

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada zaman yang serba canggih ini, secara tidak langsung menuntut masyarakat untuk turut efektif dan efisien dalam menggunakan sebaik mungkin waktu dan kesempatan yang dimiliki dengan menggunakan teknologi modern sebaik mungkin. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) dari hasil pendataan Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2022, sebesar 62,10% penduduk Indonesia telah mengakses internet ditahun 2021 dan 66,48% ditahun 2022. Peneliti menyimpulkan bahwasanya lebih dari 50% dari populasi Indonesia mencerminkan tingkat keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat terhadap kemajuan teknologi.

Perkembangan teknologi saat ini telah mencakup segala aspek kehidupan, bukan hanya mempermudah akses ke informasi. Mulai dari bidang pendidikan, bidang hukum, bidang perbankan dan masih banyak lagi. Dan yang akan peneliti bahas pada penilitan ini adalah perkembangan teknologi pada bidang perbankan. Perkembangan teknologi pada bidang perbankan ini yaitu tentang inovasi-inovasi yang dilakukan oleh perusahaan sektor perbankan.

Penelitian ini penting dilakukan pada sektor perbankan karena, dilansir dari (Report et al., 2023) perbankan berperan penting dalam sistem keuangan dan perekonomian negara, seperti mengintermediasi dana kredit untuk semua sektor ekonomi dan juga berfungsi sebagai penyedia sistem pembayaran yang digunakan oleh orang-orang setiap hari. Dengan perkembangan teknologi saat

ini, bank harus melakukan inovasi-inovasi dengan penyesuaian dengan perkembangan zaman. Dilansir dari CBN Cloud, lembaga riset International Data Corporation Indonesia (IDC) memperkirakan perusahaan global akan mengalami kebangkrutan dengan prosentase sebesar 33% jika mereka tidak kunjung berinovasi menggunakan teknologi saat ini. (Achimba et al., 2014) mengatakan bahwa industri perbankan perlu menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi secara cepat yang disebabkan oleh transformasi pada kebutuhan, kebiasaan, dan pengetahuan pelanggan. Selain itu, hal penting yang harus dipantau adalah kompetisi antar bank untuk menghasilkan inovasi sebagai hasil dari liberalisasi dan globalisasi. (Achimba et al., 2014) juga menilai betapa pentingnya teknologi dalam pengelolaan hubungan nasabah karena bank dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan nasabah melalui berbagai inovasi. Menurut (Diharto, 2022) dalam sektor perbankan, kemajuan teknologi informasi telah mendorong perusahaan untuk mengubah strategi bisnis mereka serta menjadikan teknologi sebagai komponen penting dalam proses inovasi produk dan jasa.

Menurut Stephen Robbins (1994) Inovasi didefinisikan sebagai ide baru yang digunakan dalam pengembangan maupun perbaruan produk, proses, atau jasa. Menurut (Diharto, 2022) tujuan perusahaan untuk melakukan inovasi produk adalah untuk memastikan bahwa produk yang sudah ada tetap bertahan karena produk yang sudah ada rentan terhadap kemajuan teknologi, siklus hidup produk yang lebih singkat, perubahan kebutuhan dan preferensi pelanggan, dan persaingan di dalam negeri ataupun di luar negeri yang kian meningkat.

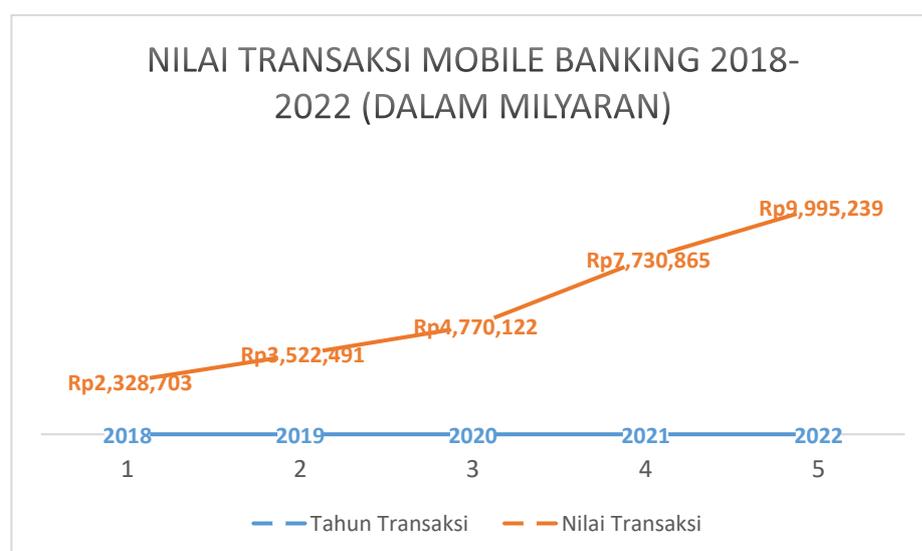
Menurut (Fitria, 2020) dengan melakukan inovasi, suatu perusahaan berharap dapat mengurangi pengeluaran untuk menjalankan kegiatan operasional. Disaat awal proses mengembangkan perusahaan tentunya telah mengeluarkan biaya yang besar untuk mengembangkan inovasi agar perusahaan dapat membantu menjalankan operasionalnya dengan efektif dan efisien. Menurut (Fitria, 2020) untuk melakukan inovasi, perusahaan harus mengembangkan strategi secara menyeluruh, yaitu dengan penggambaran bagian dan penggambaran cara untuk mencapainya, penyesuaian beraneka kegiatan akan menghasilkan kreasi, pengembangan dan nilai jual produk yang dapat memaksimalkan inovasi.

Menurut POJK Nomor 12/POJK.3/2018 Bab II tentang Layanan Perbankan Elektronik dalam Pasal 3 mengampakan bahwa Bank menyelenggarakan Layanan Perbankan digital dengan memanfaatkan saluran distribusi (*delivery channel*), antara lain *Automatted Teller Machine (ATM)*, *Cash Deposit Machine (CDM)*, *Phone Banking*, *Short Message Service (SMS) Banking*, *Electronic Data Capture (EDC)*, *E-Money*, *E-Payment*, *Internet Banking*, dan *Mobile Banking*. Ada begitu banyak layanan perbankan elektronik yang diberikan oleh perbankan kepada para nasabah. Namun yang menjadi urgensi dari penelitian ini adalah bagaimana inovasi keuangan *mobile banking* dan *internet banking* dapat meningkatkan kinerja keuangan yang nantinya akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan dalam menarik minat investor. Untuk itu peneliti menggunakan *mobile banking* dan *internet banking* dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan layanan *mobile banking* dan *internet banking* yang masih tergolong dalam kebaruan pada sektor perbankan dan juga dikarenakan

banyaknya nasabah yang saat ini menggunakan layanan ini. Namun, penerapannya belum merata di Indonesia. Dari 107 perusahaan perbankan di Indonesia, hanya 49 perusahaan perbankan yang memiliki layanan *mobile banking* dan *internet banking*. Peneliti mengharapkan penelitian ini bisa menjadi masukan untuk bank di Indonesia khususnya bagi bank yang belum memiliki layanan *mobile banking* dan *internet banking* untuk turut mengikuti perkembangan teknologi informasi saat ini.

Meskipun saat ini layanan *mobile banking* dan *internet banking* belum merata di semua bank. Namun, transaksi via *mobile banking* dan *internet banking* saat ini banyak diminati penduduk Indonesia. Tidak hanya orang tua, tetapi anak muda mulai dari mahasiswa hingga pelajar yang duduk di bangku sekolah menengah banyak yang menggunakan layanan ini demi kenyamanan, kemudahan, kepraktisan bertransaksi dan memperoleh segala informasi.

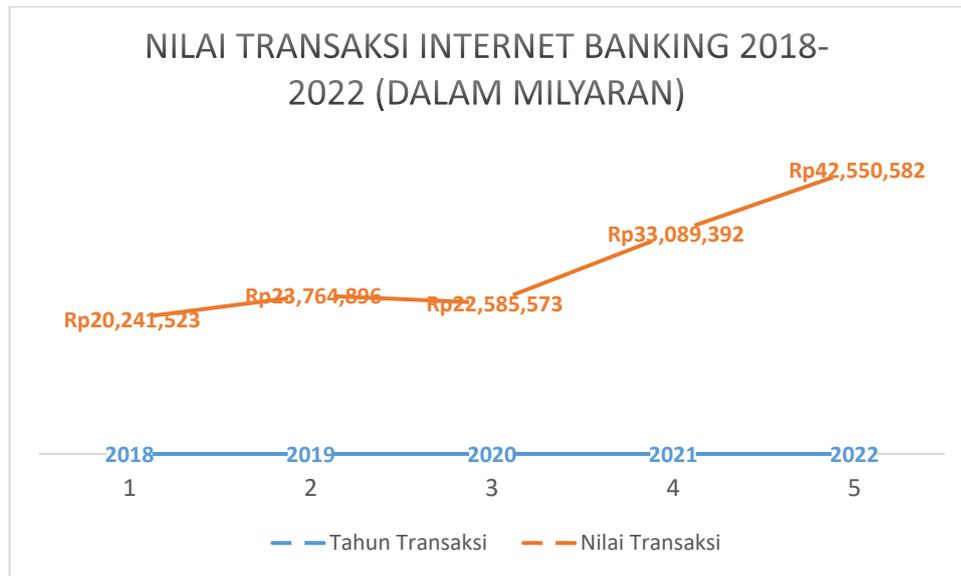
Berikut peneliti berikan gambaran mengenai penggunaan transaksi *mobile banking* dan *internet banking* selama 5 tahun terakhir :



*Gambar 1. 1 Nilai Transaksi Mobile banking*

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa dari tahun 2018 sampai 2022 mengalami kenaikan. Pada tahun 2018 ke 2019 mengalami kenaikan sebesar Rp. 1.193.788 miliar. Kemudian pada tahun 2019 ke 2020 mengalami kenaikan sebesar Rp. 1.247.631 miliar. Lalu pada tahun 2020 ke 2021 mengalami kenaikan sebesar Rp. 2.960.743 miliar. Dan pada tahun 2021 ke 2022 mengalami kenaikan sebesar Rp. 2.264.374 miliar. Dapat disimpulkan bahwa kenaikan paling besar terjadi pada tahun 2020 ke 2021, yaitu sebesar Rp. 2.960.743 miliar.

Grafik tersebut menunjukkan bahwa nilai transaksi *mobile banking* dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022 secara signifikan mengalami kenaikan secara terus menerus. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *mobile banking* di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Karena *mobile banking* mampu memberikan keleluasan dan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan dalam pengecekan saldo, melakukan transfer uang sesama bank ataupun antar bank, melakukan pembayaran tagihan, maupun layanan lainnya hanya dengan pencet PIN untuk masuk ke aplikasi *mobile banking* serta koneksi internet, maka transaksi dapat dilakukan.



*Gambar 1. 2 Nilai Transaksi Internet Banking*

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa terjadi kenaikan pada tahun 2018 ke 2019 yaitu sebesar Rp. 3.523.373 miliar. Kemudian mengalami penurunan pada tahun 2020 sebesar Rp. 1.179.323 miliar. Lalu pada tahun 2020 ke 2021 naik cukup besar yaitu sebesar Rp. 10.503.819 miliar. Dan pada tahun 2021 ke 2022 naik sebesar Rp. 9.461.190 miliar. Kenaikan terbesar terjadi pada tahun 2020 ke 2021, yaitu sebesar Rp. 10.503.819 miliar.

Grafik tersebut menunjukkan bahwa nilai transaksi *internet banking* dari tahun 2018 sampai dengan 2022 tidak hanya mengalami kenaikan saja. Tetapi juga mengalami penurunan yaitu pada tahun 2020 sebesar Rp. 1.179.323 miliar. Hal ini bisa saja disebabkan oleh faktor-faktor perekonomian yang terjadi pada tahun itu. Seperti covid-19 yang mulai marak yang menyebabkan banyak pengusaha, penjual tidak dapat melakukan aktivitasnya dalam pemenuhan kebutuhan ekonomi. Walaupun demikian, pada tahun selanjutnya mengalami kenaikan yang cukup tinggi, tidak sebanding dengan penurunan

yang terjadi pada tahun 2020. Dan mengalami kenaikan lagi pada tahun 2022. Jika dibandingkan dengan nilai transaksi *mobile banking*, nilai transaksi *internet banking* jauh lebih besar. Bahkan hingga mencapai angka Rp. 42.550.582 miliar pada tahun 2022.

Penelitian oleh (Widyandri & Laila, 2022) menunjukkan bahwa *mobile banking* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Artinya, jika perusahaan memiliki layanan *mobile banking*, maka kinerja keuangan perusahaan akan meningkat. Hal ini karena *mobile banking* membantu bank dalam mengurangi biaya dan dapat menambah pendapatan. Berbeda dengan penelitian (Fazira & Hapsari, 2023) mengatakan bahwa *mobile banking* berpengaruh negative terhadap kinerja keuangan. Dimana apabila perusahaan memiliki layanan *mobile banking*, maka kinerja keuangan perusahaan akan menurun. Penurunan ini disebabkan pendapatan yang didapatkan atau dihasilkan lebih kecil daripada investasi untuk menerapkan layanan *mobile banking*.

Riset yang dilakukan oleh (S. Wulandari & Novitasari, 2020) menunjukkan bahwa *internet banking* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Artinya, apabila perusahaan memiliki layanan *internet banking*, maka kinerja keuangan perusahaan akan meningkat. Dikarenakan dengan adanya inovasi keuangan *internet banking* dengan kemajuan teknologi yang pesat di perusahaan akan menambah pendapatan atau profit sehingga kinerja perusahaan akan mengalami peningkatan. Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Egan & Prawoto, 2013) yang

menyatakan bahwa *internet banking* berpengaruh negative terhadap kinerja perbankan. Yang artinya, jika perusahaan memiliki layanan *internet banking* maka kinerja perusahaan akan menurun. Hal ini disebabkan beban untuk operasional dan beban perawatan penggunaan *internet banking* tidak sesuai dengan keuntungan yang didapat dari *internet banking*.

Penelitian dengan judul "Inovasi Keuangan: Pengaruh *Mobile Banking* dan *Internet Banking* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Perbankan di Indonesia" menarik perhatian peneliti karena latar belakang masalah dan ketidakkonsistenan temuan penelitian sebelumnya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Karena latar belakang masalah serta ketidakkonsistenan temuan penelitian sebelumnya, untuk itu peneliti merumuskan rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *mobile banking* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan sektor perbankan yang ada di Indonesia?
2. Apakah *internet banking* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan sektor perbankan yang ada di Indonesia?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Bersumber pada rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh *mobile banking* terhadap kinerja keuangan perusahaan sektor perbankan yang ada di Indonesia

2. Untuk menguji pengaruh *internet banking* terhadap kinerja keuangan perusahaan sektor perbankan yang ada di Indonesia

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, manfaat yang akan diperoleh yaitu:

##### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini akan meningkatkan kinerja dan penerapan ilmu teknologi informasi di perusahaan perbankan. Serta dapat menjadi sarana dalam pengembangan mata kuliah akuntansi perbankan.

##### 1.4.2 Manfaat Praktis

1. Manfaat bagi Perusahaan

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan saat mereka mengembangkan fitur mobile banking dan internet banking untuk membuat pelanggan lebih mudah menggunakan layanan ini.

2. Manfaat bagi Investor

Sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk melakukan investasi agar mendapatkan suatu informasi yang terpercaya dari hasil penelitian ini.

3. Manfaat bagi Nasabah

Bagi nasabah dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam perkembangan perbankan di Indonesia.