

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mampu untuk diketahui ialah bahwa teknologi pada saat ini telah mengalami kondisi perkembangan dengan begitu sangat cepat pesat atau dengan begitu sangat cepat dan dengan begitu sangat signifikan. Perkembangan yang terjadi pada aspek teknologi ini telah terjadi hampir di seluruh dunia yang dimana termasuk negara Indonesia, masyarakat semakin berupaya dalam menggali informasi guna memperkaya pengetahuan untuk meningkatkan kesadaran perkembangan teknologi yang telah masuk pada setiap aspek kehidupan. Kebutuhan masyarakat akan akses informasi semakin luas menjadi sebuah gaya hidup baru yang terikat dengan teknologi masa kini. Hal ini menyebabkan kebutuhan masyarakat akan akses informasi yang lebih cepat dan tepat sangat dibutuhkan.

Berbagai inovasi teknologi telah merasuk kedalam aspek kehidupan salah satunya bidang ekonomi, yaitu didalam industri perbankan. Perkembangan layanan perbankan saat ini tidak lagi hanya sebatas aman dan terpercaya tetapi juga telah berkembang dengan memberikan layanan yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi. Dapat untuk diketahui ialah bahwa *financial technology* dinilai sebagai bentuk wujud gabungan yang terjadi antara jasa keuangan dengan

aspek teknologi yang mampu memberikan terjadinya perubahan pada gaya bisnis yang mengalami perubahan dari gaya yang bersifat secara tradisional berubah menjadi gaya yang bersifat secara modern, awalnya transaksi jual beli dilakukan secara langsung dengan uang tunai, tetapi saat ini masyarakat dapat bertransaksi dengan uang digital secara *online* (Bank Indonesia, 2018).

Financial technology yang diterapkan di bidang perbankan memudahkan pengguna untuk mendapatkan layanan keuangan serta sebagai inovasi yang memberikan pengalaman baru bagi pengguna tingkat yang lebih canggih dalam melakukan transaksi keuangan (Basuki & Husein, 2018). Mampu untuk diketahui ialah bahwa metode konvensional yang saat ini masih dilakukan dalam bidang industri perbankan ialah yang berupa memberikan pelayanan kepada masyarakat yang menjadi nasabahnya yang secara langsung di bank guna melakukan berbagai macam proses kegiatan transaksi yang akan mengakibatkan tanpa mampu dilakukan secara efisiennya pelayanan yang dilakukan sebab dalam kondisi ini dinilai cukup banyak menyita waktu nasabah. Dengan memanfaatkan teknologi yang semakin muktahir, perbankan secara perlahan mengubah strategi pelayanannya secara *online* guna menggantikan kekurangan dari layanan konvensional. Layanan perbankan yang memanfaatkan daya dukung teknologi salah satunya ialah *mobile banking*.

Sulistiyarini (2012) berpendapat bahwa *mobile banking* merupakan fasilitas yang diberikan perbankan yang termasuk dalam teknologi *e-banking* yang diberikan untuk nasabah, layanan ini dapat diakses dengan menggunakan *smartphone* untuk memudahkan berbagai kegiatan yang ada di dunia perbankan. Dengan demikian maka tanpa perlu untuk datang ke bank secara langsung maupun

tanpa perlu untuk datang ke ATM secara langsung, sebab dalam hal ini masyarakat yang dinilai sebagai nasabah mampu memakai teknologi *mobile banking* untuk membantu meningkatkan kecepatan bertansaksi seperti cek saldo, transfer dana, pembayaran tagihan ataupun transaksi lainnya.

Kelebihan dan manfaat yang dimiliki oleh *mobile banking* telah dirasakan oleh masyarakat yang ada dikawasan wilayah Kab. Buleleng. Kawasan wilayah Kab. Buleleng dinilai sebagai kawasan wilayah yang mampu memiliki penduduk dengan angka yang jumlah paling terbanyak yang ada di kawasan wilayah Provinsi Bali yang selaras dengan perolehan data yang berasal dari BPS Provinsi Bali (2021) mengenai sensus penduduk pada tahun 2020 yang menyatakan jumlah penduduk Kabupaten Buleleng mencapai 18,34% atau sebanyak 791.813 jiwa dari total keseluruhan jumlah penduduk Provinsi Bali yaitu 4.317.404 jiwa.

Banyaknya jumlah penduduk di Kabupaten Buleleng menjadikannya sebagai salah satu kabupaten dengan tingkat kegiatan ekonomi yang tinggi sehingga aktivitas transaksi yang dilakukan harus efektif. Namun fenomena yang terjadi ialah dalam kondisi ini masyarakat yang memakai aplikasi yang bernama *mobile banking* masih menunjukkan angka yang sedikit. Kondisi yang terjadi ini ialah salah satu yang memberikan penyebab karena masih sedikitnya masyarakat yang menggunakan layanan *mobile banking* dikarenakan pihak bank kurang melakukan sosialisasi kepada masyarakat terkait keunggulan atau manfaat dari bertransaksi melalui *mobile banking* (Pertiwi & Ariyanto, 2017). Pihak bank seharusnya lebih memfokuskan kelompok masyarakat usia produktif dalam penggunaan *mobile banking* karena masyarakat yang berusia produktif adalah

masyarakat yang aktif menggunakan internet dan mengikuti perkembangan teknologi saat ini.

Sukmaningrum & Imron (2017) menyatakan bahwa kelompok masyarakat yang termasuk dalam usia produktif adalah masyarakat yang berusia 15 tahun sampai dengan 65 tahun. Berdasarkan pada kegiatan survei yang berhasil dilakukan dalam Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang terjadi pada tahun 2019-2020 yang dalam kondisi ini berhubungan atau berkaitan dengan tingkat penetrasi pengguna internet yang ada di kawasan wilayah Indonesia yang dimana dalam hal ini ditemukan bahwa mayoritas digunakan oleh kelompok usia produktif yaitu 20-24 tahun dengan persentase 88,5% (Milana, 2021).

Data BPS Kabupaten Buleleng (2021) terkait jumlah penduduk berdasarkan kelompok usia menyatakan jumlah penduduk yang berusia 20-24 tahun di Kabupaten Buleleng sebanyak 62.426 jiwa pada tahun 2020, dan jika dikaitkan dengan hasil survei yang dilakukan oleh APJII maka dapat dikatakan bahwa penduduk di Kabupaten Buleleng pada kelompok usia 20-24 tahun termasuk kelompok masyarakat yang telah mengerti dan mengikuti arus perkembangan teknologi serta menjadi pengguna aktif internet pada saat ini.

Berikut ialah tabel banyaknya jumlah penduduk yang terdapat di kawasan wilayah Kab. Buleleng dengan berdasarkan pada jenis kelompok usia yang dimana data ini selaras dengan kondisi yang ada pada tahun 2020, maka mampu untuk dilihat ataupun dicermati dalam tabel 1.1, ialah :

Tabel 1.1
Jumlah Penduduk Kabupaten Buleleng Berdasarkan Kelompok Usia Tahun 2020

No.	Kelompok Usia	Jumlah Penduduk
1.	0 – 4	57.965
2.	5 – 9	60.553
3.	10 – 14	63.601
4.	15 – 19	65.101
5.	20 – 24	62.426
6.	25 – 29	63.762
7.	30 – 34	64.606
8.	35 – 39	61.333
9.	40 – 44	57.265
10.	45 – 49	48.510
11.	50 – 54	47.347
12.	55 – 59	42.100
13.	60 – 64	34.583
14.	65 – 69	25.701
15.	70 – 74	16.931
16.	75+	20.029
Jumlah Keseluruhan		791.813 jiwa

Sumber: BPS Kabupaten Buleleng (2021)

Kelompok usia 20-24 tahun di Kabupaten Buleleng termasuk kelompok masyarakat yang mengikuti arus perkembangan teknologi namun pada kenyataannya di Kabupaten Buleleng masyarakat pada kelompok usia tersebut masih sedikit yang menggunakan layanan *mobile banking* sebagai media alternatif bertransaksi ditengah perkembangan teknologi yang terjadi. Berdasarkan survei awal yang telah dilakukan kepada 35 masyarakat di Kabupaten Buleleng dengan rentang usia 20-24 tahun, diperoleh hasil menunjukkan bahwa terdapat 13 masyarakat yang telah menggunakan *mobile banking* untuk bertransaksi, sedangkan 22 masyarakat lainnya belum menggunakan layanan *mobile banking* untuk kegiatan bertransaksi. Dari hasil survei awal tersebut maka dapat dijelaskan bahwa jmsyarakat yang belum menggunakan layanan *mobile banking* berjumlah

lebih banyak dibandingkan dengan masyarakat yang telah menggunakan *mobile banking*.

Berikut disajikan perolehan data survei awal pengguna *mobile banking* yang ada di kawasan wilayah Kab. Buleleng, maka mampu untuk dilihat ataupun dicermati dalam tabel 1.2, ialah :

Tabel 1.2
Survei Awal Pengguna Mobile Banking di Kabupaten Buleleng

Telah Menggunakan <i>Mobile Banking</i>		Ingin Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Bagi yang belum menggunakan)	
Iya	13	Iya	17
Tidak	22	Tidak	5
Total	35	Total	22

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan hasil survei awal dari banyaknya jumlah 22 masyarakat yang dalam kondisi ini belum diketahui memakai layanan yang bernama ialah *mobile banking*, terdapat 17 masyarakat yang menyatakan ingin menggunakan layanan *mobile banking* sebagai metode bertransaksi secara *online*. Masyarakat yang dalam kondisi ini belum diketahui memakai layanan yang bernama ialah *mobile banking* guna melakukan proses kegiatan transaksi yang memberikan sebuah pernyataan ialah bahwa adanya sebuah alasan yang mereka miliki ialah karena merasa lebih praktis serta membantu menyelesaikan transaksi dengan cepat, tidak perlu lagi membawa uang tunai saat bertransaksi, mengefisiensi waktu dalam bertransaksi sehingga tidak perlu lagi datang ke bank maupun ATM serta adanya rekomendasi dari orang lain agar lebih mudah bertransaksi.

Selanjutnya, dari survei awal yang telah dilakukan peneliti juga mendapat informasi mengenai alasan mengapa masih ada masyarakat yang belum menggunakan *mobile banking*. Alasannya yaitu karena belum tertarik dan

berminat menggunakan layanan tersebut, adanya biaya admin yang dikenakan, jarang melakukan transaksi *online*, serta masih merasa nyaman dengan bertransaksi menggunakan uang tunai sehingga tidak memerlukan layanan *mobile banking*. Selain itu ada juga masyarakat yang beralasan takut berperilaku konsumtif jika menggunakan *mobile banking* karena dapat dengan mudah digunakan secara terus menerus.

Penggunaan *mobile banking* di Kabupaten Buleleng dapat dikatakan masih sedikit dibandingkan dengan Kota Denpasar. Berdasarkan pada perolehan hasil dari penelitian yang sudah berhasil diselenggarakan oleh Pertiwi & Ariyanto (2017) yang dalam kondisi ini terkait atau mengenai aspek minat dan terkait atau mengenai aspek perilaku dalam memakai aplikasi yang bernama *mobile banking* yang terjadi di kawasan wilayah Kota Denpasar yang mampu untuk diketahui bahwa masyarakat Kota Denpasar telah banyak yang menggunakan *mobile banking* sebagai media alternatif pembayaran. Alasan utama mayoritas masyarakat Denpasar menggunakan *mobile banking* karena masyarakat merasa dapat mengikuti perkembangan teknologi termasuk dalam bidang bisnis maka oleh sebab itu, peningkatan produktivitas yang diberikan serta hasil kinerja yang diterima menjadi faktor penentu penggunaan *mobile banking* di Denpasar. Hal tersebut sesuai dengan hasil survei awal pengguna *mobile banking* di Kota Denpasar dengan jumlah responden 35 masyarakat yang berusia 20-24 tahun. Hasilnya sebanyak 33 masyarakat telah menggunakan *mobile banking* dan 2 lainnya belum menggunakan layanan tersebut. Dari 2 masyarakat yang belum menggunakan *mobile banking*, 1 masyarakat menyatakan ingin menggunakan

sedangkan 1 lainnya tidak ingin menggunakan *mobile banking*. Berikut tabel survei awal yang dilakukan di Kota Denpasar.

Tabel 1.3
Survei Awal Pengguna Mobile Banking di Kota Denpasar

Telah Menggunakan <i>Mobile Banking</i>		Ingin Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Bagi yang belum menggunakan)	
Iya	33	Iya	1
Tidak	2	Tidak	1
Total	35	Total	2

Sumber: Data Diolah, 2022

Banyaknya masyarakat yang menggunakan *mobile banking* di Kota Denpasar dikarenakan berbagai hal diantaranya dengan bertransaksi menggunakan *mobile banking* masyarakat merasa lebih praktis, transaksi mampu dilakukan dimana saja dan kapan saja, lebih aman karena tidak butuh uang tunai untuk bertansaksi, serta ada banyak jenis transaksi yang dapat dilakukan sehingga memudahkan pengguna. Sedangkan alasan yang diberikan masyarakat yang tidak menggunakan *mobile banking* yaitu karena masyarakat lebih menyukai bertemu langsung saat melakukan transaksi serta pengurusan untuk menggunakan layanan *mobile banking* masih dirasa cukup rumit karena perlu datang ke bank.

Adapun aspek yang menjadi faktor-faktor yang mampu memberikan kontribusi pengaruh pada aspek minat dan yang mampu memberikan kontribusi pengaruh pada aspek penggunaan teknologi telah dikembangkan melalui berbagai macam model penelitian. Salah satunya adalah UTAUT2 yang merupakan pengembangan dari model UTAUT (*Unified theory of Acceptance and Use of Technology*) yang dimukakan oleh Venkatesh *et al.*, (2012). Terdapat 7 kontruk dalam Model UTAUT2 yang mempengaruhi minat dan penggunaan ialah mencakup aspek ekspektasi kinerja, mencakup aspek ekspektasi usaha, mencakup

aspek faktor sosial, mencakup aspek kondisi yang memfasilitasi, mencakup aspek motivasi hedonis, mencakup aspek nilai harga dan mencakup aspek kebiasaan. Mampu untuk diketahui ialah aspek konstruk ekspektasi kinerja, aspek ekspektasi usaha, aspek nilai harga, faktor sosial dan aspek motivasi hedonis mampu dalam kondisi ini memberikan kontribusi pengaruh pada aspek minat penggunaan teknologi, sementara dalam kondisi ini aspek kebiasaan dan aspek kondisi yang telah mampu dinilai memberikan fasilitas mampu dalam kondisi ini memberikan kontribusi pengaruh pada aspek perilaku dalam kegiatan penggunaan sebuah teknologi.

Mampu untuk diketahui ialah bahwa ekspektasi kinerja dinilai sebagai sebuah tingkat kepercayaan yang muncul dari para individu yang berkaitan atau yang berhubungan terkait penggunaan sistem yang mampu dalam kondisi ini memberikan sebuah bantuan pada dirinya guna mendapatkan sebuah keuntungan kinerja dalam melakukan aktivitasnya (Venkatesh *et al.*, 2003). Dengan adanya atau tersedianya sebuah layanan yang bernama *mobile banking*, maka pihak bank telah memiliki sebuah harapan yang besar ialah mampu memberikan bantuan guna memberikan rasa mudah pada aspek kinerja yang terjadi pada para nasabah dalam melakukan proses kegiatan berbagai macam jenis transaksi dengan lebih mampu dilakukan dengan cepat dan dengan lebih mampu dilakukan dengan efektif. Dengan mampu sudah terpenuhinya ekspektasi kinerja yang mampu dirasakan oleh para pihak yang sebagai pengguna, maka dalam kondisi ini akan memunculkan sebuah minat dalam memakai layanan yang bernama *mobile banking* dengan secara berkelanjutan atau dengan secara berkesinambungan. Kondisi yang terjadi ini sudah mampu selaras dengan perolehan hasil survei yang

dilakukan pada tahap awal yang ada di kawasan wilayah Kab. Buleleng dimana masyarakat memberikan alasan menggunakan *mobile banking* karena merasa lebih praktis dan membantu menyelesaikan transaksi dengan cepat, memudahkan masyarakat karena dalam kondisi ini tanpa dengan perlu lagi para nasabah membawa uang dalam bentuk *cash* dalam nilai yang jumlahnya yang banyak saat melakukan proses kegiatan bertransaksi, serta mampu dalam kondisi ini memberikan efisiensi dalam segi waktu dalam melakukan proses kegiatan bertransaksi, sehingga masyarakat yang sebagai nasabah tanpa perlu lagi untuk melakukan kunjungan secara langsung ke bank ataupun tanpa perlu lagi untuk melakukan kunjungan secara langsung ke ATM. Penelitian yang dilakukan Pertiwi & Ariyanto (2017) menyatakan bahwa aspek variabel ekspektasi kinerja mampu memberikan kontribusi pengaruh yang nilainya secara positif terhadap aspek variabel minat penggunaan teknologi. Begitu juga dengan perolehan hasil penelitian yang berhasil diselenggarakan oleh Andrianto (2020) dan dan berhasil diselenggarakan oleh Saputri et al., (2021). Namun Oktafani & Sisilia (2020) pada hasil penelitiannya menyatakan ekspektasi kinerja tidak mempengaruhi minat penggunaan suatu teknologi. Hal tersebut sejalan dengan penelitian dari Auliya (2018), serta Putri & Suardhika (2019).

Layanan *mobile banking* meskipun dapat dilakukan secara *online* melalui *smartphone*, akan tetapi dalam setiap transaksi yang terjadi terdapat biaya yang harus dibayar oleh pengguna. Biaya dalam layanan *mobile banking* tersebut adalah biaya admin yang dikenakan oleh pihak bank dengan nominal yang bervariasi. Contohnya biaya admin yang dikenakan saat melakukan transaksi dengan *mobile banking* BRI, dimana biaya admin yang dikenakan akan langsung

dipotong dari saldo rekening pengguna serta ada juga pemotongan pulsa untuk setiap SMS notifikasi yang masuk ke nomor ponsel pengguna (Rahmadhani, 2018). Biaya admin yang dikenakan oleh pihak bank kepada masyarakat yang dinilai sebagai pihak pengguna layanan yang bernama *mobile banking* mampu dalam kondisi ini dilakukan proses perbandingan dengan manfaat yang ditawarkan oleh pihak Bank, maka dengan adanya perbandingan tersebut diartikan sebagai faktor nilai harga yang dipertimbangkan oleh pengguna untuk menentukan minatnya dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Menurut Dodds *et al.*, (1991), maka mampu untuk diketahui ialah aspek nilai harga dianggap sebagai sebuah cara pandang atau persepsi yang muncul dari seseorang yang dalam hal ini terkait dengan perbedaan dalam segi biaya yang telah dikeluarkan dalam kegiatan memakai teknologi guna mampu memperoleh manfaat yang didapatkan. Pada kondisi sebuah manfaat yang mampu untuk didapatkan telah mampu dirasakan dengan lebih besar pada kondisi dilakukan proses perbandingan dari segi biaya yang telah dipakai dalam kegiatan ini, maka masyarakat yang dinilai sebagai pihak pengguna, maka akan dengan kesediaan untuk memakai teknologi tersebut dengan secara berkelanjutan atau dengan secara berkesinambungan. Dalam survei awal yang dilakukan di Kabupaten Buleleng, terdapat masyarakat yang beralasan bahwa adanya biaya admin yang dirasa tidak sesuai dengan manfaat diperoleh menyebabkan masyarakat tidak menggunakan *mobile banking*. Fatihanisya & Purnamasari (2021), mampu ditemukan sebuah perolehan hasil ialah bahwa aspek variabel nilai harga tanpa mampu dalam kondisi ini memberikan kontribusi pengaruh pada aspek variabel minat penggunaan pada suatu teknologi. Begitu pula dengan perolehan hasil penelitian yang telah

berhasil diselenggarakan oleh Pertiwi & Ariyanto (2017), serta telah berhasil diselenggarakan oleh Mufingatun et al., (2020). Namun hal tersebut berbanding terbalik dengan perolehan hasil penelitian yang telah berhasil diselenggarakan oleh Putri & Suardhika (2019), telah berhasil diselenggarakan oleh Shafly (2020), dan telah berhasil diselenggarakan oleh Rahayu (2021) mampu ditemukan sebuah perolehan hasil ialah bahwa aspek variabel nilai harga mampu dalam kondisi ini memberikan kontribusi pengaruh pada aspek variabel minat penggunaan pada suatu teknologi.

Setelah individu menggunakan suatu teknologi baru yang memberikan banyak manfaat dan memudahkan pekerjaannya maka akan timbul rasa senang atau puas terhadap teknologi tersebut. Dalam survei awal pengguna *mobile banking* di Kabupaten Buleleng, masyarakat beralasan tidak menggunakan *mobile banking* karena merasa takut berperilaku konsumtif jika menggunakan *mobile banking* yang dapat dengan mudah digunakan secara terus menerus. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai motivasi hedonis yang dirasa akan timbul dalam diri masyarakat jika menggunakan layanan yang bernama *mobile banking*. Dalam kondisi ini, maka aspek motivasi hedonis mampu dimaknai sebagai hal yang mampu memberikan rasa senang yang muncul dari penggunaan teknologi dan mampu memiliki sebuah peran yang secara esensial dalam melakukan proses penentuan pada penggunaan teknologi tersebut yang mampu dilakukan dengan secara berkelanjutan atau mampu dilakukan dengan secara berkesinambungan (Brown & Venkatesh, 2005). Kondisi yang terjadi ini telah mampu selaras dengan perolehan hasil penelitian yang telah berhasil diselenggarakan oleh Auliya (2018) yang mampu dalam kondisi ini memberikan sebuah perolehan hasil bahwa aspek

variabel motivasi hedonis mampu dalam kondisi ini memberikan kontribusi pengaruh pada terhadap penggunaan teknologi dalam hal ini ialah berupa *e-ticket* yang terjadi di kawasan wilayah Yogyakarta. Begitu pula dengan perolehan hasil penelitian yang berhasil diselenggarakan oleh Putri & Suardhika (2019), dan yang berhasil diselenggarakan oleh Rahayu (2021) yang mampu dalam kondisi ini sama-sama memberikan sebuah perolehan hasil bahwa aspek variabel motivasi hedonis mampu dalam kondisi ini memberikan kontribusi pengaruh yang nilainya secara positif terhadap aspek variabel minat penggunaan teknologi. Namun ha perolehan hasil penelitian yang berhasil diselenggarakan oleh Pertiwi & Ariyanto (2017), yang berhasil diselenggarakan Mufingatun et al., (2020) serta yang berhasil diselenggarakan Fatihanisya & Purnamasari (2021) yang mampu dalam kondisi ini sama-sama memberikan sebuah perolehan hasil bahwa aspek variabel motivasi hedonis mampu dalam kondisi ini tanpa memberikan kontribusi pengaruh terhadap aspek variabel minat penggunaan teknologi.

Faktor lain yang dinilai mampu dalam kondisi ini tanpa memberikan kontribusi pengaruh terhadap aspek minat individu ialah aspek faktor sosial. Berdasarkan pada uraian dari Adiwibowo *et al.*, (2012) menyatakan faktor sosial dinilai sebagai pengaruh yang muncul dengan sifat secara sosial yang mampu memunculkan terkait sejauh mana cara pandang atau persepsi individu atas sesuatu yang telah diberikan rasa percaya atau rasa yakin oleh orang lain atas adanya penggunaan teknologi yang muncul dengan baru. Persepsi atau cara pandang yang dalam kondisi ini tercipta, maka muncul akibat adanya kontribusi pengaruh yang bersifat secara sosial dan muncul akibat adanya kontribusi pengaruh dari lingkungan sekitar yang akan dalam kondisi ini memberikan

kontribusi pengaruh terhadap aspek minat individu dalam aktivitas penggunaan layanan yang bernama *mobile banking*. Hal tersebut sesuai dengan kegiatan survei yang dilakukan pada tahap awal di kawasan wilayah Kab. Buleleng, dimana masyarakat yang menggunakan *mobile banking* beralasan bersedia menggunakan layanan tersebut karena adanya rekomendasi dari orang lain agar lebih mudah untuk bertransaksi. Perolehan hasil penelitian yang berhasil diselenggarakan oleh Andrianto (2020) yang mampu dalam kondisi ini sama-sama memberikan sebuah perolehan hasil bahwa aspek variabel faktor sosial mampu dalam kondisi ini memberikan kontribusi pengaruh yang nilainya secara positif terhadap aspek variabel minat penggunaan layanan yang bernama *Link Aja*. Kondisi ini juga mampu selaras dengan perolehan hasil penelitian yang berhasil diselenggarakan oleh Shafly (2020), serta yang berhasil diselenggarakan oleh Saputri et al., (2021). Sedangkan perolehan hasil penelitian yang berhasil diselenggarakan oleh Pertiwi & Ariyanto (2017), serta yang berhasil diselenggarakan Putri & Suardhika (2019) yang mampu dalam kondisi ini sama-sama memberikan sebuah perolehan hasil bahwa aspek variabel faktor sosial tanpa mampu dalam kondisi ini memberikan kontribusi pengaruh terhadap minat penggunaan layanan yang bernama *mobile banking*.

Penelitian Pertiwi & Ariyanto (2017), Auliya (2018), Putri & Suardhika (2019), Andrianto (2020), Oktafani & Sisilia (2020), Mufingatun *et al.*, (2020), Shafly (2020), Rahayu (2021), Fatihanisya & Purnamasari (2021), dan Saputri *et al.*, (2021) dijadikan acuan pada penelitian ini. Penelitian-penelitian sebelumnya dominan menguji penerapan model UTAUT2 secara keseluruhan yaitu minat dan perilaku pengguna suatu teknologi. Dikarenakan hal tersebut, peneliti ingin

penerapan model UTAUT2 dengan memfokuskan pada minat penggunaan teknologi yang diterapkan pada layanan *mobile banking*, karena perlu adanya minat dalam menggunakan suatu teknologi terlebih dahulu sebelum berubah menjadi kebiasaan yang merupakan bagian dari perilaku pengguna teknologi. Penggunaan *mobile banking* sebagai alternatif bertransaksi secara *online* perlu digunakan oleh masyarakat karena *mobile banking* mampu meningkatkan efisiensi dalam melakukan berbagai transaksi terutama efisiensi waktu, lalu adanya transparansi dalam bertransaksi dimana pencatatan mutasi dilakukan secara terstruktur dan *real-time* sehingga mampu membantu pengguna terutama yang memiliki bisnis untuk melakukan rekonsiliasi keuangan dengan mudah. Dengan adanya transparansi dalam *mobile banking* maka pengguna dapat mengelola keuangannya dengan mudah. Selain itu, penelitian ini menggunakan empat variabel ialah mencakup aspek variabel ekspektasi kinerja, mencakup aspek variabel nilai harga, mencakup aspek variabel motivasi hedonis dan mencakup aspek variabel pengaruh sosial sebab aspek variabel-variabel tersebut diniali sebagai aspek variabel yang didapatkan dari hasil survei awal mengenai penggunaan *mobile banking* di Kabupaten Buleleng serta secara inkonsisten mempengaruhi minat penggunaan suatu teknologi baru.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti berkeinginan meneliti tentang **“Pengaruh Faktor Ekspektasi Kinerja, Motivasi Hedonis, Nilai Harga dan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Kabupaten Buleleng Dalam Penggunaan *Mobile Banking*”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berladaskan yang ada pada uraian atau pemaparan yang berhasil disajikan pada bagian latar belakang yang ada diatas, maka dalam hal ini sebuah identifikasi masalah yang pihak peneliti mampu untuk sampaikan dalam penelitiannya sebagai berikut, ialah :

1. Perkembangan teknologi yang terjadi mengubah seluruh aspek kehidupan masyarakat sehingga menyebabkan munculnya gaya hidup baru yang terikat dengan berbagai inovasi, salah satunya di bidang perbankan berupa layanan *mobile banking* yang mengubah gaya bertransaksi masyarakat yang menggunakan uang tunai menjadi transaksi non tunai dengan memanfaatkan fitur layanan *mobile banking*.
2. Kawasan wilayah Kab. Buleleng dalam hal ini dinilai sebagai kawasan wilayah yang mampu mempunyai banyaknya jumlah penduduk yang paling terbanyak ada di kawasan wilayah Bali namun masyarakat yang menggunakan *mobile banking* masih sedikit dikarenakan berbagai hal.
3. Kelompok masyarakat berusia 20-24 tahun menjadi kelompok masyarakat yang mendominasi penggunaan internet seharusnya mengerti dan mengikuti perkembangan teknologi namun pada kenyataannya di Kabupaten Buleleng pada kelompok usia tersebut pengguna *mobile banking* masih sedikit.
4. Alasan masyarakat tidak menggunakan *mobile banking* karena masih merasa nyaman dan mudah saat bertransaksi menggunakan uang tunai sehingga penggunaan *mobile banking* dirasa tidak diperlukan, adanya kekhawatiran berperilaku konsumtif yang dirasakan masyarakat jika bertransaksi melalui layanan yang bernama *mobile banking* karena mampu

dalam kondisi ini dipakai dengan mudah yang pemakaiannya mampu secara secara terus menerus, adanya biaya admin yang dikenakan pihak bank menjadi pertimbangan masyarakat untuk menggunakan *mobile banking*.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah yang dalam kondisi ini dipakai oleh pihak peneliti guna memperkecil ruang lingkup yang ada dalam proses kegiatan penelitian agar tanpa memunculkan kondisi terjadi suatu hal yang menyimpang dari aspek yang dinilai permasalahan yang muncul atau ada dalam kondisi ini. Berlandaskan pada identifikasi masalah yang telah berhasil dipaparkan yang ada dalam bagian diatas, maka dalam melakukan kegiatan penelitian ini telah memiliki titik fokus ialah melakukan proses kegiatan pada aspek yang menjadi faktor-faktor yang mampu memberikan kontribusi pengaruh pada minat dari masyarakat terhadap penggunaan layanan yang bernama *mobile banking* yang ada di kawasan wilayah Kab. Buleleng. Pihak peneliti dalam kondisi ini telah membatasi aspek yang menjadi masalah yang berhubungan atau yang berkaitan dengan aspek faktor yang mampu memberikan kontribusi pengaruh pada masyarakat dalam penggunaan layanan yang bernama *mobile banking* yang dalam hal ini telah dilakukan proses penilaian dengan memakai beberapa faktor yaitu ekspektasi kinerja, nilai harga, motivasi hedonis, serta pengaruh sosial.

1.4 Rumusan Masalah

Berlandaskan pada pemaparan yang ada dalam bagian latar belakang, maka pihak peneliti dalam penelitian ini akan melakukan proses kegiatan untuk meneliti atau menelusuri aspek permasalahan sebagai berikut, ialah :

1. Bagaimanakah aspek faktor ekspektasi kinerja memunculkan kontribusi pengaruh pada aspek minat masyarakat dalam memakai layanan yang bernama *mobile banking*?
2. Bagaimanakah aspek faktor nilai memunculkan kontribusi pengaruh pada aspek minat masyarakat dalam memakai layanan yang bernama *mobile banking*?
3. Bagaimanakah aspek faktor motivasi hedonis memunculkan kontribusi pengaruh pada aspek minat masyarakat dalam memakai layanan yang bernama *mobile banking*?
4. Bagaimanakah aspek faktor sosial memunculkan kontribusi pengaruh pada aspek minat masyarakat dalam memakai layanan yang bernama *mobile banking*?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan yang ada dalam penyajian pada bagian rumusan masalah yang ada diatas, maka yang menjadi tujuan atau yang menjadi maksud pihak peneliti dalam menyelenggarakan proses penelitian ini, ialah :

1. Guna melakukan proses analisis yang berhubungan dengan kontribusi pengaruh yang muncul dari aspek variabel ekspektasi kinerja terhadap aspek minat masyarakat dalam memakai layanan yang bernama *mobile banking*.

2. Guna melakukan proses analisis yang berhubungan dengan kontribusi pengaruh yang muncul dari aspek variabel nilai harga terhadap aspek minat masyarakat dalam memakai layanan yang bernama *mobile banking*.

3. Guna melakukan proses analisis yang berhubungan dengan kontribusi pengaruh yang muncul dari aspek variabel motivasi hedonis terhadap aspek minat masyarakat dalam memakai layanan yang bernama *mobile banking*.

Guna melakukan proses analisis yang berhubungan dengan kontribusi pengaruh yang muncul dari aspek variabel pengaruh sosial terhadap aspek minat masyarakat dalam memakai layanan yang bernama *mobile banking*.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat yang mampu diperoleh dari proses kegiatan melakukan penelitian ini, diantaranya, ialah :

1. Manfaat Teoritis

Pihak peneliti dalam melakukan kegiatan penelitiannya ialah memunculkan sebuah harapan ialah agar hasil yang diperoleh mampu dijadikan referensi dan mampu dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak peneliti selanjutnya dan bagi pihak akademisi guna melakukan proses peningkatan pada aspek pengetahuan yang berhubungan terkait kontribusi pengaruh aspek variabel ekspektasi kinerja, aspek variabel nilai harga, aspek variabel motivasi hedonis, dan aspek variabel sosial terhadap aspek variabel minat masyarakat dalam penggunaan layanan yang bernama *mobile banking*.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Pihak peneliti dalam melakukan kegiatan penelitiannya ialah memunculkan sebuah harapan ialah agar hasil yang diperoleh mampu diimpelentasikan di kehidupan penulis sesuai dengan ilmu dan pemahaman di bidang sistem pembayaran non-tunai.

b) Bagi Bank

Pihak peneliti dalam melakukan kegiatan penelitiannya ialah memunculkan sebuah harapan ialah agar hasil yang diperoleh mampu memberikan informasi bagi para pihak bank yang berhubungan terkait aspek faktor apa saja yang dinilai mampu memberikan kontribusi pengaruh pada pihak pengguna dalam pemakaian layanan yang bernama *mobile* dalam usaha atau dalam upaya guna melakukan proses peningkatan pada aspek kualitas *mobile banking* dan mampu juga memperluas pangsa pasar bagi perbankan.

c) Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Pihak peneliti dalam melakukan kegiatan penelitiannya ialah memunculkan sebuah harapan ialah agar hasil yang diperoleh mampu menjadi mampu menjadi sebuah panduan serta tambahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang membahas masalah dengan topik yang serupa.

d) Bagi Masyarakat

Pihak peneliti dalam melakukan kegiatan penelitiannya ialah memunculkan sebuah harapan ialah agar hasil yang diperoleh mampu Memberikan manfaat sebagai tambahan informasi bagi masyarakat terkait

mobile banking terutama untuk masyarakat yang belum memakai layanan yang bernama ialah *mobile banking* agar mampu mengetahui dengan sebenarnya apa saja manfaat yang telah ditawarkan dalam melakukan kegiatan bertransaksi.

