

BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi di sektor perbankan telah secara signifikan mengubah cara pelanggan mengakses dan menikmati layanan keuangan di seluruh dunia. Kehadiran internet dan kemajuan perangkat digital mendorong industri perbankan untuk mengevaluasi ulang strategi teknologi informasinya, sekaligus menghadapi tantangan dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dan promosi produk [1] [2]. Laporan Statista memperkirakan pendapatan pasar perbankan digital global akan mencapai pendapatan bunga bersih sebesar USD 1,61 triliun pada tahun 2025, dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 6,74% sepanjang periode 2025–2029, sehingga diproyeksikan mencapai USD 2,09 triliun pada tahun 2029 [3]. Hingga tahun 2023, tercatat sebanyak 235 bank digital berlisensi di seluruh dunia, dengan Asia dan Eropa menjadi kawasan yang memimpin dalam jumlah bank tersebut [4]. Pertumbuhan serupa juga terlihat di kawasan Asia. Di Indonesia, Bank Indonesia melaporkan bahwa nominal transaksi perbankan digital mencapai Rp. 5.570,49 triliun pada Mei 2024, mengalami peningkatan sebesar 10,82% secara tahunan [5]. Di Vietnam, pasar perbankan digital diperkirakan akan tumbuh dengan CAGR sebesar 7,46% selama periode 2025–2029, mencapai volume pasar sebesar USD 1,56 miliar pada tahun 2029 [6]. Sementara itu, hingga November 2024, Rakuten, bank digital asal Jepang, telah berhasil mengumpulkan modal sebesar USD 6,2 miliar, menjadikannya bank digital dengan perolehan modal tertinggi di dunia [7]. Data-data ini menunjukkan bahwa *digital banking* telah menjadi tulang punggung layanan perbankan modern, yang menghadirkan layanan setara dengan bank konvensional, tetapi sepenuhnya berbasis aplikasi pada perangkat seluler.

Digital banking sendiri merujuk pada layanan perbankan yang setara dengan bank konvensional, namun seluruh transaksi dilakukan secara mandiri melalui aplikasi di *smartphone*. Sebagai bentuk pengembangan dari fitur *mobile banking* yang sebelumnya bergantung pada kartu SIM, aplikasi perbankan digital kini dapat diunduh dan di-*install* langsung pada perangkat ponsel. Aplikasi ini biasanya memiliki tampilan yang lebih menarik dan antarmuka yang ramah pengguna, sehingga memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan. Layanan *digital banking* memungkinkan pelanggan untuk mengakses berbagai fitur perbankan kapan saja dan di mana saja tanpa perlu mengunjungi

kantor cabang. Pelanggan dapat menyelesaikan berbagai transaksi secara *online*, seperti pembukaan rekening, transfer dana, pembayaran belanja *online*, pembayaran tagihan, hingga pengajuan produk perbankan seperti kartu kredit. Dengan fitur-fitur tersebut, layanan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi waktu, tetapi juga mendukung mobilitas pelanggan. Dari perspektif perbankan, layanan *digital banking* memberikan manfaat yang signifikan, termasuk menekan biaya operasional melalui pengurangan kebutuhan sumber daya manusia, sewa tempat, dan aktivitas di kantor cabang. Selain itu, layanan ini memperluas jangkauan bank dan membuka peluang untuk menarik lebih banyak pelanggan baru [8] [9] [10].

Meskipun menawarkan peluang besar, transformasi digital perbankan tidak lepas dari tantangan besar terkait biaya investasi awal yang signifikan. Contohnya, pada akhir 2019 Bank Mandiri meningkatkan alokasi belanja modal sebesar 30% atau Rp 2,4 triliun untuk mengembangkan layanan digital. Investasi ini mencakup pengembangan teknologi informasi dan komunikasi, peningkatan infrastruktur, serta pelatihan sumber daya manusia [11]. Transformasi digital berperan ganda, yakni memberikan kesempatan bagi perbankan untuk menyediakan saluran layanan baru melalui platform elektronik (*e-banking*, perbankan virtual) dan titik layanan (seperti *e-branch*, POS), sekaligus menurunkan biaya operasional dengan mengurangi jumlah cabang fisik dan staf yang diperlukan. Hal ini menjadi alasan mengapa industri perbankan global mengalokasikan anggaran tiga kali lebih banyak untuk investasi teknologi informasi dibandingkan dengan industri lainnya secara keseluruhan [12]. Meski biaya tersebut dapat memberikan manfaat jangka panjang seperti peningkatan profitabilitas dan efisiensi operasional, pada tahap awal, bank sering kali menghadapi penurunan profitabilitas jangka pendek [13]. Tantangan yang dihadapi pun tidak hanya sebatas pada tingginya biaya investasi, tetapi juga pada proses memigrasikan pelanggan agar mau beralih dan menggunakan menggunakan platform digital. Jika aspek penerimaan dan penggunaan pelanggan tidak dipikirkan secara matang sejak awal, investasi besar yang telah dikeluarkan berisiko tidak optimal karena layanan digital yang dikembangkan justru kurang dimanfaatkan oleh pelanggan. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mendorong adopsi *digital banking* menjadi kebutuhan untuk memastikan efektivitas dan manfaat strategi transformasi digital yang dijalankan [14].

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji penerimaan dan penggunaan perbankan digital dengan menggunakan model adopsi teknologi yang telah dikenal luas, seperti Technology Acceptance Model (TAM) [9] [12], Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) [15] [16], dan UTAUT2 [2] [17]. Untuk meningkatkan

relevansi kontekstual, beberapa penelitian memperluas model tersebut dengan menambahkan variabel eksternal yang dianggap relevan dalam domain perbankan digital. Namun, variabel eksternal tersebut cenderung berbeda-beda antar penelitian, sehingga menghasilkan temuan yang terfragmentasi dan sulit untuk digeneralisasi dalam konteks perbankan digital. Dengan kata lain, penelitian terdahulu masih cenderung menguji variabel atau hipotesis tertentu secara parsial, tanpa upaya membangun kerangka konseptual yang lebih utuh dan generik untuk konteks *digital banking*. Hal ini menimbulkan kesenjangan penelitian berupa kebutuhan akan model penerimaan teknologi yang lebih spesifik untuk *digital banking*, yang dapat dibangun melalui sintesis bukti empiris lintas studi. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengusulkan model penerimaan dan penggunaan *digital banking* dengan pendekatan *systematic review* dan *meta-analysis*. Melalui metode ini, hubungan antar variabel yang diuji dalam berbagai studi terdahulu dapat digabungkan dan dihitung *effect size* keseluruhannya, sehingga hanya variabel dan hubungan yang terbukti konsisten signifikan yang dimasukkan ke dalam model. Model ini diharapkan dapat menjadi panduan yang lebih terarah bagi sektor perbankan dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan *digital banking*, sehingga strategi implementasi di masa depan dapat lebih optimal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, perkembangan layanan *digital banking* yang pesat telah menghadirkan peluang besar bagi industri perbankan sekaligus tantangan dalam hal biaya investasi, migrasi pelanggan, dan penerimaan teknologi. Meskipun sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji adopsi digital banking menggunakan model seperti TAM, UTAUT, dan UTAUT2, temuan yang dihasilkan masih parsial dan terfragmentasi sehingga sulit digeneralisasi. Oleh karena itu, permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini adalah bagaimana membangun model penerimaan dan penggunaan *digital banking* yang lebih komprehensif melalui pendekatan *systematic review* dan *meta-analysis* agar mampu mengidentifikasi faktor-faktor utama yang konsisten memengaruhi adopsi *digital banking*?

1.3 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah mengusulkan model penerimaan dan penggunaan teknologi *digital banking* dengan menggunakan metode *systematic review* dan *meta-analysis*.

1.4 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dengan menghadirkan model penerimaan teknologi yang lebih spesifik dan komprehensif untuk konteks *digital banking*.
2. Memperkaya literatur mengenai model adopsi teknologi dengan mengintegrasikan temuan lintas studi melalui pendekatan *systematic review* dan *meta-analysis*, sehingga dapat menjadi acuan yang lebih kokoh bagi penelitian-penelitian selanjutnya.
3. Menjadi panduan strategis bagi industri perbankan dalam memahami faktor-faktor kunci yang berpengaruh signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan *digital banking*, sehingga dapat membantu bank dalam merancang strategi implementasi yang lebih efektif.
4. Memberikan rekomendasi berbasis bukti empiris untuk meningkatkan adopsi digital banking melalui intervensi pada variabel-variabel yang teridentifikasi pada penelitian ini.

1.5 Ruang Lingkup

Batasan dan ruang lingkup yang diterapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian tidak membahas aspek teknis pengembangan aplikasi perbankan digital, tidak mencakup analisis kualitatif, dan tidak melakukan pengujian empiris secara langsung.
2. Penelitian menggunakan metode *systematic review* dan *meta-analysis* untuk mensintesis hasil-hasil penelitian terdahulu terkait penerimaan dan penggunaan *digital banking*.
3. Pencarian artikel menggunakan Publish or Perish 8, ekstraksi data menggunakan Microsoft Excel 2016, dan perhitungan statistik *effect size* gabungan menggunakan JASP 0.14.