

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat tidak bisa lepas untuk melakukan aktivitas transaksi. Proses transaksi pada umumnya memerlukan pembayaran dalam bentuk uang, dan kedua belah pihak yang terlibat dalam proses transaksi diharuskan bertatap muka untuk menyelesaikan proses transaksinya. Namun, Saat ini Bank menyediakan banyak layanan untuk menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi nasabahnya untuk bertransaksi. Dengan kecanggihan teknologi saat ini, segala jenis transaksi dapat dilakukan secara elektronik sehingga nasabah yang akan melakukan kegiatan transaksi tidak perlu kontak fisik secara langsung. Dalam dunia perbankan saat ini telah diramaikan dengan adanya fasilitas kemudahan bertransaksi secara *mobile*, hal tersebut terjadi seiring dengan banyaknya tuntutan terhadap tersedianya kemudahan dan kesederhanaan prosedur bertransaksi yang semakin lama semakin meningkat. Masyarakat semakin menuntut kepraktisan dan mulai enggan menjalankan suatu prosedur yang tidak hanya menghabiskan banyak waktu namun tanpa terasa telah mengikis sumber pendapatan seseorang. Hal ini menjadi dasar pemikiran para nasabah untuk mulai beralih dari kebiasaannya selama ini.

Pada prosedur sebelumnya yang sudah berjalan, nasabah cukup puas dengan transaksi yang dilakukan melalui anjungan tunai mandiri (ATM). Namun kepuasan tersebut saat ini sudah semakin menghilang, hal tersebut dikarenakan bertransaksi menggunakan ATM tidak jauh berbeda dengan datang langsung ke bank, bahkan

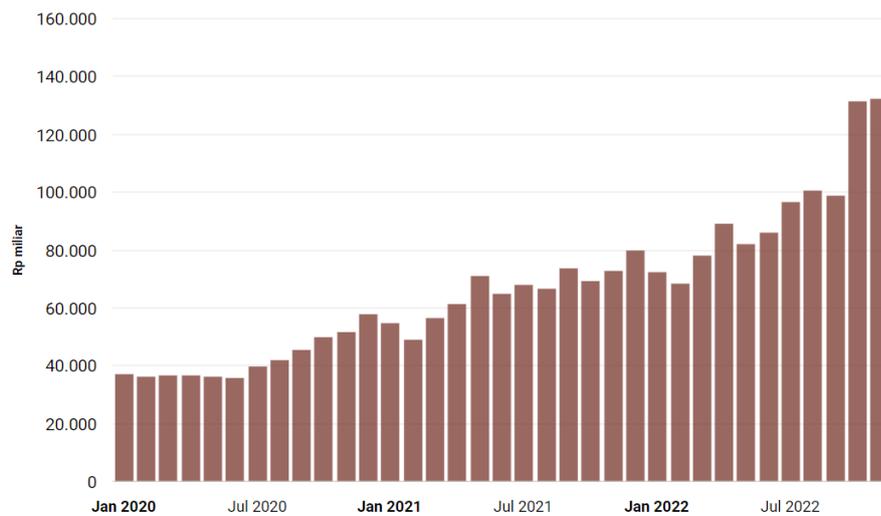
terkadang nasabah juga harus mengantre untuk mendapat giliran. Selain hal tersebut, dengan tingginya angka kriminalitas saat ini telah menciptakan kebutuhan masyarakat akan keamanan dan kenyamanan dalam melakukan segala proses transaksi. Fungsi utama bank sebagai tempat menabung dan sumber kredit pun dikembangkan. Saat ini, dalam bersaing satu sama lain, bank tidak hanya mengandalkan kedua fungsi utama tersebut, namun juga berlomba-lomba memberikan layanan yang apabila memungkinkan dapat ikut serta langsung dalam menjalankan transaksi sehari-hari yang dilakukan oleh masyarakat. Hal ini membuat dunia perbankan harus mencari solusi terkait hal tersebut dan menemukan formula untuk mengembangkan dan membuka jaringan layanan nasabah dalam bentuk *mobile banking*. Bank telah memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dalam layanan perbankan dengan meluncurkan fasilitas layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi, khususnya *mobile banking* (Nurdin, 2016).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005), "*Mobile banking* atau E-Banking" dapat didefinisikan sebagai penyediaan produk dan layanan bank kepada pelanggan secara langsung melalui media elektronik dan saluran komunikasi interaktif. Sistem ini memungkinkan nasabah bank, baik individu maupun perusahaan, untuk mengakses rekening, melakukan transaksi, atau mendapatkan informasi tentang produk dan layanan bank melalui jaringan publik atau pribadi, termasuk internet. Layanan *mobile banking* membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat *mobile* atau *handphone*. Salah satu pengguna yang dapat menggunakan layanan *mobile banking* adalah para pelaku UMKM, karena secara umum pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah

(UMKM) menggunakan layanan *mobile banking* karena memudahkan dan mempercepat proses transfer dan pembayaran transaksi melalui e-banking. Selain itu pelaku UMKM akan mudah mengatur dan mencatat segala jenis transaksi yang terjadi dalam menunjang kegiatan operasional pada usaha yang dijalankan. Pihak pengelola usaha atau bahkan pemilik usaha akan dimudahkan ketika ingin melakukan pencatatan keuangan, karena dengan tersedianya fitur mutasi transaksi yang terdapat pada layanan *mobile banking* sehingga pengelola usaha akan mudah melakukan pencatatan transaksi yang terjadi.

*Mobile banking* menjadi salah satu produk bank yang menggunakan teknologi GPRS (*General Package Radio Service*) untuk memudahkan pelanggan melakukan transaksi perbankan. Menurut *International Journal of Bank Marketing*, *mobile banking* mengacu pada interaksi di mana pelanggan terhubung ke bank melalui perangkat seluler seperti ponsel, tablet, maupun perangkat selular lainnya. Berbeda dengan metode pembayaran konvensional, *mobile banking* melibatkan kegiatan transaksi melalui perangkat *mobile*. *Mobile banking* menawarkan keuntungan seperti fleksibilitas waktu dan tempat serta kecepatan transaksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perbankan konvensional di kantor cabang.

Pembayaran melalui uang elektronik atau non tunai meningkat sebagai akibat dari kemudahan tersebut. Uang elektronik dianggap sebagai instrumen pembayaran non tunai yang memenuhi syarat, yang diterbitkan atas dasar nilai yang disetor terlebih dahulu, nilai yang disimpan secara elektronik dalam media, dan bukan simpanan, hal tersebut berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018, pasal 1 ayat 3. Dari data yang diperoleh menunjukkan sepanjang tahun 2021, transaksi pengguna uang elektronik terus meningkat.



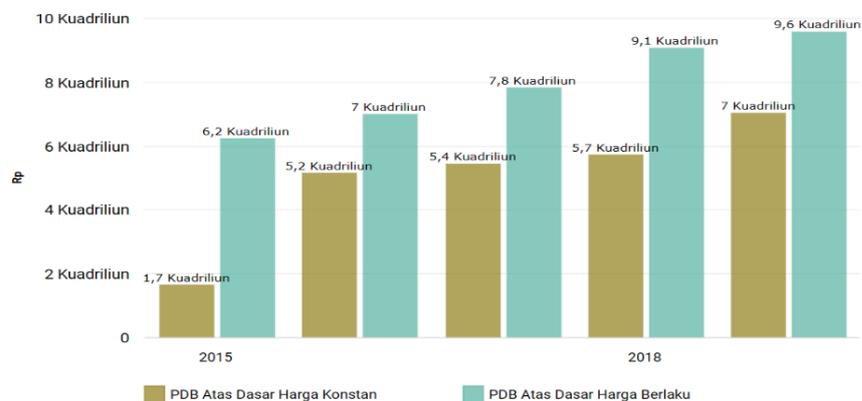
**Gambar 1. 1 Nilai Transaksi Uang Elektronik**

Sumber: Bank Indonesia (2022)

Pada data tersebut, Bank Indonesia mencatat nilai transaksi uang elektronik mencapai Rp. 35,10 triliun pada bulan Desember 2021. Nilai transaksi ini berbeda dari bulan sebelumnya, yang mencapai Rp. 22,13 triliun. Dalam bulan Desember 2021, transaksi uang elektronik di Indonesia mencapai 602,29 juta kali, meningkat dari 530,02 juta kali pada bulan November 2021. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan uang elektronik dari periode ke periode terus mengalami peningkatan (Rahman, 2022).

Pada era modern saat ini, sebagian besar masyarakat memulai usaha dengan mendirikan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peranan yang sangat penting dalam mempercepat pertumbuhan perekonomian negara, hal ini merupakan salah satu cara untuk mendorong pembangunan daerah. Merujuk pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan sektor yang berperan penting dalam menyediakan lapangan pekerjaan. UMKM juga

mempunyai kemampuan bertahan yang tinggi dalam menghadapi kondisi perekonomian. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pasca krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia pada tahun 1998, jumlah UMKM tidak berkurang namun justru meningkat hingga saat ini. UMKM juga berperan penting dalam menarik tenaga kerja dan berperan dalam memberikan hasil pembangunan. Jika dilihat dari sisi produk domestik bruto (PDB), kontribusi UMKM juga cukup menjanjikan.



**Gambar 1. 2 Kontribusi UMKM Terhadap PDB Indonesia Tahun 2015-2019**

Sumber: Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah, 2023

Berdasarkan data tersebut, diketahui bahwa kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) terus meningkat setiap tahunnya. Kontribusi UMKM terhadap PDB atas dasar harga berlaku pada tahun 2019 sebesar Rp. 9.580,8 triliun. Besarnya kontribusi UMKM disebabkan karena UMKM merupakan penyumbang mayoritas unit usaha di Indonesia. sebanyak 64,2 juta atau 99,99% unit usaha di Indonesia merupakan UMKM. Dibandingkan dengan Badan Usaha Besar (UB), jumlah ini hanya 5,5 ribu atau 0,01% dari total jumlah unit usaha yang ada di Indonesia.

Menurut data dari Dinas Koperasi dan UMKM yang tersebar secara tidak merata di seluruh kabupaten dan kota di Pulau Bali, data tersebut disajikan dalam Tabel 1.1 berikut.

**Tabel 1. 1**  
**Keragaan UMKM Provinsi Bali Tahun 2022**

No	Kabupaten/Kota	Sektor	Klasifikasi Jumlah	Transformasi Jumlah
1	Badung	Perdagangan dan Jasa	11.522	21.699
2	Bangli	Perdagangan dan Jasa	33.113	44.251
<b>3</b>	<b>Buleleng</b>	<b>Perdagangan dan Jasa</b>	<b>54.493</b>	<b>66.368</b>
4	Denpasar	Perdagangan dan Jasa	12.874	29.749
5	Gianyar	Perdagangan dan Jasa	38.250	75.666
6	Jembrana	Perdagangan dan Jasa	48393	67.183
7	Karangasem	Perdagangan dan Jasa	36.076	50.717
8	Klungkung	Perdagangan dan Jasa	23.790	35.792
9	Tabanan	Perdagangan dan Jasa	30.128	47.957
<b>Jumlah</b>			<b>288.639</b>	<b>439.382</b>

Sumber: *Website* Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Bali (2023)

Tabel 1.1 menyajikan data mengenai jumlah UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di seluruh kabupaten dan kota di Provinsi Bali dalam sektor perdagangan dan jasa, serta jumlah transformasi yang terkait. Secara umum Provinsi Bali memiliki jumlah pelaku UMKM yang cukup besar, dimana menurut Dinas Koperasi dan UMKM provinsi Bali mencatat jumlah UMKM di Provinsi Bali sebanyak 429.382. Hal ini dapat membuktikan bahwa Provinsi Bali dengan keberadaan UMKM dapat membantu pertumbuhan kinerja perekonomian nasional. Selain itu melihat data yang disampaikan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Bali dapat dipahami bahwa secara umum UKM mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian Provinsi Bali hingga Nasional. Dari data tersebut menunjukkan bahwa Buleleng

sebagai kabupaten di Provinsi Bali dengan jumlah UMKM terbanyak dengan total 54.493 pada sektor perdagangan dan jasa, serta jumlah transformasi sebesar 66.368. Hal ini sejalan dikarenakan Buleleng merupakan kabupaten terluas di provinsi Bali dan menandakan bahwa masyarakat di Buleleng banyak menjalankan usaha mikro, kecil dan menengah. Berikut ini disajikan data mengenai jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng tahun 2022.

**Tabel 1. 2**  
**Jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng Tahun 2019-2022**

No	Klasifikasi Usaha	Tahun			
		2019	2020	2021	2022
1	Usaha Mikro	26.048	44.670	47.311	55.173
2	Usaha Kecil	9.294	9.576	9.654	10.827
3	Usaha Menengah	196	226	234	351
4	Usaha Besar	17	17	17	17
<b>Total</b>		<b>35.555</b>	<b>54.489</b>	<b>57.216</b>	<b>66.368</b>

Sumber: Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, UKM Kabupaten Buleleng (2023)

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng, dapat dilihat bahwa UMKM mengalami peningkatan jumlah setiap tahunnya, terlihat dari tahun 2019 ke tahun 2020 meningkat sebesar 18.622 unit dan tahun terakhir menunjukkan bahwa peningkatan bertambah sebesar 7.862 unit dari tahun 2021. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat di Kabupaten Buleleng untuk mendirikan sendiri usaha kecil, dan menengah cukup tinggi, sehingga Kabupaten Buleleng mengalami peningkatan setiap tahunnya. Berikut ini disajikan data mengenai jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng yang disajikan pada setiap Kecamatan di Kabupaten Buleleng periode 2019-2022.

**Tabel 1. 3**  
**Data Izin Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah per Kecamatan di Kabupaten Buleleng Tahun 2022**

No	Kecamatan	Transformasi Jumlah
1	Banjar	3.739
2	Buleleng	7.397
3	Busungbiu	3.938
4	Gerokgak	5.466
5	Kubutambahan	2.991
6	Sawan	3.378
7	Seririt	4.578
8	Sukasada	3.210
9	Tejakula	3.550

Sumber: Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, UKM Kabupaten Buleleng (2023)

Data di atas menggambarkan jumlah UMKM yang tersebar di 9 kecamatan di Kabupaten Buleleng. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa pada tahun 2022, Kecamatan Buleleng menjadi kecamatan dengan jumlah UMKM terbanyak di Kabupaten Buleleng dengan jumlah 7.397 UMKM dan penyebaran terkecil berada di Kecamatan Kubutambahan. Tingginya laju perkembangan UMKM di Kecamatan Buleleng disebabkan karena Kecamatan Buleleng merupakan pusat dari Kabupaten Buleleng (Dewi *et al.*, 2017). Artinya segala kegiatan maupun aktivitas usaha dengan berbagai macam bidang berkembang lebih banyak di Kecamatan Buleleng. Pemaparan diatas merupakan alasan penelitian ini dilakukan di Kecamatan Buleleng.

Kehidupan masyarakat modern sangat terkait dengan perangkat dan internet, serta didukung oleh layanan yang berbasis teknologi digital yang membuat hidup masyarakat lebih mudah dengan menggunakan *smartphone*. Selain itu, para pelaku UMKM di Buleleng yang saat ini sudah cukup modern, karena kebanyakan pelaku UMKM sudah menggunakan pembayaran non tunai (*cash-less*).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara minat UMKM di Kecamatan Buleleng untuk menggunakan *mobile banking* dapat dikatakan cukup tinggi, karena kemudahan yang diberikan dari layanan *mobile banking* yang membantu mempermudah setiap proses transaksi yang dilakukan oleh pihak pengelola usaha. Salah satu contohnya ketika pihak pengelola usaha akan melakukan pembayaran atas pembelian persediaan barang namun mengalami keterbatasan jarak maka pihak pengelola usaha akan lebih memilih untuk menggunakan *mobile banking* untuk mentransfer tagihan kepada pihak penjual dari pada harus datang langsung ke bank dan mengantre untuk mentransfer melalui teller. Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa pelaku UMKM di Kecamatan Buleleng memiliki minat yang tinggi terhadap penggunaan *mobile banking*.

Hampir seluruh aspek kehidupan telah terpengaruh oleh kemajuan teknologi digital saat ini, termasuk proses berbelanja, transportasi, urusan keuangan, industri pariwisata, dan pemberian donasi, serta berbagai bentuk ekonomi lainnya (Oktaviani & Sari, 2020). Saat ini, pertumbuhan teknologi keuangan atau *Financial Technology* (fintech) mendukung perkembangan metode pembayaran non tunai yang sedang berkembang di Indonesia. Menurut Peraturan Bank Indonesia 18//40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, *Financial Technology* (fintech) adalah kombinasi teknologi dan keuangan yang bertujuan untuk mengubah bisnis konvensional menjadi lebih modern. Sebelumnya, untuk melakukan pembayaran, seseorang harus berhadapan langsung dengan uang tunai, tetapi sekarang transaksi dapat dilakukan dari jarak jauh dengan metode pembayaran yang dapat diselesaikan dengan waktu singkat.

Penerimaan teknologi informasi baru dapat digambarkan dengan suatu teori. Dalam penelitian ini berpedoman dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM merupakan sebuah model penelitian yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 yang dilakukan untuk menguraikan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan teknologi informasi. TAM menguraikan bahwa ada dua faktor yang dominan dalam penerimaan teknologi informasi yaitu persepsi manfaat yang dirasakan pengguna saat menggunakan teknologi tersebut dan persepsi kemudahan penggunaan teknologi informasi. Di dalam teori TAM, kemudahan dan manfaat mempengaruhi keinginan pengguna untuk menggunakan teknologi informasi baru (Elisia, 2022). Pada penelitian ini variabel kepercayaan berhubungan dengan TAM untuk menjelaskan seseorang yang memiliki tingkat kepercayaan untuk menggunakan suatu sistem, biaya administrasi berhubungan dengan teori TAM dalam kaitannya dengan persepsi kebermanfaatan yang merupakan turunan dari TAM. Variabel literasi keuangan berhubungan dengan TAM untuk menjelaskan seseorang yang memiliki pengetahuan keuangan yang cukup baik akan mempertimbangkan penggunaan uang mereka sesuai dengan kebutuhan. Sedangkan variabel kemudahan penggunaan merupakan turunan dari teori TAM.

Menurut Suprpto (2013), minat perilaku (*behavioral intention*) merupakan suatu keinginan seseorang dalam melakukan suatu perilaku. Jika seseorang berminat dalam melakukan suatu aktivitas dan memperhatikan aktivitas itu pasti dilandasi dengan rasa senang dan setelah timbul rasa senang maka mereka akan konsisten menggunakannya dimasa yang akan datang. Pada dasarnya minat merupakan suatu bentuk penerimaan oleh individu terhadap sesuatu hal diluar

dirinya dimana semakin kuat penerimaan oleh individu tersebut maka semakin besar pula penerimaan yang dimiliki (Kuswanto & Baridwan, 2016). Minat dalam melakukan transaksi sebagai tolak ukur dalam tingkat kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu dalam hal ini yaitu bertransaksi. Dalam hal ini terdapat banyak faktor yang mempengaruhi minat pelaku UMKM untuk menggunakan suatu layanan pembayaran digital seperti *mobile banking*. Faktor tersebut timbul dari hal yang dirasakan oleh pelaku UMKM, mulai dari faktor kebermanfaatan, kemudahan, kepercayaan, dan sejauh mana layanan tersebut dapat mempermudah kegiatan di usahanya.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal bersama pihak pengelola usaha, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat para pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi informasi pembayaran digital atau *Mobile banking*, diantaranya adalah kepercayaan. Menurut (Ulansari & Yudiantara, 2021) kepercayaan didefinisikan sebagai penilaian seseorang apabila telah mendapat, memproses, dan menyimpulkan informasi dalam bentuk penilaian dan tanggapan. Dalam konteks ini kepercayaan merupakan persepsi pelaku UMKM bahwa teknologi *mobile banking* dapat digunakan dengan aman. Kepercayaan ini adalah kepercayaan terhadap keamanan dan kepercayaan terhadap perbankan. Semakin tinggi kepercayaan pelaku UMKM terhadap produk *mobile banking*, maka pelaku UMKM akan berminat menggunakan *mobile banking*. Para pelaku UMKM di Kecamatan Buleleng berminat menggunakan sistem informasi pembayaran digital karena mereka sebagai konsumen percaya dan yakin terhadap layanan *mobile banking*, selain itu *mobile banking* juga menarik karena fitur-fitur yang ditawarkan di dalam aplikasi *mobile* dapat disajikan dengan jelas. Penelitian dengan variabel

kepercayaan pernah dilakukan oleh (Afghani & Yulianti, 2017) dengan menggunakan variabel kepercayaan dan penelitian yang dilakukan pada nasabah yang menggunakan E-Banking bank BRI di Surabaya, dengan hasil yang menunjukkan bahwa faktor kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi E-Banking. Selanjutnya penelitian tentang kepercayaan juga dilakukan oleh (Amalia & Purwantini, 2021) yang melakukan penelitian pada UMKM di Magelang, dengan hasil yang menunjukkan bahwa variabel kepercayaan mempengaruhi niat UMKM di Kota Magelang untuk menggunakan fintech sebagai metode pembayaran.

Selain dipengaruhi kepercayaan, pengetahuan keuangan atau literasi keuangan juga menjadi faktor dalam menentukan minat para pelaku UMKM di Kecamatan Buleleng untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Literasi keuangan di definisikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku keuangan seseorang dalam pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan juga sangat penting bagi para pelaku UMKM agar dapat menentukan penggunaan produk keuangan agar tidak salah dalam membuat keputusan keuangannya. Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022 yang dilakukan oleh OJK dengan jumlah responden sebanyak 14.634 orang di 34 provinsi menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68% yang berarti literasi keuangan masyarakat masih dikatakan belum optimal. Kemudian, tingkat literasi keuangan berdasarkan sektor jasa keuangan yaitu pada bidang Fintech menunjukkan bahwa hanya sebesar 10,90% yang memahami literasi keuangan

Fintech dengan baik. Hal tersebut menjadikan faktor Literasi menjadi faktor yang penting bagi pelaku UMKM untuk menggunakan layanan *mobile banking*, karena mereka harus mempelajari terkait dengan pengoperasian layanan tersebut. Penelitian yang juga menggunakan variabel literasi keuangan pernah dilakukan oleh (Yulianingsih *et al.*, 2023) yang menggunakan variabel literasi keuangan untuk mengetahui minat menggunakan *mobile banking* pada Majelis Taklim Nurul Iman Bekasi Selatan, dengan hasil yang menunjukkan bahwa literasi keuangan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Penelitian yang dilakukan oleh (Setyoningsih & Sulistiyowati, 2023) memperoleh hasil bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan *financial technology* pada masyarakat di Kota Madiun.

Selain itu, faktor lainnya yang mempengaruhi minat pelaku UMKM dalam menggunakan *mobile banking* yakni faktor biaya. Keuntungan dan kerugian dari sebuah kegiatan usaha akan dipengaruhi oleh faktor biaya. Biaya administrasi merupakan semua biaya yang terjadi dan berhubungan dengan fungsi administrasi. Meliputi biaya dalam rangka penentuan kebijaksanaan, perencanaan, pengarahan dan pengendalian terhadap kegiatan perusahaan secara keseluruhan. Biaya administrasi bagi produsen atau perusahaan menjadi vital karena tinggi rendahnya biaya administrasi yang harus dikeluarkan oleh konsumen akan berdampak secara tidak langsung terhadap minat seseorang untuk menggunakan suatu produk dari fintech yang dalam hal ini adalah *mobile banking* (Andini, 2018). Sesuai dengan istilah dalam marketing dan perbankan yakni *Customer Switching Cost* yang menyatakan bahwa pelanggan yang dalam hal ini adalah nasabah akan

mempertimbangkan apabila ingin beralih ke *brand* lain karena akan timbul kembali biaya yang harus dikeluarkan, artinya apabila pihak pengelola usaha telah menggunakan salah satu bank untuk bertransaksi menggunakan *mobile banking* maka pihak pengelola enggan untuk beralih menggunakan produk lain sehingga hal tersebut akan menimbulkan minat untuk tetap menggunakan produk *mobile banking* sehingga faktor biaya menjadi salah satu faktor penting dalam menumbuhkan minat pelaku UMKM dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Penelitian dengan variabel biaya administrasi pernah dilakukan oleh Rosidi (2021) yang menyatakan bahwa biaya administrasi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat, dan penelitian yang juga menggunakan variabel biaya administrasi yang dilakukan oleh Rangkuti (2019) yang juga menyatakan bahwa variabel biaya administrasi berpengaruh terhadap minat masyarakat.

Selanjutnya persepsi kemudahan penggunaan juga menjadi salah satu faktor yang menentukan para pelaku UMKM berminat untuk menggunakan suatu fintech. Kemudahan penggunaan berarti bahwa suatu fintech dibuat untuk mempermudah penggunaannya. Berdasarkan dengan Teori TAM, persepsi kemudahan menjadi faktor penentu utama dalam memperkirakan penerimaan pengguna pada pemanfaatan dan keuntungan teknologi dalam pekerjaan (Ulansari & Yudiantara, 2021). Selanjutnya Davis (1989) mengemukakan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) sebagai suatu perilaku seseorang yang meyakini bahwa suatu sistem dipergunakan karena sistem mudah dimengerti dan diaplikasikan sehingga tidak memerlukan upaya apapun (*free of efforts*). Pelaku UMKM di Kecamatan Buleleng bersedia menggunakan sistem informasi pembayaran digital menggunakan *mobile banking* karena layanan tersebut mudah

untuk digunakan, mudah dipahami serta mudah untuk dimengerti. Penelitian dengan variabel kemudahan penggunaan pernah dilakukan oleh (Kota & Kusumastuti, 2022) dengan hasil yang menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Rizky *et al.*, 2018) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-Banking dalam bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng.

Kebaruan dari penelitian ini adalah dengan menggunakan variabel biaya administrasi pada *mobile banking*. Subjek penelitian ini ialah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kecamatan Buleleng. Pemilihan subjek penelitian ini karena Kecamatan Buleleng merupakan kecamatan dengan jumlah UMKM terbanyak diantara kecamatan lain di Kabupaten Buleleng serta pelaku UMKM yang sudah dianggap sering melakukan proses transaksi sehingga memiliki kemampuan lebih dalam mengambil keputusan untuk bertransaksi menggunakan *Mobile banking*. Manfaat adanya layanan *mobile banking* bagi pelaku UMKM yakni untuk memberikan kemudahan dalam penggunaannya. Para pelaku UMKM tentunya selalu disibukkan dengan kegiatan produksi dan kegiatan promosi produk atau jasanya sehingga para pelaku UMKM memanfaatkan adanya layanan *mobile banking* untuk memnuhi kebutuhan transaksinya dengan konsumen. Selain itu, para pelaku UMKM juga cenderung tertarik dengan suatu layanan yang praktis dan efisien sehingga tidak membutuhkan banyak waktu dan tenaga dalam melakukan kegiatan transaksinya, sehingga para pelaku UMKM dapat bertransaksi dimana saja dan kapan saja bersama konsumen tanpa harus bertemu langsung.

Dari hasil wawancara dengan kepala bidang UKM pada Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, UKM Kabupaten Buleleng, beliau menyebutkan bahwa para pelaku UMKM di Kecamatan Buleleng telah diberikan pelatihan terkait dengan penggunaan sistem pembayaran non tunai (*cash less*) yang diantaranya dengan memberikan pelatihan terkait dengan penggunaan metode pembayaran *Qriz* dan *Mobile banking*. Dari pelatihan yang telah diberikan tersebut beliau juga mengatakan bahwa para pelaku UMKM tersebut tidak sepenuhnya memberikan pelaporan terkait dengan pelatihan yang telah diberikan, yang artinya para pelaku UMKM tidak memberikan laporan kembali apakah sudah menerapkan ilmu yang diberikan atau belum. Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa para pelaku UMKM di Kecamatan Buleleng sudah mulai menggunakan metode pembayaran non tunai melalui *mobile banking* namun belum sepenuhnya telah memanfaatkan *financial thecnology* dengan baik.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu timbul adanya *reasecrh gap*, penelitian yang dilakukan oleh (Risky, 2018) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-Banking dalam bertransaksi pada UMKM. Kemudian dari penelitian yang dilakukan oleh (Rivaldi & Dinaroe, 2022) terdapat hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Risky, hasil penelitian ini yaitu kepercayaan tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* atau minat untuk menggunakan FinTech pada UMKM. Namun, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use* FinTech pada UMKM. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Setyoningsih & Sulistiyowati, 2023) memperoleh hasil yang

berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Risky, 2018), dimana hasil penelitian ini menyatakan bahwa literasi keuangan atau pengetahuan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan *financial technology*.

Penelitian ini berpedoman pada penelitian yang dilakukan oleh (Rizky *et al.*, 2018), penelitian tersebut menggunakan variabel persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan pengetahuan sebagai variabel independent dengan minat menggunakan E-Banking sebagai variabel dependent, dan menggunakan UMKM di Kecamatan Buleleng sebagai subjek penelitian. Persamaan penelitian ini dengan penelitian oleh (Rizky *et al.*, 2018) adalah sama-sama menguji pengaruh kepercayaan, literasi keuangan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng. Perbedaannya dengan menambahkan variabel biaya administrasi sebagai variabel X. Selanjutnya penelitian ini juga berpedoman pada penelitian yang dilakukan oleh (Rivaldi & Dinaroe, 2022) dengan persamaan yaitu sama-sama menguji pengaruh kepercayaan dan kemudahan penggunaan sebagai variabel X, dengan variabel Y yang digunakan yaitu minat penggunaan fintech dan UMKM di Kota Banda Aceh sebagai subjek penelitian. Kemudian pada penelitian ini menambahkan variabel literasi keuangan dan biaya administrasi sebagai variabel X, dengan variabel Y yang digunakan yaitu minat menggunakan *mobile banking* dan UMKM di Kecamatan Buleleng sebagai subjek penelitian.

Berdasarkan latar belakang dan dengan ditemukannya *reaserch gap* pada penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk mengambil topik penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi seseorang, yang dalam hal ini para pelaku UMKM untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Oleh Karena

itu peneliti mengambil judul “**Pengaruh Kepercayaan, Literasi Keuangan, Biaya Administrasi, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile banking* Dalam Bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng**”.

## **1.2. Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, berikut ini merupakan identifikasi masalah yang muncul.

1. Terdapat kesenjangan dari hasil penelitian atau *research gap* yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya.
2. Buleleng sebagai kabupaten dengan tingkat perkembangan UMKM yang signifikan belum sepenuhnya telah memanfaatkan *teknologi finansial* (fintech) dengan baik.
3. Tingkat pemahaman keuangan masyarakat di Indonesia masih rendah. Hal ini dapat dilihat dari hasil Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan pada tahun 2022 oleh otoritas jasa keuangan menyatakan persentase literasi keuangan masyarakat rendah hanya 49,68%.

## **1.3. Pembatasan Masalah**

Pada penelitian ini, peneliti membatasi masalah yang akan diteliti sesuai dengan tujuan sebelumnya. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile banking* dalam transaksi non cash, namun, penelitian ini hanya membatasi empat variabel yang akan diteliti mengenai kepercayaan, literasi keuangan, biaya administrasi, dan kemudahan penggunaan.

#### 1.4. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang dirumuskan berdasarkan latar belakang tersebut, adalah sebagai berikut :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat UMKM di Kecamatan Buleleng untuk menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi ?.
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat UMKM di Kecamatan Buleleng untuk menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi ?.
3. Apakah biaya administrasi berpengaruh terhadap minat UMKM di Kecamatan Buleleng untuk menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi ?.
4. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat UMKM di Kecamatan Buleleng untuk menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi?.

#### 1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat UMKM di Kecamatan Buleleng untuk menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi.
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat UMKM di Kecamatan Buleleng untuk menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya administrasi terhadap minat UMKM di Kecamatan Buleleng untuk menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi.
4. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat UMKM di Kecamatan Buleleng untuk menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi.

## 1.6. Manfaat Hasil Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### 1. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan variabel kepercayaan, literasi keuangan, biaya administrasi, dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.
- b. Sebagai tambahan referensi dibidang sistem informasi akuntansi dan keuangan dalam kaitannya dengan variabel kepercayaan, literasi keuangan, biaya adminitrasi, dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.
- c. Penelitian ini juga digunakan untuk menambah ilmu tentang *financial technology* yaitu tentang *mobile banking*. Penelitian ini juga bisa memberikan kontribusi terhadap ilmu sistem informasi akuntansi dan keuangan.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Undiksha

Penelitian ini bisa dijadikan panduan dan pedoman dan tambahan rujukan untuk peneliti lainnya yang mengambil masalah topik yang sejenis.

#### b. Bagi masyarakat

Membantu masyarakat khususnya pihak pengelola UMKM untuk memahami finacial technology khususnya *mobile banking* dan dapat dijadikan pedoman dalam melakukan transaksi non cash (cash-less).

#### c. Bagi instansi terkait

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan bagi pihak pengembang layanan *mobile banking* untuk mengembangkan aplikasi dan sistem *mobile banking* sebagai bank mobile sehingga bisa menambah minat nasabah untuk penggunaannya.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini bisa dijadikan acuan, pedoman, dan bahan referensi yang relevan pada penelitian selanjutnya.

