

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Kecil, dan Menengah (UKM) adalah sektor bisnis yang memiliki peranan dan andil yang signifikan di Indonesia. Peranan penting dalam perekonomian Indonesia, meliputi memperbanyak kesempatan kerja dan peluang tenaga kerja, pembentukan produk domestik bruto (PDB) serta pengadaan jaring penguat teruntuk masyarakat pendapat rendah untuk mensukseskan kegiatan ekonomi produktif. Perluasan lingkup Usaha Kecil Peningkatan dan pembinaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia sangat penting untuk mendorong daya saingnya di tingkat lokal dan global. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) pada tahun 2022, tercatat ada sekitar 8,71 juta badan usaha UKM di Indonesia. UKM menyumbang 60,5% pada PDB dan mempekerjakan 96,9% dari total angkatan kerja nasional. Oleh karena itu, pemberdayaan UKM yang tepat dan berkelanjutan akan berdampak positif pada kesejahteraan pelaku usaha serta pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia secara keseluruhan.

Di Provinsi Sumatera Barat, sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memegang peranan penting dalam mendukung perekonomian daerah. Keunikan budaya sosial masyarakat Minang yang cenderung mahir dalam berdagang turut mendukung perkembangan UKM di wilayah ini. Seiring berjalannya waktu, jumlah UKM di Provinsi Sumatera Barat terus bertambah dari tahun ke tahun (Anggraini, 2023). Pada tahun 2022, berdasarkan data Kementerian Koperasi dan

UKM, terdapat 296.052 unit UKM di daerah tersebut. Provinsi Sumatera Barat mengelompokkan sektor kewirausahaan menjadi Industri Kecil atau Mikro, dengan fokus pada beberapa industri utama seperti industri pangan, industri tekstil, dan sejenisnya. Industri makanan menjadi yang paling banyak dengan jumlah usaha mencapai 41,66 ribu, diikuti oleh industri pakaian sebanyak 16,28 ribu usaha, dan industri tekstil sebanyak 15,25 ribu usaha, menurut data dari BPS tahun 2022. Dengan pertumbuhan UKM yang terus meningkat setiap tahunnya, pemerintah Sumatera Barat mendorong pelaku UKM untuk beralih ke ekonomi digital. Tujuannya adalah untuk menghadapi berbagai rintangan yang ada di dunia usaha saat ini dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital.

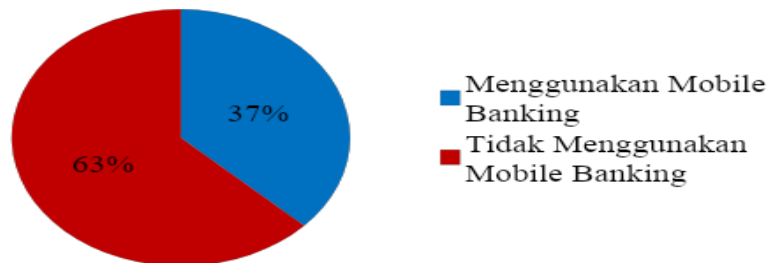
Perkembangan *platform digital* dalam dunia bisnis terus berkembang dari tahun ketahun. Penggunaan sistem pembayaran secara digital telah menjadi salah satu pendorong utama dalam sektor bisnis, terutama selama masa pandemi. Antara tahun 2019 dan 2020, nilai ekonomi digital di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 11 persen. Perkembangan ini tidak terlepas dari dukungan pemerintah melalui program Peta Jalan Indonesia Digital 2021-2024. Program ini bermaksud untuk mempromosikan penggunaan layanan berbasis web di berbagai bidang, seperti operasi pemerintah dan ekonomi, dengan fokus pada sektor UKM.

Salah satu bentuk aplikasi digital dalam transaksi keuangan yang bisa digunakan oleh pengusaha di Sumatera Barat yaitu *mobile banking* atau *mBanking*. Dalam rangka meningkatkan efektivitas dan efisiensi, bank menawarkan *mobile banking* sebagai layanan untuk mendukung berbagai jenis transaksi keuangan (Pertwi & Ariyanto, 2017). *Mobile banking* adalah fasilitas

melakukan transaksi keuangan secara *online* dengan menggunakan ponsel atau *smartphone*. Fasilitas yang disediakan dari *mobile banking* ini diantaranya transfer, isi pulsa, token listrik, QRIS dan Fitur *mobile banking* termasuk transfer, dan pembayaran tagihan elektronik untuk hal-hal seperti listrik, paket internet, TV kabel, dan layanan lainnya.

Penggunaan *mobile banking* memberikan berbagai manfaat praktis dan aman, serta memudahkan proses pembayaran baik dari segi finansial maupun non-finansial. Terutama bagi pelaku UKM, pengenalan *mobile banking* ke dalam industri perbankan telah menguntungkan kegiatan yang berhubungan dengan transaksi dengan bank (Bharata & Widyaningrum, 2020). Berkat layanan *mobile banking*, pengusaha UKM dapat praktis bertransaksi perbankan secara cepat dan aman melalui perangkat *mobile banking* mereka. Hal ini bisa menghemat waktu dan uang dengan tidak perlu lagi datang ke bank atau lembaga keuangan fisik. Selain itu, penggunaan *mobile banking* juga memungkinkan pengusaha UKM untuk melakukan pembayaran dan menerima pembayaran dengan lebih efisien, sehingga membantu meningkatkan efektivitas operasional mereka. Dalam keseluruhan, *mobile banking* telah membawa kemudahan dan efisiensi dalam proses transaksi keuangan, memungkinkan pengusaha UKM untuk fokus pada pengembangan usaha mereka tanpa harus terbebani dengan biaya transaksi yang tinggi (Mujahed et al., 2022).

Menurut Katadata (2022), jumlah pengguna *mobile banking* di tahun 2021 yaitu:



Gambar 1. 1 Penggunaan *Mobile Banking* oleh UKM

Sumber: www.katadata.co.id

Pada data Gambar 1.1 menjelaskan bagaimana layanan *mobile banking* oleh UKM masih belum merata pada tahun 2021. Meskipun sebanyak 37% dari UKM yang menggunakan *mobile banking*, namun angka ini masih tergolong kecil dibandingkan dengan jumlah UKM yang tidak menggunakan *mobile banking* sebesar 63%. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa faktor seperti kurangnya akses atau pemahaman tentang teknologi digital di kalangan pelaku bisnis UKM, keterbatasan infrastruktur dan jaringan internet yang memadai, serta masalah keamanan data transaksi. Penggunaan *mobile banking* bagi UKM memiliki banyak manfaat seperti efisiensi dalam proses pembayaran dan penagihan tagihan, serta lebih mudah melakukan pemantauan *cash flow* secara *real-time*. Karena itu perlu upaya untuk meningkatkan pemahaman para pelaku UKM tentang manfaat dan penggunaan teknologi digital agar semakin banyak UKM yang beralih menggunakan transaksi dengan *mobile banking*.

Penerapan *mobile banking* menjadi faktor signifikan dalam kemajuan teknologi informasi di lingkungan bisnis, terutama untuk UKM. Penggunaan *mobile banking* dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat dijelaskan menggunakan model *technology-organization-environment* (TOE) *Framework* yang dikenalkan oleh Tomatzky & Fleischer (1990), faktor yang menjadi pengaruh pengadopsian *mobile banking*, 3 faktor yang memberi pengaruh pada UKM yakni *technology, organization, environment* (Mujahed et al., 2022). Penelitian sejenis telah dilakukan oleh Maurizkika & Fitria (2022) tentang pengaruh TOE *Framework* terhadap adopsi *e-commerce* pada UKM sepatu di sentra sepatu Cibaduyut Bandung. Maurizkika & Fitria, (2022) memberi bukti bahwa teknologi, organisasi, dan lingkungan memiliki pengaruh besar dalam adopsi *e-commerce* oleh UKM. Hanum & Sinarasri, (2018), membuktikan bahwa pengaruh terbesar UKM dalam mengadopsi *e-commerce* adalah faktor teknologi, faktor organisasi, faktor lingkungan dalam konteks kesiapan penggunaan adopsi *e-commerce*.

Mujahed et al., (2022), Adopsi *mobile banking* oleh UKM terdampak oleh beberapa hal. Pertama, keuntungan relatif yang terasa oleh UKM dari teknologi tersebut. Jika UKM merasa bahwa *mobile banking* dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi bisnis mereka, mereka lebih cenderung untuk mengadopsinya. Kedua, faktor kompatibilitas, yaitu sejauh mana teknologi *mobile banking* dapat berintegrasi dengan sistem bisnis yang sudah ada di UKM. Semakin mudah integrasi teknologi ini, semakin besar kemungkinan adopsi. Terakhir, faktor kompleksitas juga berpengaruh, karena tingkat kesulitan dalam

mengadopsi teknologi dapat mempengaruhi keputusan UKM untuk menggunakannya. Dengan memahami faktor-faktor ini, UKM dapat mengambil langkah-langkah yang tepat dalam mengadopsi *mobile banking* untuk mendukung perkembangan bisnis mereka. (Hanum & Sinarasri, 2018).

Faktor organisasi merupakan aspek yang timbul dari dalam lingkungan organisasi dan berpengaruh pada adopsi *mobile banking* oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Kesiapan organisasi untuk menghadapi perubahan teknologi serta dukungan yang diberikan oleh manajemen puncak sangat penting dalam proses adopsi. Kesiapan organisasi mencakup infrastruktur, sumber daya manusia, dan proses bisnis yang disiapkan untuk mendukung penggunaan *mobile banking*. Sementara itu, dukungan dan peran aktif manajemen puncak dalam mengenalkan serta menerapkan teknologi *mobile banking* akan mempengaruhi kesadaran dan motivasi anggota organisasi untuk mengadopsinya. Dengan memahami dan mengatasi faktor-faktor organisasi ini, UKM dapat lebih sukses dalam mengadopsi *mobile banking* sebagai bagian dari perkembangan bisnis mereka. (Hanum & Sinarasri, 2018).

Faktor lingkungan merupakan pengaruh eksternal pada adopsi teknologi baru organisasi termasuk elemen seperti pesaing, pelanggan, dan intervensi pemerintah. Keputusan organisasi untuk menerima terobosan teknis dapat sangat dipengaruhi oleh lingkungan, baik secara positif maupun negatif (Effendi et al., 2020).

Penelitian di Negara Palestina oleh Mujahed et al. (2022) menunjukkan bahwa faktor teknologi, faktor lingkungan, dan faktor organisasi menjadi faktor penentu dalam adopsi *mobile banking* oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Sementara itu, penelitian di Negara Yordania oleh Alrousan et al. (2020) mengungkapkan bahwa hal-hal yang berdampak pada adopsi *e-marketing* oleh pengambil keputusan di UKM Yordania meliputi keunggulan relatif, kompleksitas, keahlian TI, dukungan manajemen puncak, pengetahuan TI, dan tekanan eksternal. Selanjutnya, penelitian di Negara India oleh Kumar et al. (2017) menyimpulkan bahwa adopsi *cloud computing* oleh UKM India dipengaruhi oleh faktor kegunaan, persepsi kemudahan, keuntungan relatif, kesesuaian, keamanan dan privasi, kesiapan teknologi, dukungan puncak manajemen, dimensi perusahaan, faktor eksternal, dan bantuan penyedia layanan. Kesimpulannya, ketiga penelitian tersebut menekankan pentingnya aspek teknologi, sistem organisasi, dan lingkungan berperan dalam adopsi teknologi di berbagai negara, khususnya dalam lingkup UKM.

Penelitian tentang faktor-faktor mengadopsi *mobile banking* pada UKM di Indonesia masih sedikit. Pradana & Sagoro, (2021), menganalisis faktor-faktor dalam penggunaan *mobile payment* pada UKM mereka melihat faktor optimisme, faktor inovasi, faktor ketidaknyamanan, faktor ketidakamanan, faktor kemudahan, faktor persepsi kegunaan. Faktor-faktor tersebut mempengaruhi UKM untuk menggunakan *mobile payment*. Dewi & Pratama, (2023), menyatakan bahwa penggunaan pembayaran digital di UKM masih sedikit, karena pemahaman tentang alat pembayaran digital yang kurang. (Namira, 2022), melihat bagaimana

hal yang berperan pada penggunaan *e-payment* bagi UKM di Kota Padang, mereka melihat faktor persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan risiko, faktor tersebut mempengaruhi niat UKM dalam penggunaan *e-payment* sebagai alat transaksi. Fernos & Alfadino, (2021), melihat bagaimana minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* di Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat cabang Dharmasraya Koto Baru, studi ini dipengaruhi oleh *rewards*, *trust*, dan *convenience*. Minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* di Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat cabang Dharmasraya Koto Baru dipengaruhi oleh penghargaan, kepercayaan, dan kenyamanan., penelitian ini menjelaskan bahwa manfaat tak ada kaitan pada minat nasabah, sedangkan kepercayaan dan kemudahan memiliki pengaruh pada minat nasabah. Hanum & Sinarasri, (2018), menyatakan bahwa adopsi *e-commerce* dipengaruhi oleh faktor teknologi, individual, lingkungan, sedangkan faktor organisasi tidak memberi pengaruh adopsi *e-commerce* pada UKM.

Dari keterbatasan jumlah penelitian sebelumnya yang tidak membahas secara komprehensif permasalahan saat ini, dalam penggunaan teknologi yang semakin berkembang seperti teknologi pembayaran secara digital. Oleh karena itu, sangat penting untuk dilakukan penelitian tentang adopsi *mobile banking* di UKM Sumatera Barat. Serta mengidentifikasi peran *mobile banking*, dan hal apa yang memberi pengaruh pada adopsi *mobile banking* oleh UKM. Penelitian ini memberikan kontribusi tentang keunggulan *mobile banking* untuk sektor UKM. Adopsi *mobile banking* didasarkan pada kerangka TOE yang dimodifikasi, mencakup variabel baru yang diabaikan dalam penelitian sebelumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut berdasarkan uraian latar belakang yang telah diberikan di atas.:

1. Apakah faktor infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berpengaruh terhadap adopsi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat ?
2. Apakah faktor keahlian teknologi informasi dan komunikasi TIK berpengaruh terhadap adopsi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat ?
3. Apakah faktor dukungan manajemen puncak organisasi berpengaruh terhadap adopsi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat ?
4. Apakah faktor manfaat yang dirasakan organisasi berpengaruh terhadap adopsi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat ?
5. Apakah faktor sumber keuangan organisasi berpengaruh terhadap adopsi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat ?
6. Apakah faktor dukungan pemerintah organisasi berpengaruh terhadap adopsi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat ?
7. Apakah faktor pasar dan produk organisasi berpengaruh terhadap adopsi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat ?

8. Apakah faktor eksternal model bisnis berpengaruh terhadap adopsi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat ?
9. Apakah faktor eksternal regulasi berpengaruh terhadap adopsi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat ?
10. Apakah faktor lingkungan kolaborasi pemangku kepentingan berpengaruh terhadap adopsi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat ?

1.3 Tujuan Penelitian

Studi ini memiliki tujuan untuk menguji secara empiris tentang pernyataan masalah di atas.:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis secara empiris faktor infrastruktur TIK terhadap adopsi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat.
2. Untuk mengetahui dan mempelajari secara empiris faktor keahlian TIK terhadap adopsi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis secara empiris faktor dukungan manajemen puncak organisasi terhadap adopsi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat.
4. Untuk mengetahui dan mempelajari secara empiris faktor manfaat yang dirasakan organisasi terhadap adopsi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis secara empiris faktor sumber keuangan organisasi terhadap adopsi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat.

6. Untuk mengetahui dan menganalisis secara empiris faktor dukungan pemerintah organisasi terhadap adopsi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis secara empiris faktor produk dan pasar organisasi terhadap implementasi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat.
8. Untuk mengetahui dan menganalisis secara empiris faktor lingkungan model bisnis terhadap implementasi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat.
9. Untuk mengetahui dan menganalisis secara empiris faktor lingkungan regulasi terhadap implementasi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat.
10. Untuk mengetahui dan menganalisis secara empiris faktor lingkungan kolaborasi pemangku kepentingan terhadap adopsi *mobile banking* pada UKM di Sumatera Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diperoleh dari hasil studi ini yakni:

1. Studi ini diharapkan bisa memberi kontribusi sebagai sumber masukan dan pengetahuan bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam memahami aspek yang memberi pengaruh pada implementasi *mobile banking*. Dengan demikian, UKM dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dalam mengimplementasikan teknologi ini untuk mendukung keberhasilan dan perkembangan bisnis mereka.

2. Bagi pemerintah, hasil dari studi ini diantisipasi bisa menjadi sumber informasi tambahan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi UKM dalam menggunakan *mobile banking* sebagai alat pembayaran. Informasi ini dapat membantu pemerintah dalam merancang kebijakan yang lebih tepat untuk mendorong adopsi teknologi keuangan *digital* di kalangan UKM, sehingga dapat memberikan dukungan lebih besar bagi pertumbuhan ekonomi dan kemajuan sektor bisnis kecil dan menengah.
3. Bagi kalangan akademik, studi ini diantisipasi untuk memberi bukti empiris mendalam pada aspek yang memberi pengaruh pada UKM dalam menggunakan *mobile banking* sebagai alat pembayaran. Temuan studi ini bisa menjadi referensi bagi para peneliti nantinya yang tertarik untuk melakukan penelitian mendalam pada bidang ini. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan akan tercipta pengetahuan lebih terperinci dan pemahaman lebih dalam mengenai adopsi teknologi keuangan di kalangan UKM.

1.5 Sistematika Penulisan

Peneliti membagi sistem penulisan ke dalam kategori berikut berdasarkan sistematika keseluruhan studi ini:

Bab 1 Pendahuluan: Konteks penelitian, identifikasi dan definisi masalah, dan penekanan penelitian terdiri dari pendahuluan, tujuan penelitian, nilai penelitian, definisi kata, dan sistematika pembahasan adalah bagian dari pendahuluan studi ini.

Bab II Landasan Teori : memberikan landasan teoritis untuk referensi penelitian ini, termasuk teori terkait penelitian, pengembangan hipotesis, dan kerangka konseptual.

Bab III Metode Penelitian : berisi mengenai penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional dan pengukuran variabel, metode pengumpulan data, teknik analisis data serta teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan : berisi mengenai gambaran secara umum objek penelitian dan hasil analisis data dengan menggunakan *measurement model assessment* dan *structural model assessment*, serta interpretasi hasil penelitian.

Bab V Penutupan : berisi mengenai kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, keterbatasan dan saran yang diberikan penulis terkait hasil analisis.