari bank digital yang menarik nasabah dari bank

tradisional serta ada faktor penghambat dalam penelitian yaitu kolaborasi digital serta kualitas dari *Customer Relationship Management* (CRM).

Terdapat juga penelitian sebelumnya (MUFARIH et al., 2020) yang membahas tentang faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan aplikasi perbankan digital di area Yogyakarta, Indonesia. Hipotesis yang digunakan berdasarkan pada model *Technology Acceptance Model* (TAM), dimana pada penelitian ini menganalisa terkait penerimaan aplikasi perbankan digital di masyarakat. Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan dan persepsi risiko berperan lebih dominan dalam mempengaruhi sikap dan niat pengguna menggunakan layanan perbankan digital. Sedangkan citra sosial, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap sikap dan niat pengguna menggunakan layanan perbankan digital.

Selain penelitian tersebut juga terdapat beberapa penelitian terkait niat perpindahan yang menggunakan teori PPM, seperti penelitian terkait pembayaran digital (Handarkho & Harjoseputro, 2020; Mu & Lee, 2021; Yu & Chen, 2022), layanan provider (Bansal et al., 2005), penjualan online (Haridasan et al., 2021), Bank Syariah (Hati et al., 2021), layanan *fintech lending* (Afandi, 2020), aplikasi *lighweight* (Y. Chen et al., 2022) dan dompet digital (*e-wallet*) (Yunita & Munandar, 2023). Sebagian besar penelitian dalam literatur menunjukkan bahwa perilaku peralihan di area digital dijelaskan dengan model PPM. Selain itu, hasil dan temuan penelitian sebelumnya berbeda-beda tergantung pada subjeknya.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini akan membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat Indonesia untuk berpindah dari bank konvensional atau tradisional ke bank digital berdasarkan *Push-Pull-Mooring Theory*. Selain itu, studi ini memiliki beberapa implikasi praktis untuk perbankan, pembuat kebijakan, dan akademisi. Selain itu, temuan dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai pelajaran bagi negara berkembang lainnya yang memiliki kondisi ekonomi, geografis, dan demografis yang sebanding.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dijelaskan bahwa perbankan digital memiliki potensi dan peluang untuk berkembang di Indonesia, akan tetapi perbankan digital memiliki tantangan yang besar untuk bertumbuh dan berkembang di Indonesia. Tantangan utama yang dihadapi oleh perbankan digital adalah bersaing dengan bank konvensional/tradisional yang telah lama berdiri dan menjadi kebiasaan dari masyarakat Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penyelenggara perbankan digital di Indonesia untuk dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan bank digital. Penyelenggara perbankan digital dapat meningkatkan layanan yang ditawarkan setelah mengetahui faktor-faktor tersebut.

1.3. Pertanyaan Penelitian

- a. Faktor – faktor apa sajakah yang mempengaruhi niat nasabah bank konvensional/tradisional berpindah ke layanan finansial bank digital?
- b. Faktor apa yang paling signifikan yang mempengaruhi niat nasabah bank konvensional/tradisional berpindah ke layanan finansial bank digital?

- c. Faktor moderat apa yang paling signifikan yang mempengaruhi niat nasabah bank konvensional/tradisional berpindah ke layanan finansial bank digital?

1.4. Batasan Masalah

- a. Metode untuk penelitian menggunakan Push-Pull-Mooring (PPM) Theory yang disesuaikan dan mengacu pada penelitian sebelumnya.
- b. Lingkup penelitian adalah penduduk Indonesia yang pernah menggunakan layanan Bank Konvensional/Tradisional

1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1. Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui faktor yang mempengaruhi niat nasabah bank tradisional untuk menggunakan layanan finansial dari bank digital
- b. Mengetahui faktor yang signifikan mempengaruhi niat nasabah bank tradisional untuk menggunakan layanan finansial dari bank digital.
- c. Mengetahui faktor moderat yang signifikan mempengaruhi niat nasabah bank tradisional untuk menggunakan layanan finansial dari bank digital.

1.5.2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan masukan dapat digunakan dalam strategi meningkatkan layanan finansial bagi perusahaan perbankan.

b. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan wawasan dalam penelitian tentang Push-Pull-Mooring (PPM) Theory, Digital Banking. Hasil penelitian dapat dimanfaatkan sebagai referensi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan niat perpindahan dari satu layanan ke layanan yang lain.

