

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi kini menjadi objek yang sangat berpengaruh dalam kebutuhan manusia, salah satunya adalah teknologi informasi. Berdasarkan Undang – Undang 3 Tahun 2014 mengenai Bank Indonesia, salah satu wewenang Bank Indonesia dalam mengatur kelancaran dalam pembayaran yaitu dengan menetapkan penggunaan alat Pembayaran. Kehadiran mobile banking atau sering disebut dengan M – Banking dapat menjawab tentang perubahan (Maryono, 2024).

Mobile banking merupakan layanan transaksi pembayaran bank yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi dengan menggunakan smartphone. Mobile banking berfokus padamenghubungkan pengguna ke bank melalui ponsel cerdas mereka untuk melakukan transaksi interaktif seperti detail rekening, transfer uang, pembayaran tagihan, dll. Saat ini, mobile banking telah menjadikaradominankonsumen berinteraksi dengan bank mereka. Karena manfaat finansial yang besar, komunikasi dengan bank lebih banyak dilakukan melalui Mobile banking dibandingkan melalui ATM atau cabang bank (Sari dan Nikmah, 2024).

Jumlah generasi yang saat ini banyak dan sangat potensial adalah generasi Z atau juga dikenal dengan iGen atau Post-Millenials dimana mereka berkembang dengan era digital dan internet sehingga paparan teknologi menyebabkan kecakapan yang lebih baik dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Generasi Z ini dianggap sebagai konsumen yang cerdas dan kritis dimana perhatian terkait nilai-nilai sosial dan lingkungan sehingga cendrung dalam memilih merek atau produk sangat memperhatikan reputasi yang baik dari perusahaan. Oleh karena itu, dalam bisnis dan pemasaran bank digital menjadi penting bagi perusahaan untuk memahami karakteristik dan perilaku generasi Z terkait teknologi (Rahmawat dkk, 2023).

Generasi Z mengelola uang mereka dengan menggunakan *mobile banking* yang memberikan kemudahan akses, kontrol yang lebih besar atas keuangan pribadi, dan pengalaman perbankan yang lebih efisien dan aman. Hal ini juga telah mempromosikan perilaku keuangan yang lebih canggih di antara generasi ini, membantu mereka mengambil keputusan yang lebih baik terkait uang dan investasi mereka (Maryono dkk, 2024).

Universitas Prima Indonesia merupakan salah satu lembaga pendidikan tinggi yang terus berkembang pesat, memiliki dominan mahasiswa dengan Generasi Z yang merupakan generasi kelahiran tahun 1995-2010. Generasi Z merupakan generasi yang memiliki ciri menyukai semua hal yang serba instan, sangat bergantung pada teknologi dan akrab pada teknologi sejak lahir

(Rembulandan Firmansyah, 2020).

Penelitianterdahulu oleh (Rifadli, 2023) dengan hasil penelitian kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, kepercayaan terhadap layanan, dan pengelolaan risiko yang baik memengaruhi keputusan mahasiswa Generasi Z dalam memilih QRIS M Banking sebagai alat pembayaran digital. Pada penelitian oleh (Maryono, dkk, 2024) dengan hasil penelitian adanya korelasi yang cukup kuat antara kemudahan penggunaan dan gaya hidup. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor kemudahan penggunaan BCA mobile berhubungan erat dengan gaya hidup generasiZ yang terhubungsecara digital dan memiliki preferensiterhadap kenyamanan serta fleksibilitas, kemudahan penggunaan BCA mobile memberikan soslusi yang praktis dan efisiendalam mengelolakeuangan sehari-hari. Penelitian berikutnya oleh (Rahmawati dan Sanur, 2023) dengan hasil penelitian keputusan penggunaan Bank Digital menjadi penting untuk dikaji lebih mendalam. Penelitian ini memberikan masukan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dan ketertarikan generasi Z dalam mengadopsi teknologi dari Bank Digital yang belum banyak ditelitisecara spesifik

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang dan hubungan yang terjadi antara minat penggunaan mobile banking terhadap generasi Z, maka judul daripenelitian ini adalah **"Pengaruh Minat Penggunaan M-Banking terhadap Generasi Gen-Z"**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh minat pengunaan m-banking terhadap Generasi Gen Z di Universitas Prima Indonesia ?

1.3 Tinjauan Pustaka

1.3.1 Mobile Banking

Mobile banking adalah layanan mutakhir yang disediakan oleh bank yang memungkinkan nasabah zuntuk zmelakukan zaktivitas ztransaksi zperbankan zmelalui zsmartphone. Mobile

banking mengacu pada fasilitas atau layanan yang memungkinkan transaksi perbankan diselesaikan melalui aplikasi pada ponsel, yang diutamakan (Nusaibah, 2023).

Mobile banking adalah salah satu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui telepon seluler (HP). Melalui telepon seluler (HP) dan layanan mobile banking, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan dengan manual, artinya kegiatan dilakukan nasabah dengan mendatangi bank secara langsung, sekarang dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi bank, hanya dengan menggunakan telepon seluler (HP).

Layanan Perbankan Digital adalah penggunaan internet, telepon seluler, dan media elektronik yang lainnya sebagai saluran pengiriman pada layanan perbankan, yang mencakup semua layanan tradisional seperti pemeriksaan saldo, pencetakan laporan, mentransfer dana ke rekening lain, pembayaran tagihan dan layanan perbankan terbaru seperti penyajian dan pembayaran tagihanelektronik tanpa mengharuskan mengunjungi bank (Batubara dan Anggraini, 2019).

1.3.2 Generasi Z

Generasi Z, atau lebih dikenal dengan sebutan 'Gen Z', dicirikan sebagai generasi asli digital, lahir antara pertengahan tahun 1990-an hingga 2010, dan memiliki keterbatasan literasi digital yang tinggi. Generasi Z merupakan pengguna teknologi yang memiliki kecenderungan tinggi untuk menerima teknologi digital (Sari dan Nikmah, 2024).

Generasi Z (lahir tahun 1995-2010), disebut juga I Generation, generasi net atau generasi internet. Mereka memiliki kesamaan dengan generasi Y, tapi mereka mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu seperti nge-tweet menggunakan ponsel, browsing dengan PC, dan mendengarkan musik menggunakan headset. Apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil mereka sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian mereka (Priyani dkk, 2020).

Generasi Z adalah generasi yang lahir saat teknologi sedang berkembang dengan pesat-pesatnya, salah satu ciri dari generasi ini adalah sangat akrab dengan berbagai macam teknologi sudah sejak lahir. Mereka yang termasuk dalam Generasi Z lahir saat banyak teknologi baru ditemukan dan dikembangkan, sehingga bagi mereka tidak untuk mempelajari dan mengadopsi teknologi baru yang tersedia (Rembulan dan Firmansyah, 2020).

1.3.3 Minat Penggunaan Mobile Banking terhadap Generasi Z

Mahasiswa Generasi Z merasa bahwa penggunaan QRIS M Banking mudah dan intuitif, mereka mungkin lebih cenderung memilih untuk menggunakannya. Selain itu, persepsi kemanfaatan juga memainkan peran penting dalam preferensi mahasiswa Generasi Z terhadap M Banking. Jika mereka percaya bahwa QRIS M Banking dapat memberikan manfaat nyata, seperti kemudahan dalam melakukan transaksi atau kecepatan dalam pembayaran, mereka akan lebih cenderung untuk mengadopsinya (Rifadli, 2023).

Mobile banking telah mengubah cara Generasi Z mengelola uang mereka dengan memberikan kemudahan akses, kontrol yang lebih besar atas keuangan pribadi, dan pengalaman perbankan yang lebih efisien dan aman. Hal ini juga telah mempromosikan perilaku keuangan yang lebih canggih di antara generasi ini, membantu mereka mengambil keputusan yang lebih baik terkait uang dan investasi mereka (Maryono, dkk, 2024).

Gen Z memiliki kemampuan multitasking dimana kemampuan ini memungkinkan mereka untuk lebih efisien dalam mengelola informasi dan waktu. Tumbuh dalam lingkungan yang terus berubah dan berkembang dengan sangat pesat dalam hal teknologi membuat mereka terbiasa dengan perubahan dan inovasi yang cepat, yang membuat mereka cenderung terbuka terhadap eksperimen dengan teknologi baru. Dalam konteks bank digital tentu GenZ ini memiliki keunikan terkait bagaimana mereka akan menerima teknologi yang ada dalam industri perbankan digital (Rahmawati dan Sanur, 2023).

1.4 Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut.



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

Sebagai individu yang terbiasa dengan teknologi digital sejak lahir, Generasi Z cenderung memiliki tingkat keterampilan teknologi yang tinggi dan memilih untuk melakukan aktivitas mereka melalui perangkat mobile. Gen Z memiliki kemampuan multitasking dimana kemampuan ini memungkinkan mereka untuk lebih efisien dalam mengelola informasi dan waktu (Rahmawati dan Sanur, 2023).

Mobile banking telah mengubah cara Generasi Z mengelola Uang mereka dengan memberikankemudahan akses, Kontrolyang lebih besar atas keuanganpribadi, dan pengalaman perbankan yang lebih efisien dan aman. Hal ini juga telah mempromosikan perilaku keuangan yang lebih cangihdi antara generasi ini , membantu mereka mengambilkeputusanyang lebih baik terkait uang dan investasi mereka (Maryono, dkk, 2024). Mahasiswa Generasi Z merasa bahwa penggunaan M Banking mudah dan intuitif, mereka mungkin lebih cenderung memilih untuk menggunakannya (Rifadli, 2023)..

1.5 Hipotesis Penelitian

Adapun susunan hipotesis didalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Diduga minat penggunaan m-banking tidak berpengaruh terhadap generasi gen-z di Universitas Prima Indonesia.

H_1 : Diduga minat penggunaan m-banking berpengaruh terhadap generasi gen-z di Universitas Prima Indonesia.