

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Teori Dasar Penelitian

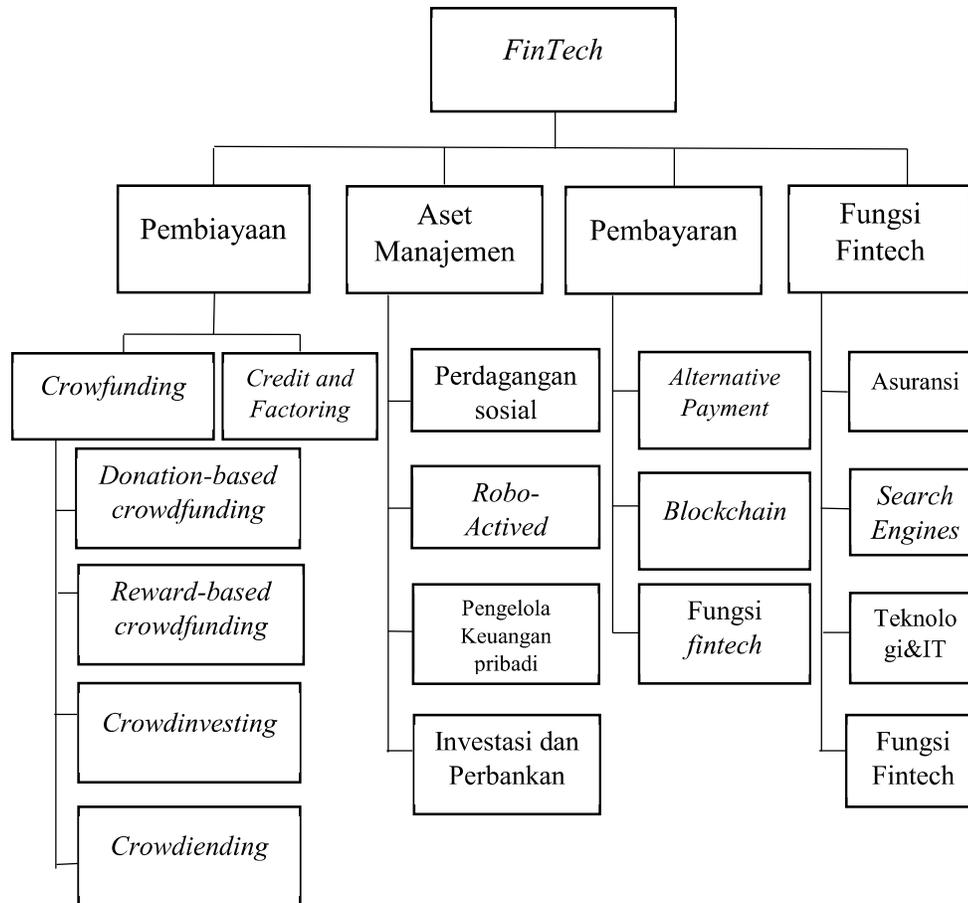
Financial Teknologi adalah inovasi yang memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam jasa keuangan. Adapun *fintech* dapat memberikan solusi keuangan, menciptakan stabilitas keuangan dan kualitas layanan keuangan. (Lia Muhibatul Aliyah, 2019). Dari segi industri *fintech* mengacu pada bisnis non-keuangan dengan menggunakan teknologi yang inovatif dalam memberikan layanan.

Technology Acceptance Model menunjukkan bahwa *mobile banking* tidak memberikan pengaruh positif kepada pengguna *mobile banking* serta kemudahan, dan layanan *mobile banking* tidak dapat memberikan pengaruh yang positif dengan penggunaan *mobile banking*. Keamanan memberikan pengaruh yang negatif terhadap penggunaan *mobile banking* (Maria & Rilo, 2015)

2.2. Financial Teknologi

Fintech, merupakan suatu layanan yang berbentuk teknologi yang berupa perangkat, layanan keuangan dan stabilitas keuangan serta penggabungan antara teknologi dan jasa keuangan. (Harahap, Idham, Kusuma, & Rakhman, 2017). *Fintech* telah didukung dengan BI dan OJK, serta OJK telah membuat peraturan POJK No. 77/POJK.01/2016 yang berbunyi “Layanan pinjaman meminjam uang berbasis teknologi informasi “. *Fintech* memiliki berbagai layanan seperti pembayaran, investasi, pinjaman, dan perencanaan keuangan (Luckandi, 2018).

Industri *fintech* menurut Dorfleitner et al di jurnal (Harahap et al., 2017) mengklasifikasikan industri *fintech* menjadi empat segmen diantaranya yaitu : pembiayaan, pengelolaan asset, fungsi *fintech*, serta pembayaran.



Gambar 2.1 Klasifikasi Industri *Fintech*

Sektor Pembiayaan untuk bisnis dan individu, pembiayaan mencakup dua segmen yaitu : *crowdfunding* dan *credit and Factoring*. Sedangkan *crowdfunding* dibagi lagi diantaranya adalah *Donation-based crowdfunding*, *reward-based*

crowdfunding, *crowdinvesting*, dan *crowdiending*. serta menawarkan layanan kredit tanpa harus orang banyak yang berpartisipasi.

Sektor Aset Manajemen untuk menawarkan pengelolaan asset, indikator agregat serta menawarkan saran. Aset manajemen mencakup empat segmen diantaranya adalah : Perdagangan Sosial, *Robo-Actived*, pengelolaan keuangan pribadi, dan investasi perbankan yang digunakan dalam layanan yang berbasis aplikasi perangkat lunak.

Sektor pembayaran untuk aplikasi dan menyangkut transaksi pembayaran nasional maupun internasional. Pembayaran mencakup empat segmen diantaranya adalah *alternative payment*, *blackchain*, dan fungsi *fintech*. Sedangkan Sektor Fungsi *fintech* yang memiliki fungsi tradisional antara lain yaitu : Asuransi, *search engines*, Teknologi, IT dan infrastruktur.

2.2.1. Mobile Banking

Mobile banking adalah suatu layanan yang dapat melakukan transaksi pembayaran, pembelian, dan Transfer yang dapat dilakukan di *handphone* ataupun ponsel seluler. Dengan melalui telepon seluler dan *mobile banking*, transaksi dapat dilakukan dengan manual dalam arti biasanya nasabah akan datang langsung untuk antri di bank, kini dengan *mobile banking* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan telepon seluler serta dapat dengan mudah dan cepat dalam melaksanakan suatu transaksi (Fadlan & Dewantara, 2018).

2.3. Faktor Kemudahan

Faktor Kemudahan yaitu mengukur tingkat kepercayaan seseorang terhadap penggunaan suatu sistem teknologi dengan mudah, serta memiliki

beberapa indikator dalam kemudahan penggunaan antara lain yaitu *easy to use*, *easy to learn*, *become skillful*, dan *understandable and clear*. Dengan begitu jasa yang diberikan untuk bagi pengguna mudah dalam menggunakannya, maka para pengguna dapat menerima atau menggunakan teknologi tersebut. (Tirtana & Sari, 2014). Kemudahan dapat memberikan berbagai faktor dalam *mobile banking* seperti mudah dimengerti, dapat di pelajari dengan mudah serta tidak susah dalam melakukan suatu transaksi.

Kemudahan berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking*. Seperti jika tidak mudah menggunakan maka nasabah akan lebih memilih untuk pergi ke bank dalam melaksanakan suatu transaksi. Jika bank dapat memberikan suatu layanan yang dengan mudah di pelajari dan mudah digunakan maka nasabah akan menjadi minat dalam menggunakan *mobile banking*.

2.4. Faktor Keamanan

Faktor Keamanan yaitu persepsi nasabah terhadap bank dalam melindungi transaksi personal nasabah dalam penggunaan yang tidak berwenang. Dengan memiliki Keamanan yang berguna dalam bertransaksi dapat membuat nasabah merasa percaya dan terjamin dalam melaksanakan suatu transaksi. Serta dapat menjaga jaminan saldo, pengendalian sistem internal transaksi, dan menjaga rahasia pin pengguna. Faktor yang signifikan dalam mempengaruhi tingkat kepercayaan nasabah adalah risiko yang akan timbul pada saat melaksanakan transaksi secara *online* seperti kerahasiaan data nasabah, saldo nasabah yang dapat menjadi penyalahgunaan data pribadi (Hadi & Novi, 2015)

Keamanan berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking* yang jika *mobile banking* tidak aman dalam melaksanakan suatu transaksi maka nasabah akan tidak percaya atas transaksi yang akan dilakukannya pada *mobile banking*. Sebaliknya, jika bank dapat memberikan suatu jaminan dalam merahasiakan data pribadi maupun saldo rekening maka nasabah akan merasa tertarik dalam menggunakan *mobile banking*.

2.5. Faktor Layanan

Faktor Layanan yaitu persepsi yang untuk mencerminkan suatu kualitas layanan yang aktual apakah sesuai dengan harapan nasabah. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah demikian pengaruh dengan loyalitas nasabah. Persepsi layanan terdapat dampak yang rendah dibandingkan dengan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah yang menerima layanan dan dapat melakukan pembayaran transaksi *e-commerce*, serta dapat menanggapi keluhan dengan cepat dan memberikan solusi yang tepat serta dapat melibatkan semua hubungan antara nasabah dengan *call centre* atau *customer service* yang membutuhkan kepercayaan (Setiawan, 2016).

Layanan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan pada penggunaan *mobile banking* yang jika suatu layanan tidak jelas atau kurang jelas dari pihak *customer service* maka nasabah akan kurungkan niatnya dalam meng-*install* program *mobile banking*. Sebaliknya jika kualitas layanan dalam menerangkan program *mobile banking* dengan jelas dan rinci maka nasabah akan untuk menggunakannya dengan begitu maka akan menghemat waktu transaksi nasabah.

2.6. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan dengan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini adalah sebagai berikut :

Penelitian dengan judul “ Faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan penggunaan *FinTech* pada UMKM dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* “ menyatakan bahwa kemampuan menggunakan komputer pengaruh positif terhadap persepsi penggunaan POU, kemudahan penggunaan PEU pada perangkat lunak Fintech. Persepsi kemudahan penggunaan pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan POU, sikap penggunaan ATU, perangkat lunak Fintech (Suyanto & Kurniawan, 2019).

Penelitian dengan judul “ Analisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi tingkat keamanan, dan fitur layanan terhadap penggunaan *mobile banking* pada Mahasiswa di DKI Jakarta “ menyatakan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kemanfaat, persepsi tingkat keamanan, dan fitur layanan berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking* bagi mahasiswa-mahasiwi di DKI Jakarta (Maria & Rilo, 2015).

Penelitian dengan judul “ Model pengamanan *end to end* pada *mobile banking* berbasis algoritma kurva *hyper elliptic* “ menyatakan bahwa metode pengamanan yang menggunakan kombinasi antara tanda tangan digital dan kriptografi yang akan diterapkan pada *mobile banking* serta memiliki dua aspek keamanan pesan yang dapat tercapai sekaligus (Wanda, 2016).

Penelitian dengan judul “ Fakor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan *Mobile Banking* “ menyatakan bahwa Persepsi nasabah keamanan,

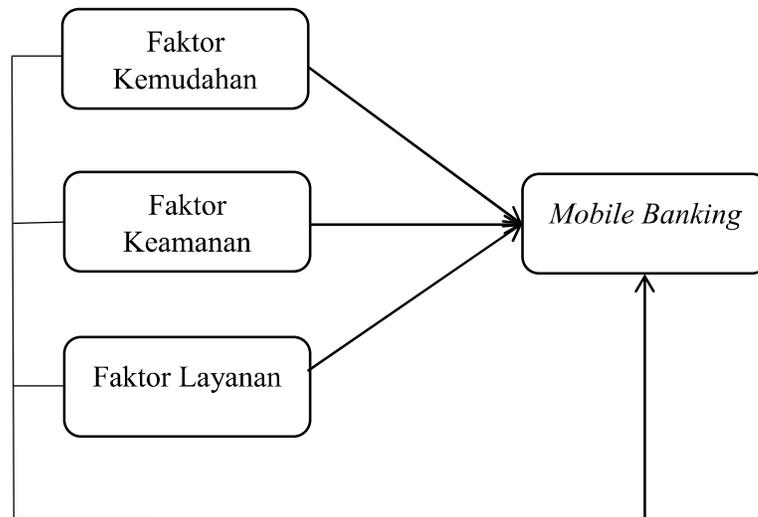
persepsi nasabah atas kemampuan akses pengaruh positif terhadap *mobile banking*. Persepsi Nasabah atas risiko berpengaruh negative terhadap *mobile banking*. Persepsi nasabah atas kemudahan penggunaan dan manfaat tidak pengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* (Hadi & Novi, 2015).

Penelitian dengan judul “ Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan *Mobile Banking* “ menyatakan bahwa semakin seseorang percaya bahwa *mobile banking* mudah , semakin dirasakan kegunaan atau manfaat, dengan mudah dipahami untuk digunakan maka semakin meningkat kemauan seseorang dalam menggunakan *mobile banking* (Fadlan & Dewantara, 2018).

Penelitian dengan judul “ Pengaruh kualitas layanan, persepsi nilai dan kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna layanan *Mobile Banking* “ menyatakan bahwa hubungan antara kualitas layanan, persepsi nilai, kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas nasabah dan memiliki efek yang kuat dan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan bank (Setiawan, 2016).

Penelitian dengan judul “ Analisis pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* “ menyatakan bahwa dukungan pada keseluruhan hipotesis yang diajukan, dalam arti persepsi kebermanfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan memiliki pengaruh yang positif terhadap penggunaan *mobile banking* (Tirtana & Sari, 2014).

2.7. Kerangka Berpikir



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

2.8. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁ : Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan *mobile banking* di Kota Batam.

H₂ : Keamanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan *mobile banking* di Kota Batam.

H₃ : Layanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan *mobile banking* di Kota Batam.

H₄ : Kemudahan, Keamanan, dan Layanan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan *mobile banking* di Kota Batam.