

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan serta perkembangan teknologi dalam komunikasi dan informasi telah berlangsung dengan sangat cepat, yang berdampak besar pada berbagai sektor industri, termasuk sektor perbankan. Bagi lembaga keuangan, transformasi digital kini menjadi sesuatu yang tidak bisa dihindari jika ingin tetap bersaing di dunia yang serba cepat ini. Masyarakat yang semakin melek digital menuntut industri perbankan untuk menyediakan layanan yang bukan hanya cepat dan efisien, namun juga bisa diakses kapanpun dan di manapun. Ini mendorong banyak bank untuk beralih dari model layanan tradisional ke sistem layanan yang berbasis platform digital.

Sebagai salah satu bank pembangunan daerah terbesar di Indonesia, Bank Jatim menunjukkan strategi yang tepat dalam merespons perubahan ini dengan meluncurkan berbagai layanan digital, seperti JConnect. Didalamnya, JConnect akan melebur menjadi satu dengan layanan digital banking Bank Jatim yang telah ada sebelumnya dan menjadi JConnect Mobile dan JConnect Internet Banking. Selain itu juga diharapkan hadirnya JConnect dapat meningkatkan kemudahan dan kenyamanan nasabah dalam mengakses layanan perbankan di era 4.0 (Kusnadi, 2021).

Langkah-langkah digital ini mencerminkan upaya Bank Jatim untuk beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen yang sekarang lebih memilih layanan perbankan yang cepat, praktis, dan mudah. Manajemen Bank Jatim dalam pernyataannya menekankan bahwa dengan adanya digitalisasi, maka layanan

perbankan tidak lagi terbatas pada fisik kantor bank, tetapi lebih pada konsep *real time* agar bisa diakses dan dimanfaatkan kapan saja, dimana saja oleh masyarakat melalui aplikasi dan platform digital (Ibrahim, 2025).

Transformasi ini bukan hanya sekadar mengadopsi teknologi, tetapi juga menunjukkan perubahan dasar dalam perilaku konsumen. Saat ini, konsumen menginginkan layanan yang personal, *real-time*, dan tanpa hambatan. Hal ini mendorong lembaga perbankan untuk menciptakan pengalaman yang fokus pada kenyamanan dan kepuasan pelanggan, tidak hanya pada transaksi saja. Penelitian oleh Safitri dkk. (2024) menunjukkan bahwa perbankan yang berfokus digital harus membangun dasar yang didasari oleh inovasi, nilai tambah, dan konektivitas tinggi agar tetap relevan di pasar yang terus berubah.

Perilaku konsumen ini semakin jelas terlihat setelah pandemi COVID-19, yang mempercepat penerapan layanan digital. Dengan adanya pembatasan fisik dan kekhawatiran terhadap interaksi langsung, konsumen kini lebih sering menggunakan *mobile banking*, *e-wallet*, dan transaksi digital lainnya. Tren ini mendorong Bank Jatim untuk mempercepat proses transformasi digitalnya melalui peningkatan investasi dalam teknologi informasi dan pengembangan platform yang lebih ramah pengguna.

Dalam laporan tahunannya, Bank Jatim menjelaskan bahwa digitalisasi menjadi strategi utama untuk menjangkau lebih banyak nasabah, meningkatkan efisiensi operasional, serta menyediakan layanan yang responsif terhadap kebutuhan konsumen digital. Hal ini tentunya sejalan dan signifikan terhadap temuan dari analisa Winasis (2020), yang menyatakan bahwa keberhasilan dalam transformasi

digital di sektor perbankan sangat tergantung pada kesiapan organisasi dalam mengelola perubahan, termasuk aspek SDM, teknologi, serta budaya kerja.

Di sisi lain, digitalisasi juga membawa tantangan besar. Dengan munculnya bank digital murni dan perusahaan fintech, persaingan dalam industri ini makin ketat. Bank-bank tradisional seperti Bank Jatim perlu bisa membedakan diri mereka dengan cara menciptakan nilai lebih melalui layanan digital yang personal dan menjaga kepercayaan konsumen. Dalam konteks ini, jurnal G dkk. (2025) menjelaskan bahwa loyalitas nasabah di era digital sangat bergantung pada pengalaman pengguna serta keamanan sistem digital perbankan.

Kebutuhan konsumen akan kemudahan dan kecepatan menjadikan layanan digital seperti JConnect sangat relevan. Saat ini, konsumen lebih memilih untuk menyelesaikan transaksi menggunakan perangkat mereka daripada harus antri panjang di cabang. Penelitian oleh Pratama dkk. (2024) pada Jurnal Lentera Bisnis Manajemen mengemukakan bahwa faktor kemudahan, keamanan, dan kenyamanan berpengaruh besar kepada minat penggunaan layanan perbankan digital.

Meskipun demikian, kepercayaan terhadap layanan digital menjadi elemen krusial yang tidak boleh diabaikan. Dalam penelitian Sakinah dkk. (2024), dinyatakan bahwa kepercayaan konsumen pada sistem digital sangat berpengaruh terhadap loyalitas dan keberlanjutan penggunaan layanan tersebut. Oleh karena itu, perbaikan keamanan sistem, pendidikan digital, dan perlindungan data harus tetap menjadi fokus utama lembaga perbankan.

Investasi teknologi yang dilakukan oleh Bank Jatim bukan hanya terbatas pada infrastruktur, namun juga mencakup pengembangan layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, termasuk fitur pembayaran QRIS, pengisian *e-wallet*,

dan pembukaan rekening secara *online*. Ini membuktikan bahwa Bank Jatim berupaya memberikan nilai lebih kepada nasabah dalam ekosistem digital yang lebih luas.

Kemunculan fitur-fitur baru ini juga berdampak positif terhadap peningkatan transaksi digital. Data tahunan dari Bank Jatim menunjukkan sebuah peningkatan yang signifikan dalam jumlah transaksi digital dari tahun ke tahun. Ini menjadi salah satu tanda bahwa telah terjadi perubahan perilaku konsumen dari penggunaan layanan konvensional ke layanan berbasis digital.

Dengan meningkatnya penggunaan layanan digital, beban operasional di kantor cabang juga berkurang. Layanan sederhana seperti pengecekan saldo, transfer, dan pembayaran tagihan kini telah beralih ke platform digital. Hal ini mengubah model bisnis perbankan dari yang sebelumnya berfokus pada operasional fisik ke model digital.

Menurut penelitian Latif dkk. (2024), transformasi digital yang diterapkan oleh perbankan tidak hanya mempengaruhi nasabah, tetapi juga berdampak pada organisasi internal, terutama dalam pengelolaan sumber daya manusia. SDM di sektor perbankan perlu mampu beradaptasi dengan teknologi dan memiliki pemahaman digital yang baik agar dapat memberikan layanan secara optimal di dunia digital.

Persaingan di bidang digital banking yang semakin ketat membuat Bank Jatim harus terus berinovasi. Tidak hanya perlu mengembangkan aplikasi, tetapi juga penting untuk memastikan kualitas pelayanan digital, antarmuka pengguna, serta integrasi sistem agar pengguna merasa nyaman, aman, dan tetap loyal. Setelah strategi tersebut dipilih, bank perlu memfokuskan sumber daya mereka untuk

mencapai tujuan strategis mereka dalam jangka panjang (Ngamal, 2021). Jaminan keamanan dan privasi informasi pribadi sangat penting bagi konsumen. Jika ada kebocoran data atau kelemahan keamanan, ini dapat merusak kepercayaan konsumen (Simatupang dkk., 2024).

Dalam era digitalisasi layanan keuangan, adopsi teknologi menjadi hal yang relevan untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan bagi pengguna. Salah satu dari model yang sering dipakai dan digunakan untuk memahami adopsi teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menekankan pentingnya *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) dalam membentuk *Behavioral Intention* (BI) dan akhirnya memengaruhi *Actual System Use* (ASU). Namun, masih terdapat kesenjangan riset terkait sejauh mana hubungan relasi antara *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) benar-benar mengarah pada penggunaan sistem secara nyata, terutama ketika dimediasi oleh niat perilaku.

Meskipun adopsi teknologi digital dalam sektor perbankan terus meningkat, kenyataannya masih ditemukan perbedaan antara persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan suatu platform digital dengan tingkat penggunaan aktual oleh nasabah. Salah satu contohnya adalah pada platform digital JConnect milik Bank Jatim. Meskipun telah menyediakan berbagai fitur yang memudahkan transaksi dan dinilai bermanfaat oleh pengguna, belum semua nasabah secara konsisten menggunakan platform tersebut dalam kegiatan perbankan sehari-hari. Hal ini menunjukkan adanya potensi kesenjangan antara persepsi positif terhadap teknologi dan perilaku penggunaan sebenarnya (*actual system use*), yang belum sepenuhnya dipahami.

Penelitian sebelumnya yang menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) cenderung fokus tertuju pada hubungan langsung antara *Perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEOU) terhadap *behavioral intention* (BI) atau adopsi awal teknologi. Namun, masih terbatas studi yang menelusuri peran *behavioral intention* sebagai variabel mediasi dalam menjembatani persepsi awal pengguna dengan penggunaan aktual sistem, khususnya pada konteks layanan perbankan daerah seperti Bank Jatim. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian yang lebih mendalam untuk mengungkap bagaimana persepsi manfaat dan kemudahan benar-benar memengaruhi penggunaan sistem digital secara nyata melalui niat perilaku pengguna, sehingga dapat menjawab kesenjangan antara persepsi dan realisasi penggunaan teknologi dalam praktik.

Beberapa penelitian mendukung asumsi dasar *Technology Acceptance Model* (TAM). Davis et al. (1989) menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) secara signifikan memengaruhi niat untuk menggunakan sistem, dan niat tersebut menjadi prediktor utama dari perilaku penggunaan aktual. Penelitian oleh Venkatesh dan Davis (2000) dalam pengembangan *Technology Acceptance Model* kedua (TAM2) juga memperkuat bahwa *Perceived Usefulness* (PU) memiliki pengaruh kuat terhadap niat, dan pada akhirnya terhadap penggunaan aktual sistem. Penelitian lain oleh Rithmaya dkk. (2024) dalam konteks perbankan digital menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) secara signifikan memengaruhi *Behavioral Intention* (BI), dan *Actual System Use* (ASU), yang mendukung hubungan langsung maupun tidak langsung dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM).

Namun demikian, tidak semua penelitian menunjukkan hasil yang konsisten. Penelitian oleh Chairunnisah dkk. (2021) mengkritik bahwa model *Technology Acceptance Model* (TAM) terlalu sederhana dan sering kali tidak mempertimbangkan konteks sosial dan budaya pengguna, serta faktor eksternal lain yang dapat memengaruhi *Actual System Use* (ASU) secara langsung. Dalam beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Wati dkk. (2024) dalam konteks mobile banking, ditemukan bahwa meskipun *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) memengaruhi niat, namun pengaruh niat terhadap penggunaan aktual tidak selalu signifikan, khususnya bila ada hambatan eksternal seperti keterbatasan literasi digital atau kurangnya kepercayaan terhadap teknologi.

Di sisi lain, beberapa studi juga menunjukkan bahwa *actual system use* dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kebiasaan (habit), tekanan sosial, dan kondisi teknis sistem. Misalnya, penelitian oleh Apaua dan Lallie (2022) dalam model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT2) mengungkap bahwa variabel-variabel seperti pengalaman, ekspektasi performa, dan fasilitasi kondisi memiliki peran penting yang sering kali tidak dijelaskan dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) murni. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *Technology Acceptance Model* (TAM) memberikan kerangka dasar yang baik, model ini belum sepenuhnya menjelaskan kompleksitas perilaku penggunaan teknologi dalam dunia nyata, terutama pada sektor perbankan daerah seperti JConnect Bank Jatim yang memiliki basis pengguna dengan karakteristik unik.

Perkembangan layanan perbankan digital di Indonesia mendorong peningkatan penggunaan platform seperti JConnect milik Bank Jatim. Pada studi yang dilakukan Efendi dkk. (2024) menunjukkan bahwasanya *Perceived Usefulness*

(PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) merupakan faktor dominan yang memengaruhi *Behavioral Intention* (BI) dan pada akhirnya mendorong *Actual System Use* (ASU). Studi pada layanan e-wallet dan mobile banking di Indonesia menemukan bahwa *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh signifikan terhadap minat serta perilaku penggunaan layanan digital. Hasil-hasil ini mendukung asumsi dasar TAM bahwa persepsi kegunaan dan kemudahan menjadi pendorong utama adopsi sistem digital.

Namun, sejumlah penelitian terbaru seperti pada studi Herawati dan Mukhsin (2023) menunjukkan hasil yang tidak selalu konsisten sehingga menimbulkan *research gap*. Misalnya, *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) tidak selalu berpengaruh langsung terhadap *Behavioral Intention* (BI), karena faktor lain seperti *perceived risk*, *trust*, dan kualitas sistem ikut memainkan peran penting dalam keberlanjutan penggunaan aplikasi perbankan digital. Selain itu, beberapa studi menunjukkan bahwa *Behavioral Intention* (BI) tidak selalu bertranslasi menjadi *Actual System Use* (ASU) apabila terdapat kendala teknis atau pengalaman pengguna yang kurang optimal. Perbedaan temuan ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) memengaruhi *Behavioral Intention* (BI) dan *Actual System Use* (ASU) pada konteks platform digital JConnect Bank Jatim.

Maka berdasarkan dari fenomena tersebut, penulis mencoba mengadakan penelitian yang disajikan pada Tesis yang berjudul **“Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Actual System Use* melalui *Behavioral Intention* Platform Digital JConnect Bank Jatim”**.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *Behavioral Intention* pengguna platform digital JConnect Bank Jatim?
2. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *Behavioral Intention* pengguna platform digital JConnect Bank Jatim?
3. Apakah *Behavioral Intention* berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *Actual System Use* platform digital JConnect Bank Jatim?
4. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *Actual System Use* pengguna platform digital JConnect Bank Jatim?
5. Apakah *Perceived Easy of Use* berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *Actual System Use* pengguna platform digital JConnect Bank Jatim?
6. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap *Actual System Use* melalui *Behavioral Intention* pada pengguna platform digital JConnect Bank Jatim?
7. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap *Actual System Use* melalui *Behavioral Intention* pada pengguna platform digital JConnect Bank Jatim?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis pengaruh langsung *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention* pengguna platform digital JConnect Bank Jatim.

2. Menganalisis pengaruh langsung *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention* pengguna platform digital JConnect Bank Jatim.
3. Menganalisis pengaruh langsung *Behavioral Intention* terhadap *Actual System Use* pada pengguna platform digital JConnect Bank Jatim.
4. Menganalisis pengaruh langsung *Perceived Usefulness* terhadap *Actual System Use* pengguna platform digital JConnect Bank Jatim.
5. Menganalisis pengaruh langsung *Perceived Ease of Use* terhadap *Actual System Use* pengguna platform digital JConnect Bank Jatim.
6. Menganalisis pengaruh tidak langsung *Perceived Usefulness* terhadap *Actual System Use* melalui *Behavioral Intention* pada pengguna platform digital JConnect Bank Jatim.
7. Menganalisis pengaruh tidak langsung *Perceived Ease of Use* terhadap *Actual System Use* melalui *Behavioral Intention* pada pengguna platform digital JConnect Bank Jatim.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan, antara lain yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran jasa, khususnya mengenai perilaku konsumen dalam konteks digitalisasi layanan perbankan.

2. Memperkaya literatur akademik mengenai transformasi digital di sektor perbankan daerah di Indonesia, yang masih relatif terbatas dibandingkan bank nasional.
3. Menjadi rujukan untuk penelitian lebih lanjut tentang hubungan antara adopsi teknologi, kepuasan konsumen, dan loyalitas nasabah di industri keuangan digital.
4. Membantu membangun kerangka konsep baru mengenai dinamika perubahan perilaku konsumen dari layanan konvensional ke layanan digital berbasis platform.
5. Memberikan dasar teoritis untuk mengkaji efektivitas inovasi digital dalam mempertahankan eksistensi lembaga keuangan di tengah disrupsi teknologi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan gambaran bagi manajemen Bank Jatim dalam mengevaluasi dan mengoptimalkan strategi transformasi digital yang selama ini dijalankan.
2. Memberikan *insight* kepada pengambil kebijakan di Bank Jatim tentang faktor-faktor kunci yang mendorong atau menghambat adopsi layanan digital oleh nasabah.
3. Menjadi referensi yang praktis bagi bank pembangunan daerah lainnya dalam mengembangkan strategi digitalisasi berbasis kebutuhan konsumen.
4. Membantu pihak Bank Jatim dalam menyusun program edukasi digital kepada nasabah agar adopsi teknologi dapat lebih cepat dan merata.