

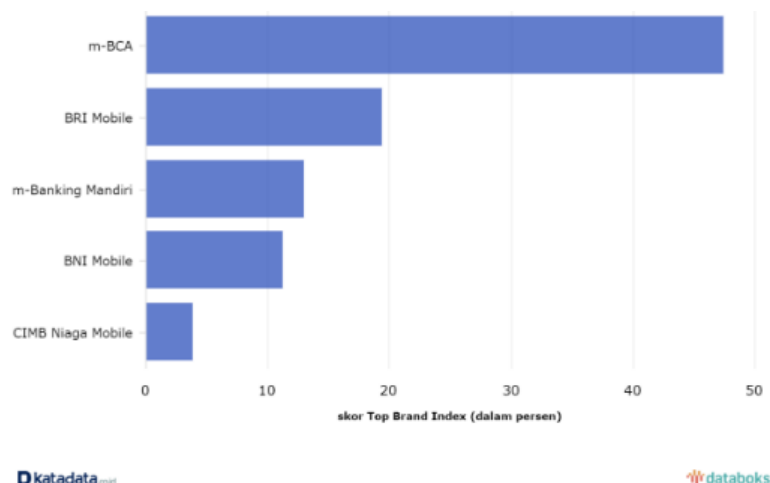
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian di dalam penelitian ini adalah pengguna *mobile banking* di Kecamatan Natar Lampung Selatan. *Mobile banking* merupakan sebuah aplikasi yang disediakan perbankan digunakan untuk bertransaksi perbankan berbasis digital online melalui media *smartphone* (OJK, 2018). *Mobile Banking* berkaitan dengan penggunaan transaksi keuangan melalui perangkat seluler. Layanan tersebut disediakan oleh beberapa lembaga keuangan, terutama bank. Adanya *mobile banking* memungkinkan klien dan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi, yang dapat bervariasi tergantung pada institusi (CFI, 2022).

Dengan adanya *mobile banking*, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi keuangan di mana dan kapan saja tanpa harus ke ATM atau ke bank apabila ingin menyelesaikan transaksi keuangan. Fitur dan layanan yang disediakan sebagian besar aplikasi *mobile banking* ialah layanan transfer antarbank, pembayaran tagihan kartu kredit, pembayaran kebutuhan rumah seperti listrik dan pulsa, pembelian dompet digital seperti shopeepay dan gopay, dan layanan lainnya (Boby, 2021).



Gambar 1. 1 Top Brand Indeks Mobile Banking di Indonesia

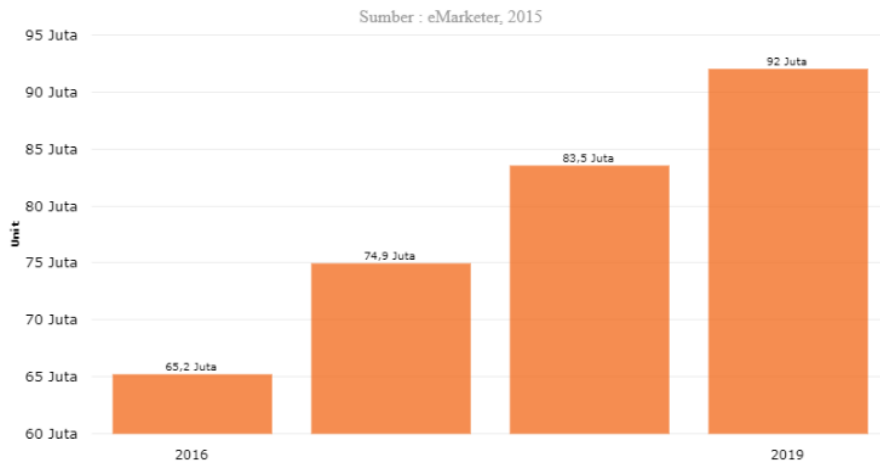
Sumber: (Top Brand Indeks, 2022)

Berdasarkan pada Gambar 1.1 di atas dari data *Top Brand Index* terdapat presentase pengguna *mobile banking* terbaik. Urutan tertinggi adalah PT Bank Central Asia Tbk (BCA) yang memiliki presentase 47,4%. Urutan kedua adalah PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI) memiliki presentase 19,4%. Selanjutnya, urutan ke tiga adalah PT Bank Mandiri yang memiliki presentase sebanyak 12,9%. Lalu, PT Bank Negara Indonesia (BNI) memegang urutan ke empat dengan memiliki presentase sebanyak 11,2%. Sementara itu, untuk CIMB Niaga tercatat sebanyak 3,8% pengguna.

1.2 Latar Belakang

Kini perkembangan teknologi informasi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat. Pertumbuhan tersebut ditandai dengan meningkatnya pemakaian *smartphone* dan penggunaan internet (Fadhil, 2021). Tidak dapat dimungkiri bahwa saat ini *smartphone* sudah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat. *Smartphone* mengalami pergeseran nilai dari sebuah benda mewah dan mahal, kini menjadi benda yang harus dimiliki masyarakat. Hal tersebut tak lepas dari fungsi *smartphone* sebagai penunjang pekerjaan, sumber informasi, sumber usaha, hingga alat interaksi sosial. Menurut Asosiasi Industri Perangkat Telematika Indonesia (AIPTI) memproyeksi bahwa produksi *smartphone* dalam negeri akan meningkat signifikan dari tahun ke tahun seiring dengan jumlahnya permintaan pasar (Jamila, 2020).

Survei Indonesiabaik.id mengimplikasikan terhadap aspek sosial budaya masyarakat Indonesia menunjukkan mayoritas masyarakat Indonesia sudah memiliki *smartphone*. Dimana pengguna *smartphone* di Indonesia mencapai hampir 2/3 atau dua kali lipat dibandingkan dengan yang tidak memiliki *smartphone* (Adisty, 2022). Dalam survei menurut Katadata.co.id, Berikut pada gambar 1.2 pengguna *smartphone* di Indonesia akan terus meningkat setiap tahunnya.



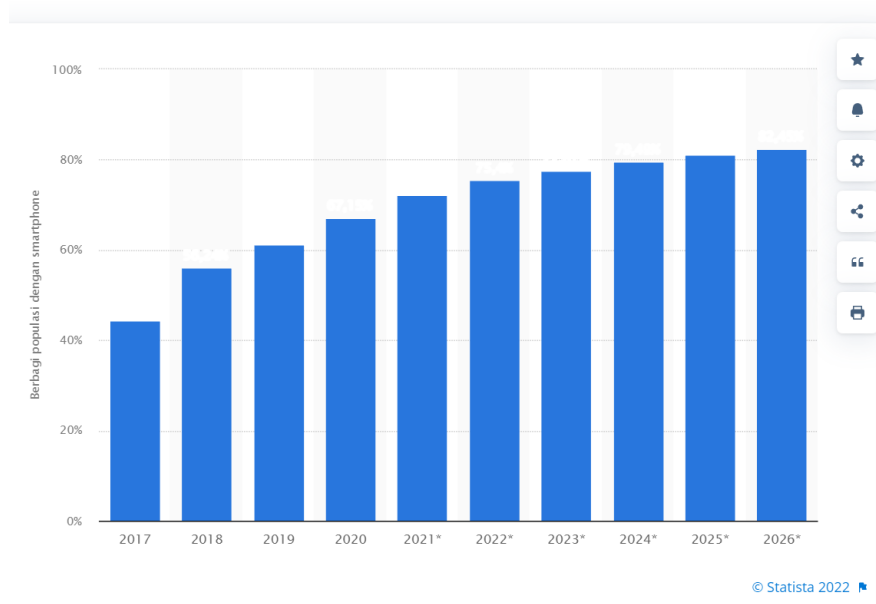
Katadata

databoks

Gambar 1. 2 Pengguna *Smartphone* di Indonesia 2016-2019

Sumber : (katadata.co.id, 2022)

Pada Gambar 1.2 menunjukkan bahwa data pengguna *smartphone* di Indonesia dari tahun 2016 sampai tahun 2019. Pada tahun 2016 data pengguna telepon pintar (*smartphone*) di Indonesia mencapai 65,2 juta jiwa, lalu meningkat menjadi 74,9 juta jiwa pada tahun 2017. Selanjutnya, pada tahun 2018 mencapai 83,5 juta jiwa dan meningkat mencapai 92 juta jiwa pada tahun 2019.

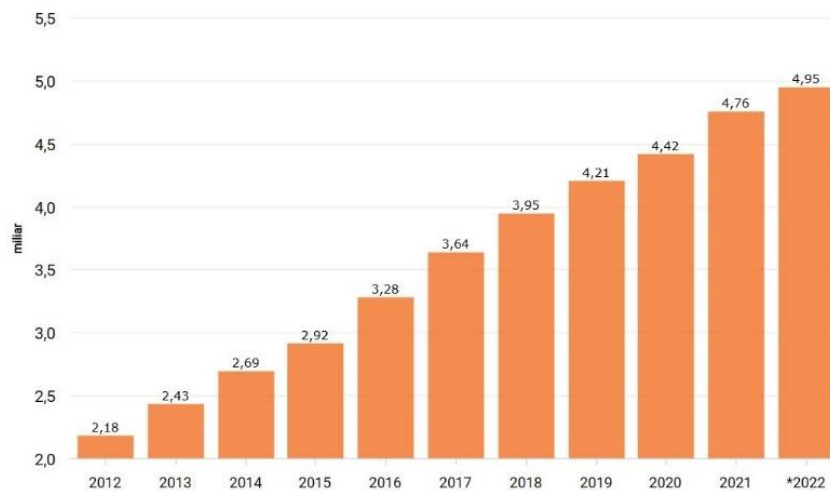


Gambar 1. 3 Penetrasi *Smartphone* di Indonesia

Sumber : (Statista, 2022)

Didukung data dari statistika yaitu pada gambar 1.3 menunjukkan perkembangan *smartphone* di Indonesia dari mulai 2017 sampai dengan tahun 2026. Pada tahun 2017, sebanyak 44,44% masyarakat Indonesia mulai memakai *smartphone*, meningkat 11,8% menjadi 56,24% di tahun 2018. Pada 2019, meningkat 5,06% menjadi 61,3%. Tahun 2020 meningkat sebanyak 5,85% menjadi 67,15%. Lalu dari tahun 2020 ke tahun 2021, tidak mengalami peningkatan pesat hanya berbeda 4,92% menjadi 72,07%. Tahun 2022 sampai dengan tahun 2026 merupakan angka prediksi yang diperkirakan akan meningkat sebanyak 10,38% dari tahun 2020.

Indonesia merupakan salah satu negara pengguna internet dengan menggunakan perangkat *smartphone*. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengguna internet di Indonesia (Adisty, 2022). Saat ini, total pengguna internet di Indonesia memiliki jumlah keseluruhan sebesar 204,7 juta atau 73,7 persen dari total 277,7 juta penduduk pada Januari 2022 (Datareportal, 2022).

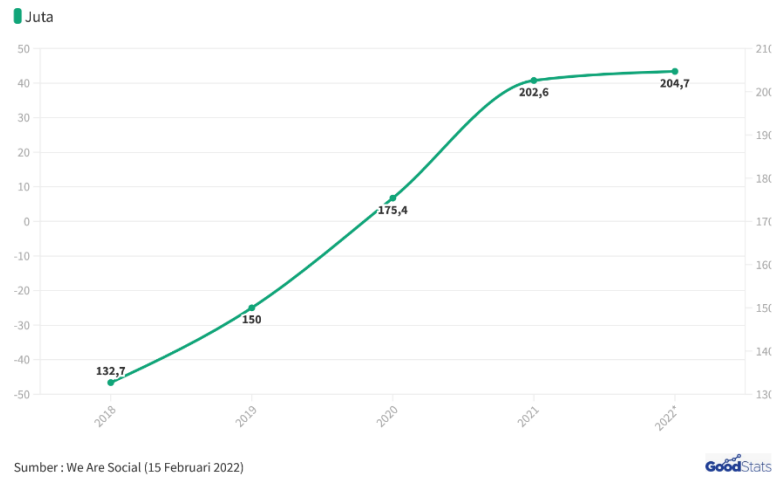


Gambar 1. 4 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2012-2022)

Sumber : (katadata.co.id, 2022)

Berdasarkan data pada gambar 1.4 menunjukkan adanya kenaikan penggunaan internet dari tahun 2012-2022. Pada 3 tahun terakhir di tahun 2018, jumlah pengguna internet tercatat sebesar 3,95 miliar. Jumlah tersebut meningkat 6,6% menjadi 4,21 miliar pada tahun 2019. Kemudian, bertambah lagi 4,9%

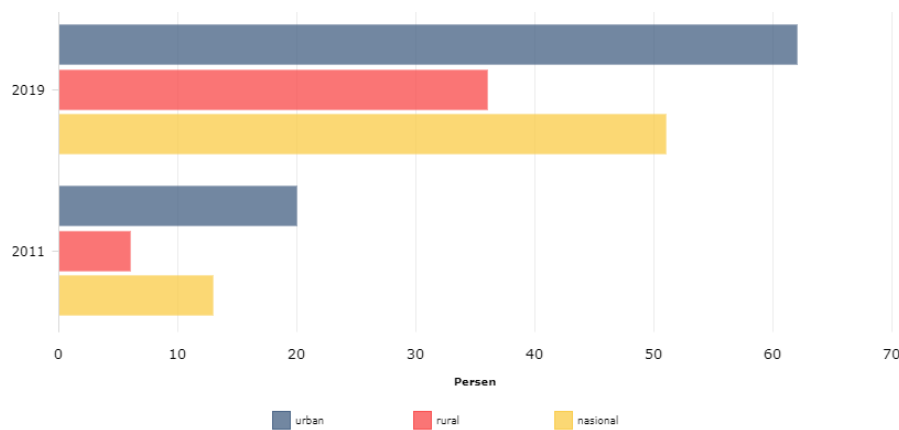
menjadi 4,42 miliar pada tahun 2020. Pada tahun 2021, jumlah terus meningkat 7,7% menjadi 4,76 miliar.



Gambar 1.5 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018 – 2022

Sumber : (GoodStats, 2022)

Hal ini didukung dengan data pengguna internet di Indonesia menurut GoodStats, penggunaan internet di Indonesia kian meningkat dari tahun ke tahun. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta dengan kenaikan presentase dari tahun sebelumnya sebesar 1,03 persen.



Katadata.co.id

Databoks

Gambar 1.6 Masyarakat Dewasa yang Terakses Internet Menurut Wilayah

Sumber : (Katadata.co.id, 2022)

Pada gambar 1.6 menunjukkan bahwa jumlah masyarakat dewasa yang terakses internet pada tahun 2011 sampai 2019. Pada tahun 2011, terdapat sebanyak 6% masyarakat pedesaan (*rural*) yang mengakses internet, meningkat 30% menjadi

sebanyak 36% pada tahun 2019. Pada tahun 2011, sebanyak 20% masyarakat perkotaan (*urban*) yang mengakses internet, meningkat 42% menjadi 62% pada tahun 2019.

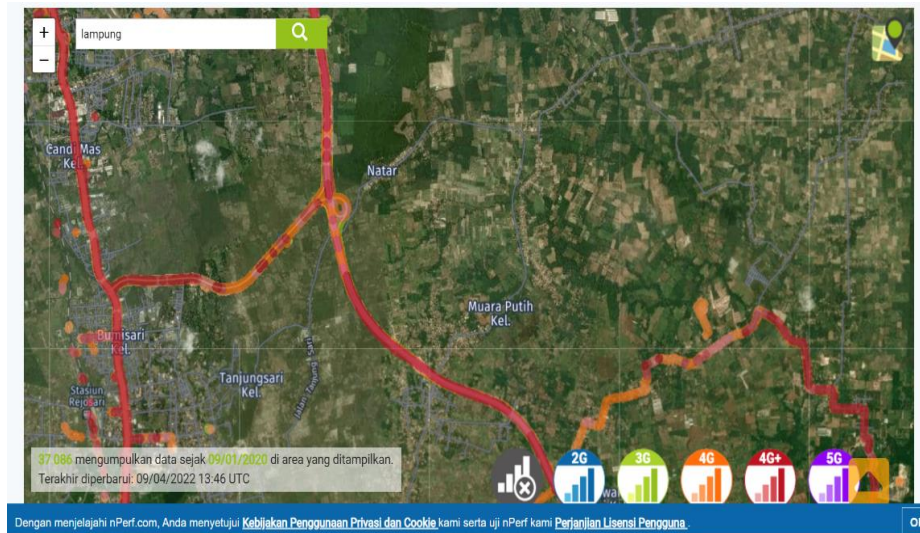
Berdasarkan data survei Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) Pada tahun 2018 menunjukkan penetrasi pengguna internet masih terpusat di perkotaan (*urban*) sebesar 72,41%. Lalu, di wilayah antara pedesaan (*rural*) dan perkotaan (*urban*) hanya 49,5% yang sudah terhubung internet. Sedangkan di daerah pedesaan (*rural*) hanya 48,3% yang sudah terhubung internet (Setyowati, 2018).

Hal ini dibuktikan sebanyak 12.548 desa di Indonesia masih belum mendapatkan akses jaringan internet seperti salah satunya 4G. Oleh karena itu, kementerian mempercepat pembangunan infrastruktur digital di seluruh desa yang ada di Indonesia. Akses internet di Indonesia masih timpang, berdasarkan data indeks internet inklusif (*Inclusive Internet Index*) dari *Economist Intelligence Unit*, cakupan pengguna Internet di Tanah Air sebenarnya cukup luas. Sektor rumah tangga pengguna internet Indonesia mencapai 66,2% (Burhan, 2020).

Untuk mengikuti tren saat ini dan memenuhi kebutuhan pengguna akan efisiensi, banyak industri menawarkan pengembangan inovatif yang bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna melalui teknologi seluler (*smartphone*). Dapat diketahui industri perbankan adalah salah satu industri paling maju dan inovatif seperti ada beberapa pengenalan baru ke dunia perbankan yang membuat pengalaman perbankan lebih mudah dan bermanfaat bagi jutaan nasabah di dunia. Industri perbankan global sebenarnya telah memodifikasi penawaran layanannya melalui penggunaan teknologi dengan mengintegrasikan layanan perbankan dengan didukung adanya jaringan internet untuk memungkinkan pengguna melakukan transaksi. Oleh karena itu, sektor perbankan telah memperkenalkan *mobile banking* untuk memungkinkan pengguna melakukan transaksi keuangan secara efisien pada perangkat *smartphone* (Elhajjar dan Ouida, 2019).

Kemudian juga diketahui salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki teknologi terkoneksi internet adalah Kecamatan Natar Lampung Selatan. Hal ini

dapat dibuktikan melalui jumlah masyarakat terkoneksi melalui jaringan Telkomsel.



Gambar 1.7 Coverage Area Network di Kecamatan Natar

Sumber : (nperf.com, 2022)

Berdasarkan pada gambar 1.7 di atas terkait faktor *Coverage Area Network* maka dapat diketahui koneksi jaringan internet di Kecamatan Natar Lampung Selatan didominasi oleh koneksi Telkomsel yang memiliki kecepatan internet 4G+ dan 4G, sehingga dapat digambarkan bahwa masyarakat di Kecamatan Natar Lampung Selatan memiliki kecepatan internet yang cukup stabil dan baik (nperf.com, 2022).

Berdasarkan dari penelitian sebelumnya yang mengenai *digital skills*, lokasi penelitian lebih dominan di daerah perkotaan. Sedangkan dalam penelitian ini, Kecamatan Natar Lampung Selatan adalah sebuah Kecamatan yang berada di Kabupaten Lampung Selatan, Lampung, Indonesia. Kecamatan Natar merupakan daerah yang memiliki wilayah terluas dibandingkan dengan kecamatan lain yang ada di Lampung Selatan. Kecamatan Natar merupakan daerah perdesaan atau pinggir kota dengan presentase terhadap luas Kecamatan sebesar 5,99% (BPS Kabupaten Lampung Selatan, 2021) Berdasarkan observasi langsung peneliti, masyarakat di Kecamatan Natar Lampung Selatan memiliki karakteristik dan kemampuan masyarakat mengenai digital yang berbeda-beda.

Kecamatan	Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kabupaten Lampung Selatan (Jiwa)								
	Laki-Laki-laki			Perempuan			Jumlah		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Natar	99 953	98 274	98 898	96 311	93 559	94 274	196 264	191 833	193 172
Jati Agung	60 222	66 105	66 524	56 465	62 499	62 977	116 687	128 604	129 501
Tanjung Bintang	39 366	42 011	42 277	38 044	40 173	40 480	77 410	82 184	82 757
Tanjung Sari	15 158	16 352	16 456	14 532	15 470	15 588	29 690	31 822	32 044
Katibung	35 506	37 259	37 495	33 608	35 304	35 574	69 114	72 563	73 069
Merbau Mataram	25 441	28 876	29 059	24 146	27 631	27 842	49 587	56 507	56 901
Jalan Sulan	11 834	12 523	12 602	11 221	11 803	11 894	23 055	24 326	24 496
Sidomulyo	29 674	33 492	33 704	28 291	31 800	32 044	57 965	65 292	65 748
Candipuro	28 616	29 435	29 622	27 464	28 192	28 407	56 080	57 627	58 029
Cara Panji	8 671	9 046	9 103	8 598	9 060	9 129	17 269	18 106	18 232
Kallanda	47 081	48 159	48 464	43 304	45 968	46 320	90 385	94 127	94 784
Rajabasa	11 958	12 847	12 928	10 787	12 002	12 094	22 745	24 849	25 022
Palas	29 408	30 986	31 182	28 547	29 878	30 107	57 955	60 864	61 289
Sragi	17 263	18 071	18 186	16 598	17 594	17 728	33 861	35 665	35 914
Penengahan	19 524	21 623	21 760	18 301	20 637	20 795	37 825	42 260	42 555

Gambar 1. 8 Jumlah Penduduk di Kecamatan Natar Lampung Selatan

Sumber: (lampungselatankab.bps.go.id, 2022)

Berdasarkan Gambar 1.8 di atas dapat diketahui bahwa jumlah penduduk di Kecamatan Natar Lampung Selatan berdasarkan jenis kelamin, pada tahun 2019 jumlah penduduk dengan kelamin laki-laki yaitu 99.953 jiwa, sedangkan jumlah penduduk perempuan yaitu 96.311 jiwa, maka dapat dijumlahkan pada tahun 2019 jumlah penduduk di Kecamatan Natar dari jumlah laki-laki dan perempuan sejumlah 196.264 jiwa. Selanjutnya, pada tahun 2020 jumlah penduduk laki-laki berkisar 98.274 jiwa dan jumlah tersebut menurun 1.679 jiwa dari tahun 2019, selanjutnya jumlah penduduk perempuan di tahun 2020 yaitu 93.559 jiwa hal ini membuktikan bahwa jumlah tersebut menurun 2.752 jiwa dari tahun sebelumnya. Dapat dijumlahkan penduduk laki-laki dan perempuan di tahun 2020 yaitu 191.833 jiwa.

Pada tahun 2021 jumlah penduduk laki-laki yaitu 98.898 jiwa, menurun 624 jiwa dari jumlah penduduk laki-laki di tahun 2020 dan jumlah perempuan yaitu 94.274 jiwa, menurun 715 jiwa dari jumlah penduduk perempuan tahun 2020. Maka dapat dijumlahkan berkisar 193.172 jiwa dari jumlah penduduk laki-laki dan perempuan pada tahun 2021.

Seiring berkembangnya dunia digital, hal ini juga akan berdampak pada sejumlah sektor, salah satunya seperti industri perbankan. Di industri perbankan, penggunaan teknologi dalam informasi dan komunikasi lebih umum daripada di industri lain. Dalam situasi ini, bank akan memiliki kesempatan untuk memberikan

layanan informasi yang lebih berkualitas dan lebih mudah digunakan kepada nasabah. Penggunaan internet *banking* dapat menguntungkan baik bank maupun nasabah. Bagi nasabah, manfaat internet *banking* yaitu dapat melakukan transaksi perbankan dengan lebih cepat dan mudah menggunakan *smartphone*, sedangkan bagi bank manfaatnya dapat menyimpan semua data transaksi nasabah dengan memanfaatkan data, sehingga akan memudahkan pihak bank (Jayawarsa et al, 2021).

Salah satu perubahan strategis yang dilakukan oleh bank adalah pengembangan aplikasi *mobile* untuk membantu kebutuhan transaksi nasabahnya. Perluasan layanan perbankan *digital* (*digital banking*) ini dinilai dapat memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi tanpa harus datang ke bank dan dapat mempersingkat waktu tunggu nasabah dalam bertransaksi (Tam and Oliviera, 2017). *Mobile banking* merupakan suatu bagian dari uang elektronik yang mampu menyediakan proses transaksi dalam cakupan transfer, pembayaran dan lainnya. Uang elektronik memudahkan penggunaannya agar tidak perlu membawa uang cash untuk melakukan transaksi. Hal ini tentunya akan lebih aman dari kasus pencopetan ketika membawa uang dalam jumlah banyak (Danamon.co.id, 2021).

Menurut *Ekonom Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF) mengatakan bahwa bank digital juga mampu menyaingi bisnis *fintech*. Bank digital menawarkan layanan yang mudah, cepat, dan serba digital, seperti yang dilakukan *fintech* saat ini. Meski begitu, bank digital unggul dalam memberikan beragam layanan serupa bank konvensional, bukan hanya pinjaman atau pembayaran saja (Lidwina, 2020).

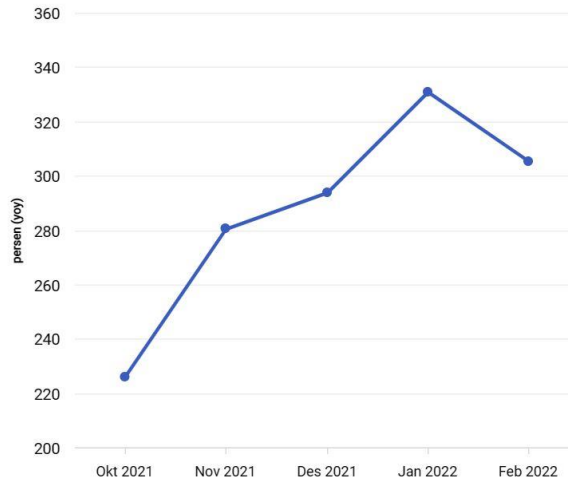
Berdasarkan data jumlah pengguna internet yang telah dijabarkan sebelumnya, sebagian besar belum tergarap oleh layanan perbankan digital. APJII mencatat dari 55,8% responden yang membeli barang kebutuhan melalui internet, 10,8% yang menggunakan layanan keuangan digital seperti *mobile banking*, *i-banking*, dan uang elektronik untuk membayar transaksinya (Lidwina, 2020). Berdasarkan data dari PT Bank Negara Indonesia Tbk, menunjukkan jumlah pengguna *mobile banking* di Indonesia sebanyak 11,8 juta pada bulan Mei 2022 (Bank Negara Indonesia, 2022).

Pada saat ini orang dewasa Indonesia yang memiliki akun rekening bank digital yaitu sebanyak 25% atau setara dengan 47.722.913 orang pada tahun 2021. Pada tahun 2022, pengguna bank digital Indonesia diperkirakan akan mencapai 31% atau 59.969.877 orang. Kenaikan pengguna bank digital diproyeksikan akan terus meningkat menjadi 39% atau 74.785.062 pada tahun 2026 (Jayani, 2021).

Selain itu juga data penggunaan transaksi *mobile banking* terlihat meningkat berdasarkan data dari Deputi Komisioner Pengawasan Perbankan (OJK) yaitu tercatat meningkat sejak tahun 2016 sampai Agustus 2021 transaksi SMS/*mobile banking* meningkat dari Rp 1.159 triliun pada tahun 2016 menjadi Rp 4.684 triliun pada Agustus 2021 atau naik lebih dari 300 persen. Transaksi internet *banking* meningkat dari Rp 13.223 triliun pada tahun 2016 menjadi Rp 20.096 triliun pada Agustus 2021 atau kenaikan hampir 50 persen (Yolandha, 2021). Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa tren penggunaan *mobile banking* meningkat sehingga perlu untuk dikaji mengenai faktor *digital skill* dalam perkembangannya.

Data penunjang lainnya menurut Katadata.co.id hadirnya QRIS yang diciptakan oleh Bank Indonesia pada Agustus 2019 yang dapat diakses oleh seluruh layanan finansial. QRIS dapat diakses dan digunakan oleh masyarakat apabila mempunyai *mobile banking*. Hingga Agustus 2022, BI mencatat lebih dari 20 juta pedagang di Indonesia telah menggunakan layanan QRIS. Bank Indonesia memaparkan, nominal pemakaian QRIS meningkat 322,5% secara tahunan dan 194,4% dari segi volume. Menurut Direktur Center of Economic and Law Studies mengatakan sebelum adanya QRIS masyarakat lebih memilih dompet digital atau *e-wallet* untuk bertransaksi belanja, namun akhirnya transaksi digital mulai bergeser ke *mobile banking* dikarenakan lebih nyaman menggunakan *mobile banking* tanpa perlu *top-up* ke *e-wallet* atau dompet digital karena akan dikenakan biaya admin sebesar Rp 1.000,00 sehingga kini porsi *e-wallet* mengecil dan masyarakat lebih tertarik menggunakan *mobile banking* (Yesidora, 2022).

Pertumbuhan Tahunan Nilai Transaksi QRIS (Oktober 2021- Februari 2022)



Gambar 1. 9 Pertumbuhan Tahunan Nilai Transaksi QRIS

Sumber : (Katadata.co.id, 2022)

Data pada gambar 1.9 menunjukkan persentase pertumbuhan tahunan nilai transaksi dari Oktober 2021 sampai Februari 2022. Bank Indonesia (BI) mencatat nilai transaksi *Quick Response Indonesia Standard* (QRIS) tumbuh 305,49% (*year-on-year/yoy*) ke Rp4,52 triliun pada Februari 2022, setelah di bulan sebelumnya sempat tumbuh 330,93% (*yoy*) seperti terlihat pada grafik. Sementara itu, volume transaksi QRIS juga tumbuh 268,64% (*yoy*) ke 54,91 juta pada Februari 2022. Pertumbuhan ini sejalan dengan tren adopsi pembayaran nontunai yang terus menguat di kalangan pedagang (*merchants*). Per bulan Februari 2022, jumlah pedagang yang menyediakan layanan pembayaran menggunakan QRIS telah mencapai 15,67 juta, angka ini ditargetkan terus berkembang hingga mencapai 26 juta pada akhir tahun 2022 (Rahman, 2022).

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna *Mobile Banking*

No	Nama Bank	Nama Aplikasi <i>Mobile Banking</i>	Jumlah Pengguna <i>Mobile Banking</i>
1.	BCA	m-BCA	20,8 juta
2.	BRI	BRImo	11,7 juta

Bersambung

Sambungan

3.	BNI	BNI Mobile Banking	10 juta
4.	Mandiri	Livin' By Mandiri	6,92 juta
5.	CIMB Niaga	Octo Mobile	2,8 juta

Sumber : Data yang telah diolah (2022)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa PT Bank Central Asia Tbk (BCA) memiliki 20,8 juta pengguna *mobile banking* yang bernama m-BCA. Kemudian, PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI) memiliki 11,7 juta pengguna *mobile banking* yang bernama BRImo. Selanjutnya, untuk PT Bank Negara Indonesia Tbk (BNI) memiliki 10 juta pengguna *mobile banking* yang bernama BNI *mobile banking*. Lalu, untuk PT Bank Mandiri Tbk memiliki 6,92 juta pengguna *mobile banking* yang bernama Livin By Mandiri. Terakhir, untuk PT Bank CIMB Niaga Tbk memiliki 2,8 juta pengguna *mobile banking* yang bernama Octo Mobile.

Berdasarkan beberapa data statistik yang telah dihimpun diatas, terdapat fenomena digital yaitu adanya kesenjangan dalam penggunaan teknologi dari berbagai kalangan generasi. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan generasi tua di pedesaan lebih sulit berpindah ke dunia digital karena tidak ada faktor yang menuntut mereka untuk bermigrasi atau pekerjaan mereka tidak berkaitan dengan digital. Beberapa kalangan merasa kesulitan mengikuti cepatnya arus digital karena faktor geografis, kesulitan ekonomi, keterbatasan akses, atau terbentur faktor sosial serta budaya (Republika, 2020). Sehingga dalam hal ini akan menimbulkan gap antara tingginya angka jumlah pengguna *smartphone*, penggunaan internet, dan pengguna layanan keuangan *online* yaitu *mobile banking* untuk melihat keterampilan digital yang dimiliki masyarakat.

Dalam penelitian ini objek yang akan diteliti adalah pengguna *mobile banking* yang ada di Kecamatan Natar Lampung Selatan. Mayoritas pekerjaan di Kecamatan Natar Lampung Selatan adalah wirausaha/pedagang dengan usia rata-rata >30 tahun dimana kemampuan dalam menggunakan internet masih terbilang rendah, hal ini dapat dilihat *skill* dalam menggunakan internet dapat dikatakan rendah, namun berdasarkan hasil survei peneliti dari masyarakat ada yang dituntut

menggunakan *mobile banking* untuk keperluan usaha, ada pula yang menggunakan *mobile banking* hanya karena gaya hidup.

Dapat dilihat juga dari infrastruktur yang merata dengan didukung dengan jaringan 4G+, maka dalam penelitian ini dapat menggambarkan *customer behavior* dalam penggunaan *mobile banking* di Kecamatan Natar Lampung Selatan dengan mengetahui faktor-faktor yang dapat membentuk *digital skills* pada *mobile banking*.

Berdasarkan data yang telah dicantumkan diatas dapat disimpulkan jika terdapat permasalahan *digital*. Hal ini diperkirakan dari beberapa data tahun terakhir penggunaan *mobile banking*. Untuk itu peneliti tertarik untuk membahas, maka dari itu judul yang akan diambil adalah “Analisis Faktor *Digital Skills* Terhadap Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* Pada Masyarakat di Kecamatan Natar Lampung Selatan”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, internet telah menjadi salah satu kebutuhan penting bagi masyarakat. Dengan adanya internet masyarakat dapat mengakses *mobile banking* untuk mempermudah transaksi keuangan yang dilakukan dengan cara cepat dan efisien. Penggunaan *mobile banking* harus dilandasi dengan pengetahuan akan *digital skills* sebagai penunjangnya, namun tidak semua masyarakat mengerti akan *digital*. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan terhadap pengaruh *digital skills* terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* di Kecamatan Natar Lampung Selatan.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diidentifikasi, maka diambil judul penelitian “Analisis Faktor *Digital Skills* Terhadap Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* Pada Masyarakat di Kecamatan Natar Lampung Selatan” dengan pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor apa saja yang membentuk keterampilan *digital* terhadap pengguna *mobile banking* di Kecamatan Natar Lampung Selatan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fenomena permasalahan yang sudah dijelaskan di latar belakang dan perumusan masalah serta pertanyaan penelitian di atas maka didapat tujuan penelitian, yaitu:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang membentuk keterampilan *digital* terhadap pengguna *mobile banking* di Kecamatan Natar Lampung Selatan

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menerapkan teori-teori dan memberikan informasi mengenai faktor-faktor keterampilan digital dan penggunaan *mobile banking* di Kecamatan Natar Lampung Selatan, serta memberikan informasi bagi mahasiswa/i yang sedang mencari informasi mengenai EFA.

1.5.2 Aspek Praktis

Dalam penelitian ini, aspek praktis dapat digunakan oleh perbankan di Indonesia untuk dijadikan inovasi dalam faktor-faktor keterampilan digital pada pengguna *mobile banking* di Kecamatan Natar Lampung Selatan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berikut merupakan sistematika dan penjelasan mengenai laporan penelitian yang terdiri dari lima bab.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan umum terkait dengan isi penelitian, bab ini dibuat secara ringkas dan padat, meliputi: Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

BAB II TINJUAN PUSTAJA

Bab ini berisi penjabaran teori penelitian dari mulai teori umum sampai dengan teori khusus, dilengkapi dengan penelitian terdahulu dari penelitian internasional sampai dengan penelitian nasional, dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan penegasan terkait dengan metode penelitian, berisi pendekatan yang dilakukan di dalam penelitian, teknik yang digunakan di dalam penelitian dengan tujuan mengumpulkan dan menganalisis hasil temuan yang didapatkan untuk menjawab masalah pada penelitian. Penguraian tentang: Jenis Penelitian, Operasional Variabel, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil dari penelitian dan uraian dari pembahasan yang sistematis sesuai dengan perumusan masalah yang ada dan tujuan penelitian yang akan disajikan di dalam beberapa sub judul. Bab IV akan terdiri dari dua bagian, pertama berisi hasil dari penelitian dan bagian kedua akan berisi pembahasan dan analisis dari hasil penelitian. Pada semua aspek pembahasan akan dimulai dari hasil analisis data, lalu diinterpretasikan dan dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan. Pembahasan yang ada akan dibandingkan dengan penelitian terdahulu atau berdasarkan dengan landasan teori yang relevan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, dan berisi pencapaian dari tujuan penelitian, dilanjutkan dengan saran dari hasil penelitian yang bersangkutan dengan manfaat penelitian. Jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.