

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 LATAR BELAKANG

*Mobile Banking* merupakan layanan pengiriman uang menggunakan perangkat bergerak dengan *smartphone*, dengan sumber dana berasal dari tabungan bank pribadi pengguna. *Mobile Banking* menjadi penunjang aktivitas transaksi keuangan lebih mudah dan efektif. *Mobile Banking* menawarkan dengan mudah apabila dibandingkan dengan SMS Banking. Fitur-fitur tersebut dinikmati melalui M-banking yaitu seperti pembayaran pada kartu kredit, melayani transfer antar bank, pembelian melalui uang digital yaitu Qris dan *Top-Up* dompet digital seperti *shopee pay*, dana, dll. Kemudahan M-banking membuat mahasiswa lebih menyukai menggunakan M-banking dibanding kartu ATM. Seperti diketahui sekarang ini menarik tunai dapat dilakukan tanpa menggunakan kartu ATM, hanya cukup dengan M-banking dari *smartphone*. Begitu juga setor tunai yang dapat dilakukan melalui mesin ATM tanpa harus pergi ke bank secara langsung.

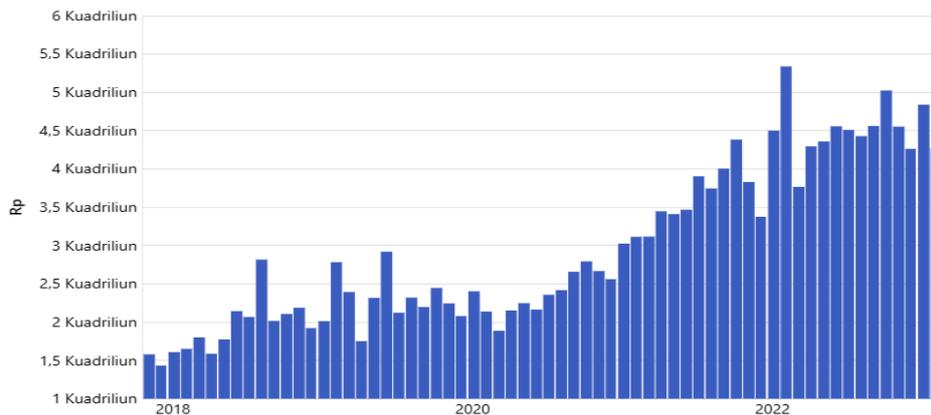
*Mobile Banking* (M-banking) telah menjadi alat penting dalam mengelola keuangan di era digital. Beberapa alasan mengapa M-banking penting yang pertama yaitu kemudahan dan fleksibilitas, yang kedua yaitu keamanan, seperti pengguna dapat menggunakan PIN, *password*, dan *biometric authentication* untuk mengamankan akun M-banking mereka.

Salah satu faktor penting dalam penggunaan *Mobile Banking* ialah minat konsumen atau nasabah dalam menggunakan teknologi pada sektor perbankan. Minat merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Seseorang akan berminat menggunakannya apabila individu tersebut menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan mendatangkan kepuasan minat nasabah untuk menggunakan layanan teknologi. *Mobile Banking* merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh pada kemajuan teknologi pada sektor perbankan, pada dasarnya nasabah akan berminat menggunakannya.

Manfaat penggunaan *Mobile Banking* sangatlah banyak bagi kalangan sekarang ini (Purnama & Firdausy, 2019) bahwa layanan *Mobile Banking* guna memenuhi kebutuhan nasabah sebagai alternatif media untuk melakukan transaksi keuangan, selain yang tersedia di kantor-kantor cabang dan ATM. Dengan adanya *Mobile Banking* nasabah tidak perlu lagi membuang waktu untuk antri di Bank ataupun ATM karena saat ini transaksi bisa dilakukan dimana saja dan kapan pun dengan mudah dan praktis melalui *handphone*. Misalnya adalah pengecekan saldo, mutasi rekening, transfer dana antar rekening maupun antar bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, pembelian tiket bioskop, dan informasi nilai tukar mata uang.

Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010. Sebagian di antara mereka masuk fase perkembangan remaja dan dewasa awal (Santrock, 2018). Generasi Z tumbuh setelah menjamahnya internet (Pichler, 2021), dimana dunia digital yang maju begitu pesatnya (Gentina, 2020). *Mobile Banking* lebih banyak digunakan oleh kalangan Generasi Z karena memiliki gaya hidup yang serba cepat dan praktis, sehingga mereka lebih memilih layanan perbankan yang mudah dan efisien. Generasi Z menggunakan *Mobile Banking* termasuk kebiasaan membandingkan harga barang atau layanan dan mencari fasilitas yang spesial yang diinginkan pada berbagai aplikasi. Mereka juga bersedia menggunakan lebih dari satu aplikasi *Mobile Banking* untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dari transaksi tertentu yang mereka ingin lakukan.

Kemudahan penggunaan terhadap variabel perilaku konsumtif menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kemudahan penggunaan memungkinkan Generasi Z untuk dengan mudah mengakses informasi mengenai produk dan layanan, melakukan transaksi, dan berbelanja secara online atau fitur-fitur seperti pembayaran digital, pengelolaan anggaran dan kemudahan akses ke promosi serta penawaran khusus dapat mempengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa peneliti yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Mariesa Giswandhani, Amalia Zul Hilmi, 2020).



Grafik 1.1 Nilai Transaksi Digital Banking di Indonesia per Bulan (Januari 2018-April 2023).  
 Sumber [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id)

Berdasarkan grafik 1.1 penggunaan *Mobile Banking* dari tahun ke tahun mengalami kenaikan yang signifikan. Hal tersebut mengindikasikan tingginya tingkat transaksi digital setiap tahun. Berdasarkan fenomena di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti judul **“Pengaruh Minat dan Manfaat Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Pada PT Bank Sumut Pusat Kota Medan”**

## I.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Minat Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Generasi Z

Pada PT Bank Sumut ?

2. Bagaimana Pengaruh Manfaat Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Generasi Z Pada PT Bank Sumut?

## **I.3 TINJAUAN PUSTAKA**

### **I.3.1 *Mobile Banking***

*Mobile Banking* merupakan salah satu teknologi informasi canggih yang dapat digunakan untuk mencapai tingkat pelayanan serta teknologi baru yang memudahkan pelanggan untuk bertransaksi melalui telepon seluler. *Mobile Banking* merupakan suatu aplikasi pelayanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah (konsumen) untuk melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke Bank atau ATM kecuali penarikan uang cash (Darmeinis & Yenny, 2022). Kelebihan yang dimiliki *Mobile Banking* yaitu nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa batasan waktu (Likdanawati et al., 2021).

Persepsi kemudahan penggunaan menjadi salah faktor penting bagi nasabah dalam penggunaan *Mobile Banking* karena dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk memahami sistem tersebut, dan mudahnya mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin dikerjakan (Latief & Dirwan, 2020). Maka dari itu strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan Bank adalah dengan memperhatikan kemudahan dalam penggunaan *Mobile Banking* agar mudah dimengerti oleh nasabah dengan mudah sehingga tidak mengalami kesulitan saat mengoperasikan sistem pelayanan *Mobile Banking* (Dirwan, 2022).

### **I.3.2 Minat Penggunaan *Mobile Banking***

Penelitian Yanuardinda et al. (2014) mengenai persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan (konstruk utama dari model penerimaan teknologi), persepsi resiko, persepsi norma sosial dan persepsi kesesuaian (salah satu konstruk dari teori difusi) menunjukkan keempat variabel berpengaruh secara positif dan signifikan kecuali variabel persepsi normal sosial yang menunjukkan tidak adanya pengaruh terhadap minat. Adapun penelitian Laksana et al. (2015); Utami dan Herawati (2020) dengan melibatkan persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* menunjukkan keempat variabel tersebut berpengaruh secara positif dan signifikan.

### **I.3.3 Manfaat Penggunaan *Mobile Banking***

Manfaat penggunaan *Mobile Banking* sangatlah banyak bagi kalangan sekarang ini. Melalui layanan *Mobile Banking*, memeriksa saldo rekening, memonitor jangka waktu deposito, mengecek kartu kredit serta pembayaran lain dan transaksi lainnya juga akan lebih mudah dilakukan (Jayantari & Seminari, 2018). *Mobile Banking* adalah langkah awal evolusi bank menjadi *financial service provider* (FSP). Dalam hal ini, fungsi bank tidak hanya sebagai tempat menyimpan dan menyalurkan uang. Sebagai FSP, Bank di masa depan berfungsi mengelola keuangan nasabahnya (Tirtana dan Sari, 2014). Termasuk dalam pembayaran tagihan, sampai merencanakan dana pensiun. Layanan-layanan ini bersifat personal, disesuaikan dengan karakteristik nasabahnya.

*Mobile Banking* atau yang dikenal pula dengan istilah M-banking adalah salah satu bagian *electronic-banking* yang memanfaatkan *mobile phone* atau telepon seluler untuk layanan perbankan, baik melalui menu yang sudah tersedia di *SIM card*, melalui media *short message service* (SMS) atau melalui menu aplikasi *Mobile* dan *web browser* dengan memanfaatkan internet pada *mobile phone*. Nasabah bisa melakukan transaksi *non cash* seperti mengetahui saldo rekening, rincian transaksi, aktivitas transfer, pembayaran kartu kredit, maupun tagihan telepon (Pertwi & Ariyanto, 2017).

### **I.3.3 Perilaku Keuangan Generasi Z**

Perilaku keuangan adalah perilaku manusia yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan mulai dari perencanaan, pengelolaan sampai dengan pengambilan keputusan keuangan (Zarkasyi & Purwanto, 2022). Perilaku keuangan dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan individu (Herawati, 2017). Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang untuk belajar tentang keuangan secara umum, dimana pengetahuan ini meliputi tabungan, investasi, hutang, asuransi, dan alat keuangan lainnya (Fitriarianti, 2018). Literasi keuangan

berperan penting guna memilih dan menggunakan produk jasa keuangan sesuai dengan kebutuhannya serta dengan adanya peningkatan literasi dapat menjadi upaya untuk meningkatkan kesejahteraan (Adiyanto & Purnomo, 2021).

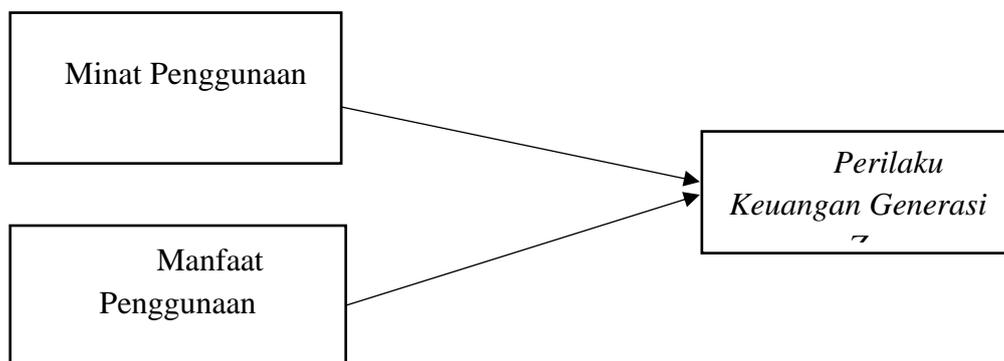
Bhakti dan Safitri (2017) menemukan bahwa Generasi Z mempunyai identitas yang berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya. Bahkan milenial yang merupakan angkatan sebelumnya berbeda secara signifikan dengan generasi Z (Stillman, 2017). Generasi Z ini suka bekerja sama dalam melaksanakan pekerjaan fleksibel paham terhadap tantangan serta dimotivasi dengan pencapaian, dan suka menelaah metode yang baru dalam menuntaskan suatu permasalahan (Wiedmer, 2015).

## I.4 KERANGKA KONSEPTUAL

Sugiyono (2017:60) mengemukakan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka Konseptual pada penelitian ini menggambarkan hubungan antara Minat dan Manfaat *Mobile Banking* terhadap Generasi Z.

Pemahaman yaitu tingkat kemampuan seseorang untuk mengerti akan suatu hal, tidak hanya hafal secara verbalitas akan tetapi mampu menjabarkan kembali serta mengetahui dengan pasti prosedur operasionalnya. Tingkat Pemahaman M-banking yaitu skala kemampuan seseorang untuk mengerti bahwa *Mobile Banking* merupakan alternatif pembayaran yang berbasis teknologi digital.

Berikut adalah gambaran Kerangka Konseptual pada Penelitian ini :



Gambar 1.1. Kerangka Konseptual

## 1.6 HIPOTESIS PENELITIAN

H1 : Minat Penggunaan M-Banking Berpengaruh Terhadap Perilaku Keuangan

Generasi Z

H2 : Manfaat Penggunaan M-Banking Berpengaruh Perilaku Keuangan Terhadap

Generasi Z