

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Industri perbankan telah berkembang kian pesat sejak adanya teknologi, mulai dari penerapan *Artificial Intelligence (AI)*, *Machine Learning*, dan pengembangan lainnya yang melibatkan teknologi. Teknologi juga membantu perbankan dalam mengembangkan inovasi lebih dan menghasilkan produk atau layanan yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan pengalaman konsumen bank terhadap produk atau layanan perbankan yang dikemas dalam suatu konsep yang dinamakan bank digital [1].

Bank digital merupakan produk atau layanan yang dibuat oleh bank untuk konsumen agar tidak perlu melakukan kegiatan mobilisasi. Bank digital memungkinkan semua transaksi dapat dilakukan secara mandiri dengan bantuan *smartphone* [2].

Pertumbuhan nilai transaksi bank digital. Khususnya, di Indonesia tergolong cukup tinggi dan dapat dilihat dari jumlah bank digital yang semakin banyak, beberapa diantaranya adalah BCA. BCA melalui anak perusahaannya Bank Digital BCA mengembangkan layanan yang bernama blu [3]. blu dapat diakses melalui perangkat *mobile* yang menggunakan sistem Android dan IOS. Beberapa fitur diantaranya seperti pembukaan rekening secara *online*, bluSaving, bluGether, dan bluDeposit dirancang agar pengguna bisa mengatur dan mengontrol finansial mereka sendiri secara bebas.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Google Play Store, blu mendapatkan *ratings* 4,3 dari 5 dengan 64 ribu *reviews* yang terdiri dari *review* negatif dari pengguna. Seperti pengguna cenderung merasa tidak nyaman dengan mekanisme pembukaan rekening di mana *face recognition* yang belum bisa mengakomodasi orang dengan gangguan penglihatan, sering kehilangan uang, adanya biaya

tambahan transaksi, tidak bisa melakukan transfer dan pembayaran melalui QRIS, kinerja yang berat, koneksi server bank yang sering mengalami *error*.

Walaupun mendapatkan *rating* yang rendah dan *review* buruk, berdasarkan hasil penelitian Putra & Ginting [4] blu menempati urutan pertama sebagai layanan *digital banking* yang sering digunakan oleh pengguna, Line Bank di urutan kedua, disusul Jago dan Sea Bank di urutan ketiga dan keempat dan sisanya tidak pernah menggunakan *digital banking*.

Sesuai dengan penjelasan di atas, peneliti ingin melakukan penelitian tentang aspek-aspek yang mendorong minat dan penerimaan pengguna untuk memakai blu dengan pendekatan *UTAUT2*, *UTAUT2* merupakan lanjutan dari pendahulunya (*UTAUT*). *UTAUT2* dirancang Venkatesh et al [5]. *UTAUT2* memiliki tujuh indikator yang terdiri dari *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value* dan *habit* yang berperan sebagai variabel independen. Selain terdapat tujuh variabel tersebut terdapat tiga moderator yaitu orientasi seks, umur dan pengetahuan dan variabel *behavioral intention* dan *use behavior* sebagai variabel dependen. Pemilihan metode ini dikarenakan blu langsung digunakan oleh pengguna yang terdaftar sebagai nasabah bank Digital BCA. Selain itu, peneliti menghilangkan tiga moderator yaitu orientasi seks, umur dan pengetahuan. Berdasarkan penjabaran di atas. Maka, dalam penelitian ini variabel yang dipakai yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* sebagai variabel independen dan *behavioral intention* dan *use behavior* sebagai variabel dependen.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang peneliti jabarkan di atas, pokok permasalahan yang disimpulkan adalah walaupun mendapatkan *ratings* dan *reviews* rendah, blu berada di urutan pertama sebagai layanan *digital banking* yang sering digunakan oleh pengguna.

### 1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian yang di kemukakan, sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh *Performance Expentancy* terhadap *Behavioral Intention* menggunakan blu?
2. Bagaimanakah pengaruh *Effort Expentancy* terhadap *Behavioral Intention* menggunakan blu?
3. Bagaimanakah pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* menggunakan blu?
4. Bagaimanakah pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention* menggunakan blu?
5. Bagaimanakah pengaruh *Price Value* terhadap *Behavioral Intention* menggunakan blu?
6. Bagaimanakah pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention* menggunakan blu?
7. Bagaimanakah pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention* menggunakan blu serta terhadap *use behavior*?
8. Bagaimanakah pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*?

### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang diajukan di atas, penelitian ini bertujuan untuk :

- Mengidentifikasi faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat dan penerimaan pengguna dalam menggunakan blu

### **1.5. Batasan Masalah**

Berdasarkan perumusan masalah yang di paparkan diatas, maka peneliti menetapkan ada beberapa batasan masalah yaitu :

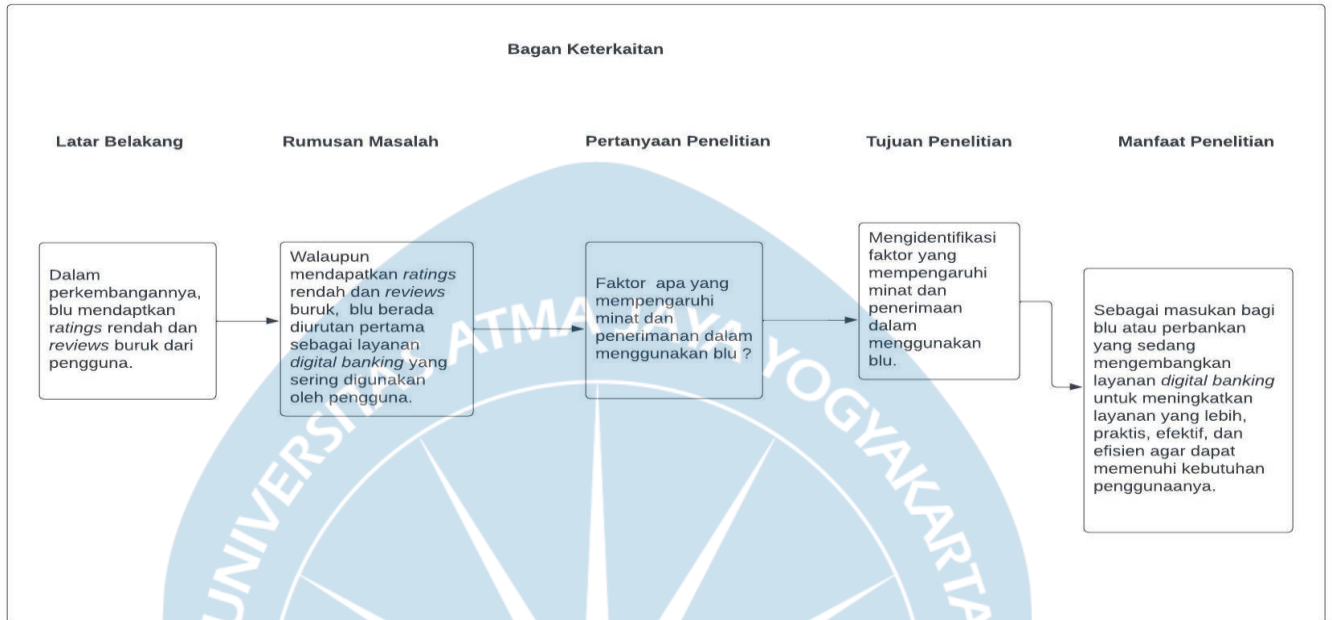
- Peneliti menggunakan variabel-variabel penelitian yang terdapat dalam metode *UTAUT2* yaitu *performance expentancy, effort expentancy, social influence, facilitating conditions, price value, hedonic motivation, habit, behavioral intention* dan *use behavior*.
- Berusia 17 tahun sampai dengan 45 tahun.
- Pernah menggunakan blu.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan dari uraian pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian ini bertujuan untuk :

- Bagi organisasi/perusahaan/dll
  1. Sebagai masukan bagi pengembang atau perbankan yang sedang mengembangkan layanan untuk meningkatkan layanan yang lebih praktis, efektif, dan efisien agar dapat memenuhi kebutuhan penggunanya.

## 1.7. Bagan Keterkaitan



**Gambar 1.1 Bagan Keterkaitan**