

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi menuntut manusia untuk mengikuti perkembangan zaman yang saat ini telah memasuki era digitalisasi. Pada era ini, manusia dituntut untuk lebih cerdas dan efektif dalam menjalani berbagai aktivitas dengan memanfaatkan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi hasil inovasi para ahli. Inovasi digital yang diciptakan para ahli membuktikan bahwa manusia turut mengambil peran dalam perkembangan zaman yang semakin modern, hal ini juga menunjukkan bagaimana teknologi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi yang secara pesat ini membawa pengaruh besar bagi keberlangsungan kehidupan manusia, banyak inovasi baru yang bermunculan dimulai dari *software* hingga *hardware* dan beberapa perangkat pendukung lainnya. Perkembangan teknologi ini juga telah merambah hampir ke dalam seluruh aspek kehidupan termasuk dalam melakukan transaksi perbankan, saham, berbelanja, transportasi, berbelanja hingga pariwisata yang dapat diakses melalui *gadget* dan internet secara *online*. Pada akhirnya, perkembangan teknologi tersebut mempengaruhi gaya hidup masyarakat dimana masyarakat lebih dekat dengan *gadget* dan internet sehingga aktivitas masyarakat menjadi lebih sederhana. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi ini juga membawa hal yang negatif bagi umat manusia, seperti meningkatnya ketergantungan manusia terhadap teknologi, berkurangnya interaksi sosial secara langsung akibat tingginya penggunaan perangkat digital, hingga risiko penyalahgunaan data pribadi. Oleh karenanya, pada zaman sekarang ini umat manusia dituntut untuk paham dalam menggunakan *gadget* dan internet dengan baik agar pengaruh atau dampak negatif itu dapat diminimalisir.

Pemahaman yang baik mengenai penggunaan teknologi menjadi kunci untuk menghadapi tantangan di era digital ini, termasuk dalam penggunaan

teknologi di sektor keuangan. Adanya tuntutan dan transformasi jasa keuangan di era sekarang ini sekiranya dapat memudahkan bagi masyarakat selaku pengguna layanan jasa keuangan di berbagai daerah. Transformasi ini menjadi bukti nyata bagaimana sektor keuangan terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin dinamis dengan menyediakan berbagai inovasi teknologi yang membuat layanan jasa keuangan menjadi lebih efektif dan efisien. Dengan perkembangan teknologi dimana era lama ekonomi digital telah memasuki era baru yang ditandai dengan kemunculan teknologi *mobile*, kemudahan akses internet hingga beberapa penemuan baru yang digunakan dalam proses ekonomi digital. Teknologi telah merambat hampir diseluruh aktivitas keuangan, dimana perusahaan perbankan maupun perusahaan non perbankan telah menggunakan teknologi untuk mencapai kemudahan.

Keuangan dalam genggaman teknologi menjadi gambaran bahwa teknologi telah menguasai sektor keuangan negeri serta memudahkan manusia dalam bertransaksi kapan pun dan dimana pun. Namun, dibalik perkembangan pesat teknologi dalam sektor keuangan tersebut ada tantangan besar yang dihadapi yaitu literasi keuangan di Indonesia yang masih rendah. Berbagai studi menunjukkan tingkat literasi keuangan yang masih rendah di kalangan masyarakat Indonesia, terutama di kalangan remaja dan dewasa muda. Salah satu studi yang relevan adalah penelitian oleh Viana dkk (2022, hlm. 254) yang mencatat bahwa indeks literasi keuangan Indonesia masih tergolong rendah dan masih jauh dari indeks literasi keuangan negara-negara maju di dunia yang disebabkan oleh minimnya pengetahuan terkait produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan oleh lembaga jasa keuangan formal. Menurut UU No 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan Pasal 1 ayat 6 menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat. Pentingnya literasi keuangan semakin menonjol seiring dengan perubahan pola transaksi di masyarakat yang sebelumnya mengharuskan adanya pertemuan fisik, kini telah bergeser ke arah yang lebih modern berkat perkembangan teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa

pemahaman keuangan yang baik tidak hanya membantu masyarakat dalam mengelola keuangan pribadi, tetapi juga dalam memanfaatkan layanan keuangan berbasis digital secara bijak dan aman.

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari kegiatan transaksi. Transaksi tersebut memerlukan alat bayar berupa uang dimana kedua belah pihak harus bertemu langsung untuk melakukan transaksi. Namun, saat ini terdapat banyak produk maupun layanan yang disediakan oleh bank guna mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi. Dengan kecanggihan teknologi yang ada saat ini, semua jenis transaksi bisa dilakukan dengan menggunakan media elektronik tanpa melibatkan kontak fisik secara langsung. Hal ini menyebabkan dunia perbankan semakin diramaikan oleh berbagai fasilitas yang menawarkan kemudahan bertransaksi secara *mobile*. Fenomena ini terjadi seiring dengan meningkatnya tuntutan masyarakat akan aksesibilitas yang praktis dan prosedur yang semakin sederhana karena masyarakat mulai enggan menjalankan suatu prosedur yang tidak hanya menghabiskan banyak waktu namun tanpa terasa telah mengikis sumber pendapatan seseorang.

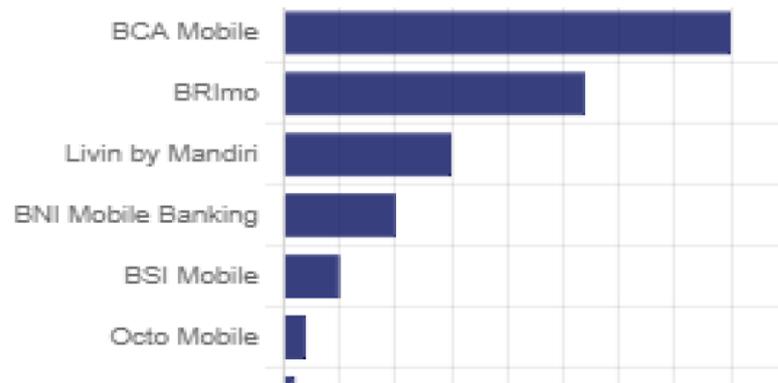
Transaksi keuangan saat ini sudah bisa dilakukan untuk kegiatan bertransaksi secara *cashless* (non tunai) atau digital yang dapat dilakukan melalui berbagai platform, seperti aplikasi *Mobile Banking*, dompet digital, dan *e-commerce*. *Mobile Banking* merupakan salah satu kategori sistem pembayaran secara non tunai dikarenakan transaksi yang dilakukan dalam bentuk *cashless* (digital). Menurut Maulana, dkk (2019, hlm. 148) *Mobile Banking* adalah fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses atau kecepatan dalam memperoleh informasi dan transaksi finansial secara *real time*. *Mobile Banking* dapat diakses langsung melalui jaringan telepon selular/handphone GSM (*Global for Mobile Communication*) CDMA (*Code Division Multiple Access*) dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon selular, sehingga *Mobile Banking* memberikan kemudahan kepada setiap orang untuk sekedar mengecek saldo tabungan, membayar tagihan ataupun mentransfer dana ke rekening lain yang artinya, kegiatan yang beberapa waktu lalu harus dilakukan di depan teller, kini bisa dilakukan kapanpun, dimanapun, tanpa harus datang ke kantor cabang bank atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

Penggunaan *Mobile Banking* sangat tepat diperuntukkan bagi mereka yang mungkin karena padatnya jadwal, sibuk atau akibat tidak adanya pilihan lain. Apalagi, layanannya beragam mulai dari yang sederhana, yaitu *phone banking*, *SMS banking* dan yang terakhir *internet banking*.

Saat ini, di Indonesia, layanan *Mobile Banking* memiliki popularitas yang tinggi dan pangsa pasar tersendiri. Berdasarkan data dari Gubernur Bank Indonesia, Perry Warjiyo yang mengatakan bahwa kinerja transaksi ekonomi dan keuangan digital pada triwulan II 2024 tetap kuat didukung oleh sistem pembayaran yang aman, lancar, dan andal. Hal ini diungkapkan dalam konferensi pers hasil Rapat Dewan Gubernur di Jakarta, Rabu (17/7/2024). Perry memaparkan, dari sisi nilai besar, transaksi BI-RTGS meningkat 13,42% sehingga mencapai Rp42.008,08 triliun. Dari sisi ritel, volume transaksi BI-FAST tumbuh positif 67,79% mencapai 785,95 juta transaksi. Transaksi digital banking tercatat 5.363,00 juta transaksi atau tumbuh sebesar 34,49%, sementara transaksi Uang Elektronik tumbuh 39,24% mencapai 3.958,53 juta transaksi.

Adapun data yang tertera mengenai *Mobile Banking* yang digunakan saat ini di Indonesia yang terpopuler digunakan yaitu BCA Mobile. BCA Mobile merupakan produk dari PT Bank Central Asia Tbk yang diluncurkan di tahun 2011 silam. Sebanyak 40% responden memilih BCA Mobile sebagai *Mobile Banking* paling diminati, baik dari segi *interface* dan fitur-fitur yang tersedia. Kenyamanan dan keamanan yang terjamin membuat banyak responden memilih layanan perbankan dari bank tersebut.

Mobile Banking terpopuler kedua dipegang oleh BRImo, dengan perolehan 27%. BRImo merupakan layanan perbankan digital dari PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI) yang pertama kali diluncurkan pada Februari 2019 lalu. Hanya berselang 2 bulan setelah peluncurannya, BRImo mencatatkan 2,2 juta transaksi dengan sales volume mencapai Rp1,2 triliun. Posisi ketiga dipegang oleh Livin by Mandiri, dengan total 15%, disusul oleh BNI *Mobile Banking* dengan 10%, BSI Mobile dengan 5%, Octo Mobile dengan 2%, dan BTN Mobile dengan 1%.



Gambar 1.1 Data Statistik Penggunaan *Mobile Banking* di Indonesia

(Sumber: Lembaga Survei Populix, 2024)

Dalam penggunaan teknologi *Mobile Banking* perlu mempertimbangkan nilai atau manfaat yang akan diterima dengan biaya yang akan dikeluarkan. Nilai harga (*Price Value*) akan berpengaruh positif ketika manfaat penggunaan teknologi *Mobile Banking* lebih besar dari biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan layanan tersebut. Nilai harga (*Price Value*) ini juga akan berdampak positif pada niat perilaku untuk menggunakan teknologi *Mobile Banking* secara berkelanjutan. Hal ini sesuai dengan penelitian Wirasmini & Wahyuni (2022, hlm. 94) menyimpulkan bahwa *Price Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *Mobile Banking*. Selain itu, Prasetya & Purnamwati (2020, hlm. 149) juga mengatakan, bahwa *Price Value* dalam suatu teknologi finansial dapat mempengaruhi minat penggunaan teknologi finansial tersebut. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu di atas, diketahui bahwa *Price Value* dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan teknologi apabila manfaat yang dirasakan lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan dalam penggunaan suatu teknologi.

Selain itu, penggunaan layanan *Mobile Banking* bisa terpengaruh dari pengaruh sosial (*Social Influence*). Tingkat *Social Influence* menurut Kotler, P., & Armstrong (2020, hlm. 159) dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial diantaranya kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial konsumen. Dari pernyataan ahli di atas dapat diketahui bahwa pengaruh dari faktor sosial seperti keluarga, teman, tetangga dapat memberikan pengaruh, dengan mempertimbangkan persamaan seperti status sosial, peran baik dalam sebuah

komunitas maupun lingkungan. Dengan adanya pengaruh sosial, penilaian-penilaian serta keragu-raguan terhadap penggunaan layanan *Mobile Banking* juga dapat berubah, pengaruh sosial akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan menggunakan atau tidak menggunakan layanan *Mobile Banking*. Maka, jika pengaruh sosial disekitar positif (baik) kemungkinan besar niat untuk menggunakan layanan *Mobile Banking* juga akan besar. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Fitria, dkk (2020, hlm. 80) yang menyimpulkan bahwa pengaruh sosial (*Social Influence*) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *behavior intention* dan *usage adoption* dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*. Selain itu, penelitian Kirana & Nurfauziah (2023, hlm. 16) juga mengungkapkan hal yang serupa bahwa *Social Influence* memiliki pengaruh signifikan dan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *Mobile Banking* Bank BSI. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu di atas, diketahui bahwa *Social Influence* dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan teknologi apabila seseorang mendapatkan pengaruh dari lingkungan sosialnya, seperti teman, keluarga, yang memberikan pengaruh positif terhadap persepsi dan kepercayaan terhadap teknologi tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilaksanakan pada 13 Juni 2024 dengan mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNPAS, ditemukan bahwa sudah banyak mahasiswa yang mulai menggunakan *Mobile Banking* untuk aktivitas sehari-hari, seperti transfer uang, membayar biaya UKT ataupun membayar secara *cashless* ketika berbelanja atau nongkrong bersama teman-teman. Mahasiswa memiliki minat menggunakan *Mobile Banking* karena merasakan adanya kemudahan dalam melakukan transaksi apabila menggunakan *Mobile Banking* dan biaya untuk menggunakan layanan tersebut sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Namun, mahasiswa juga mengakui bahwa mereka sering melakukan transaksi yang tidak direncanakan, seperti belanja di *ecommerce* yang pembayarannya dilakukan dengan menggunakan *Mobile Banking*, karena kemudahan akses dan kenyamanan yang ditawarkan layanan ini membuat mereka terkadang tidak mempertimbangkan pengelolaan keuangan secara matang.

Adanya perkembangan teori dalam penerimaan teknologi yang ada saat ini dan didasarkan pada hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan teknologi finansial. Perbandingan antara biaya yang dikeluarkan (*Price Value*) dengan manfaat yang akan diperoleh serta dorongan dari pengaruh sosial (*Social Influence*) diharapkan dapat meningkatkan minat penggunaan mahasiswa dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*. Dengan berkembangnya penggunaan layanan *Mobile Banking* di Indonesia yang terus mengalami peningkatan mendorong banyak studi dalam mengkaji fenomena meluasnya penggunaan *Mobile Banking*. Mengacu pada hal tersebut, penulis akan menggunakan variabel *Price Value* dan *Social Influence*, dimana penulis hanya akan berfokus pada pengguna layanan *Mobile Banking* di lingkungan mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan Tahun Ajaran 2024 - 2025.

Selanjutnya berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel nilai *Price Value* dan *Social Influence* dapat mempengaruhi dalam penggunaan layanan *Mobile Banking*. Untuk menjawab masalah tersebut maka penulis akan melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Tingkat *Price Value* dan Tingkat *Social Influence* Terhadap Minat Penggunaan Layanan *Mobile Banking* (Survei Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Tahun Ajaran 2024 - 2025)”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah dijelaskan di atas maka dapat ditarik beberapa permasalahan yang timbul, diantaranya sebagai berikut:

1. Penggunaan layanan *Mobile Banking* sering kali membuat mahasiswa kurang bijak dalam merencanakan keuangan. Banyak mahasiswa lebih mengutamakan kepraktisan dalam melakukan transaksi keuangan tanpa mempertimbangkan keseimbangan antara manfaat yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan. Akibatnya, perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa mengalami peningkatan terutama dalam pengeluaran yang tidak terencana.

2. Sebagian besar mahasiswa hanya memanfaatkan layanan *Mobile Banking* di untuk transaksi dasar, seperti transfer uang dan pembayaran tagihan, tanpa mengeksplorasi fitur lain yang mendukung manajemen keuangan pribadi. Padahal, aplikasi *Mobile Banking* telah menyediakan berbagai fitur tambahan, seperti pencatatan keuangan, investasi hingga pengaturan anggaran yang dapat membantu mahasiswa menjadi lebih disiplin dalam mengelola keuangan mereka.

C. Batasan Masalah dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkungannya agar penelitian lebih terarah, terfokus, dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian. Sehingga batasan pengamatan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Melihat bagaimana pengaruh *Price Value* terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Tahun Ajaran 2024 - 2025
- 2) Melihat bagaimana pengaruh *Social Influence* terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Tahun Ajaran 2024 - 2025
- 3) Melihat bagaimana pengaruh *Price Value* dan *Social Influence* terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Tahun Ajaran 2024 - 2025

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah terdapat pengaruh *Price Value* terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Tahun Ajaran 2024 - 2025?
- 2) Apakah terdapat pengaruh *Social Influence* terhadap minat

penggunaan *Mobile Banking* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Tahun Ajaran 2024 - 2025?

- 3) Apakah terdapat pengaruh *Price Value* dan *Social Influence* terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Tahun Ajaran 2024 - 2025?

D. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Price Value* terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Tahun Ajaran 2024 - 2025
2. Untuk mengetahui pengaruh *Social Influence* terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Tahun Ajaran 2024 - 2025
3. Untuk mengetahui pengaruh *Price Value* dan *Social Influence* terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan Tahun Ajaran 2024 - 2025

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan serta tujuan yang dijelaskan sebelumnya, penelitian ini diharapkan dapat memberi dan memiliki manfaat baik secara teoritis maupun praktis, Adapun manfaat tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menyumbang referensi khususnya dalam penelitian yang mengenai penerimaan teknologi. Serta diharapkan dapat memperdalam pengetahuan mengenai pengaruh dari variabel *Price Value*, *Social Influence* terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* pada mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Universitas Pasundan, hasil dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi atau bacaan ilmiah di perpustakaan UNPAS dan dapat dijadikan sebagai perbandingan dalam penulisan karya tulis ilmiah bagi mahasiswa lain.
- b. Bagi Mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pengetahuan teknologi yang sedang berkembang, dan dapat memberikan pertimbangan kepada mahasiswa untuk menggunakan teknologi layanan *Mobile Banking*
- c. Bagi Peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan khususnya pengetahuan teknologi yang sedang berkembang, dan dapat mempraktikkan teori-teori yang didapat selama perkuliahan.
- d. Bagi Masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dapat memperkenalkan metode pembayaran non tunai karena dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Sehingga kedepannya diharapkan lebih banyak masyarakat yang berminat untuk menggunakan menggunakan *financial technology (fintech)* khususnya *Mobile Banking*.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel menurut Machali (2021, hlm. 62) yaitu penjelasan dari setiap makna variabel yang sedang diteliti dalam perspektif penulis berdasarkan hasil eksplorasi teori-teori yang ada. Definisi operasional variabel diperlukan guna menghindari perbedaan penafsiran dari setiap variabel penelitian. Berkaitan dengan hal tersebut, berikut merupakan definisi operasional dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Tingkat *Price Value*

Price Value adalah kesenjangan penerimaan manfaat dalam penggunaan teknologi dengan biaya yang dikeluarkan dari beban penggunaan teknologi (Satyadharma & Sudaryanto, 2021, hlm. 3). Hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Loanyie & Henry (2020, hlm.

241) yang menjelaskan bahwa *Price Value* sebagai nilai subjektif yang dirasakan pelanggan terhadap suatu barang sebagai hasil perbandingan antara manfaat yang diperoleh dari barang tersebut dengan harga yang harus dibayarkan.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa *Price Value* merupakan sebuah kesenjangan antara manfaat dari sebuah teknologi dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. Dalam penggunaan teknologi, *Price Value* dapat mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan teknologi apabila manfaat yang dirasakan lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan dalam penggunaan suatu teknologi.

2. Tingkat *Social Influence*

Social Influence didefinisikan sebagai pemicu seseorang untuk melakukan sesuatu, *Social Influence* seringkali memaksa seseorang untuk melakukan sesuatu yang baru dalam hal ini adalah penggunaan teknologi (Fauziah & Ashfiasari, 2021, hlm. 310). Hal ini sejalan dengan pendapat yang disampaikan oleh Permana & Dewi (2020, hlm. 719) yang menjelaskan bahwa *Social Influence* sebagai hal yang diyakini oleh banyak orang atau orang lain, sehingga individu lainnya akan terpengaruh oleh keyakinan tersebut untuk menggunakan suatu teknologi.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa *Social Influence* merupakan perubahan dalam tindakan, perasaan, pikiran, sikap atau perilaku individu termasuk terhadap suatu produk atau layanan akibat perilaku ataupun pendapat individu atau kelompok lainnya. *Social Influence* ini terjadi baik secara sengaja ataupun tidak sengaja melalui berbagai cara seperti rekomendasi dari teman sebaya, norma sosial maupun perilaku dari para tokoh yang berpengaruh.

3. Minat Penggunaan Layanan *Mobile Banking*

Kotler, P., & Armstrong (2020, hlm. 181) mengartikan minat penggunaan sebagai sesuatu yang timbul setelah menerima suatu rangsangan dari mengamati sebuah produk, lalu merasa tertarik dengan produk tersebut serta merasa ingin mempunyai dan menggunakan produk

tersebut. Hal ini didukung oleh Usman et al (2024, hlm. 80) yang mendefinisikan minat penggunaan sebagai suatu hal yang dapat menjelaskan sejauh mana seorang pengguna ingin menggunakan teknologi di masa depan.

Layanan *Mobile Banking* merupakan sebuah inovasi dalam perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan melalui perangkat *mobile*, seperti *smartphone* atau *tablet*. Menurut Shaikh et al., *Mobile Banking* adalah layanan inovatif yang memungkinkan transaksi keuangan dan non-keuangan menggunakan perangkat *mobile*, memperluas jangkauan layanan yang dapat diakses oleh pengguna (Shaikh et al., 2023, hlm. 6). Sementara itu, menurut Iskandar et al., *Mobile Banking* adalah aplikasi yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa harus mengunjungi cabang fisik bank, yang mencakup pembayaran, transfer uang, dan pengecekan saldo (Maulana et al., 2019, hlm. 305)

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa minat penggunaan merupakan keinginan atau keputusan seseorang untuk menggunakan suatu produk yang dipengaruhi beberapa faktor, oleh karenanya minat penggunaan merupakan suatu hal yang dinamis dan kompleks karena mencerminkan interaksi antara individu dan berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan produk tersebut. Dalam konteks ini, pemahaman tentang minat penggunaan *Mobile Banking* menjadi hal yang penting untuk diketahui guna menganalisis bagaimana pengguna berinteraksi dengan layanan dan faktor apa yang mempengaruhi keputusan pengguna untuk menggunakan layanan tersebut.

G. Sistematika Skripsi

Untuk dapat memahami isi dari Karya Tulis Ilmiah (KTI) ini, maka materi dalam skripsi ini dikelompokkan menjadi sub bab. Adapun sistematika penulisan skripsi ini merujuk pada buku panduan penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI) yang berlaku di Lingkungan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas

Pasundan. Adapun demikian, bagian-bagian yang terdapat pada penulisan skripsi sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Dalam buku panduan penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pasundan (2022, hlm. 37) pendahuluan bermaksud mengantarkan pembaca ke dalam bahasan suatu masalah yang akan di teliti dengan membaca bagian pendahuluan, pembaca mendapat gambaran arahan permasalahan dan pembahasan:

- a. Latar Belakang, bagian ini memaparkan konteks penelitian yang dilakukan. Pada bagian ini penulis harus memosisikan topik yang diteliti dalam konteks penelitian yang luas dan mampu menyatakan adanya kesenjangan yang perlu diisi dengan melakukan pendalaman terhadap topik yang diteliti.
- b. Identifikasi Masalah, bagian ini merupakan titik tentu yang memperlihatkan temuan masalah penelitian yang ditinjau dari isi keilmuan, bentuk (keterhubungan, dampak, sebab akibat, dan sebagainya) serta banyaknya masalah yang dapat diidentifikasi oleh penulis.
- c. Rumusan Masalah, bagian ini merupakan pertanyaan umum tentang fenomena yang diteliti. Umumnya penelitian mengidentifikasi topik atau variabel-variabel yang menjadikan fokus penelitian.
- d. Tujuan Penelitian, bagian ini memperhatikan pertanyaan hasil yang ingin dicapai penulis setelah melakukan penelitian. Perumusan tujuan penelitian berkaitan langsung dengan pernyataan rumusan masalah.
- e. Manfaat Penelitian, bagian ini berfungsi untuk menegaskan kegunaan penelitian yang dapat diraih setelah penelitian.
- f. Definisi Operasional, bagian ini mengemukakan pembatasan istilah-istilah yang berlaku dalam penelitian sehingga menciptakan makna tunggal terhadap pembatasan istilah dalam penelitian yang memperlihatkan makna penelitian, sehingga mempermudah penelitian dalam fokus pembatasan masalah.

- g. Sistematika Skripsi, bagian ini memudahkan sistematika penulisan skripsi, yang menggambarkan kandungan setiap bab, urutan penulisan, serta hubungan antara satu bab dengan bab lainnya dalam bentuk sebuah kerangka.

2. BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

Dalam buku panduan penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI) Fakultas Pendidikan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pasundan (2022, hlm. 39) kajian teori berisikan deskripsi teoritis yang memfokuskan kepada hasil kajian atas teori, konsep, kebijakan, dan peraturan yang ditunjang oleh hasil penelitian terdahulu yang sesuai dengan masalah penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Dalam buku panduan penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pasundan (2022, hlm. 41) bab ini menjelaskan secara sistematis dan terperinci Langkah-langkah dan cara yang digunakan dalam menjawab permasalahan dan memperoleh simpulan. Pada bagian ini terdiri dari:

- a. Pendekatan Penelitian
- b. Desain Penelitian
- c. Subjek dan Objek Penelitian
- d. Pengumpulan data dan Instrumen Penelitian
- e. Teknis dan Analisis Data
- f. Prosedur Penelitian

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam buku panduan Karya Tulis Ilmiah (KTI) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pasundan (2022, hlm. 45) bab ini menyampaikan dua hal utama, yakni: (1) temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuknya sesuai dengan urutan rumusan masalah penelitian dan (2) pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam buku panduan Karya Tulis Ilmiah (KTI) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pasundan (2022, hlm. 47) bahwa, simpulan merupakan uraian yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan penelitian terhadap analisis temuan hasil penelitian. Kesimpulan harus menjawab rumusan masalah atau pertanyaan penelitian.