

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan Ilmu Pengetahuan di bidang teknologi mendorong berbagi industri beralih menggunakan teknologi digital, tak terkecuali di bidang perbankan. Salah satu indikator yang mendorong digitalisasi ini adalah banyaknya pengguna internet di seluruh dunia dan kepemilikan *gadget* seperti *smartphone*, laptop, *smart TV* dan tablet.

Berdasarkan data yang dirilis oleh *International Telecommunication Union* pengguna internet diseluruh dunia terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Sejak tahun 2005 hingga 2023 pengguna internet bertambah hingga 50% dimana pada tahun 2005 pengguna internet berjumlah 1 miliar pengguna dan pada awal 2023 pengguna internet sudah mencapai angka 5,4 miliar pengguna.¹ Artinya dalam kurun waktu 18 tahun sejak tahun 2005 hingga awal tahun 2023 pengguna internet bertambah sekitar 4,4 miliar.

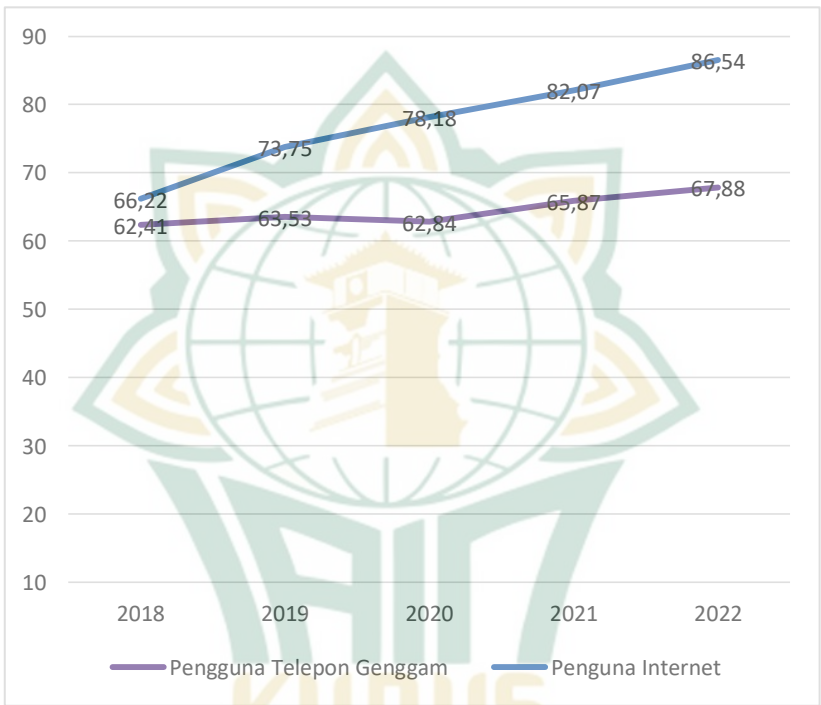
Indonesia menduduki peringkat empat dengan jumlah pengguna internet terbanyak di dunia yaitu mencapai 212,9 juta pengguna pada tahun 2023, yang artinya 80% penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Peringkat pertama diduduki oleh China dengan jumlah pengguna internet mencapai 1,05 miliar pengguna. Peringkat dua diduduki oleh India dan ketiga Amerika.²

Meningkatnya pengguna internet ini juga tak terlepas dari pengaruh pengguna *gadget* yang tiap tahun mengalami kenaikan. Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa sejak tahun 2018 hingga tahun 2022 menunjukkan bahwa pengguna internet dan kepemilikan telepon genggam di Indonesia terus bertambah. Hal ini dapat dilihat pada grafik dibawah.

¹ International Telecommunication Union, "Statistics of Internet Users," ITU, 2023, <https://www.itu.int:443/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>.

² Ani Petrosyan, "Number of Internet Users by Country 2023," Statista, 30 Agustus 2023, <https://www.statista.com/statistics/262966/number-of-internet-users-in-selected-countries/>.

Grafik 1. 1
Pengguna Telepon Seluler dan Internet di Indonesia
(Dalam Bentuk Persen)



Sumber: BPS, 2022

Grafik diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2022 kepemilikan telepon genggam pada penduduk yang berusia lima tahun keatas di Indonesia mengalami peningkatan sebanyak 67,88% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya sebesar 65,87%. Pengguna internet di Indonesia juga terus mengalami kenaikan, berdasarkan grafik diatas dapat terlihat bahwa pada tahun 2022 presentase pengguna internet di Indonesia mencapai angka 86,54% lebih banyak dari tahun 2021 yang presentase pengguna internetnya hanya mencapai 82,07%.³

Pengguna internet dan pemilik telepon genggam menjadi pemicu tingginya penggunaan media sosial Indonesia. Mengutip dari website data reportal, diketahui bahwa per Januari 2023 pengguna sosial media di Indonesia mencapai 167 juta pengguna atau 60,4% dari total populasi. Besarnya jumlah pengguna sosial media di Indonesia dan jumlahnya yang terus meningkat dapat memberikan peluang pengusaha dalam memasarkan produk dan menjangkau audiens. Keberadaan sosial media seperti Facebook, Instagram, X (Twitter) dan lainnya sekarang bukan hanya sekedar pilihan, akan tetapi sebuah keharusan yang harus dimanfaatkan dalam hal pemasaran dan menjangkau banyak audiens. Pengusaha harus dapat memanfaatkan sosial media tersebut untuk mempromosikan produknya dengan cara membuat konten yang menarik.

Melihat perkembangan digital yang sangat cepat kemajuannya, tak heran lagi apabila banyak perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi berbasis digital karena cepatnya penyampaian informasi melalui sosial media yang dengan cepat menyebar ke masyarakat akhirnya mendorong adanya digitalisasi di beberapa sektor, termasuk pada sektor perbankan yang didukung dengan teknologi seperti pada penggunaan *internet banking* dan *mobile banking*. Selain itu, perilaku digital yang menunjukkan bahwa kepilikan gawai dan penggunaan aplikasi mobile di Indonesia yang cukup tinggi peminatnya membuat Indonesia memiliki peluang digital. Peluang tersebut meliputi potensi demografis, potensi ekonomi

³ BPS, *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022* (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2023),
<https://www.bps.go.id/publication/2023/08/31/131385d0253c6aae7c7a59fa/statistik-telekomunikasi-indonesia-2022.html>.

dan keuangan digital, potensi penetrasi penggunaan internet dan potensi peningkatan konsumen.⁴

Perubahan digital atau transformasi digital selain memunculkan peluang di industri perbankan yang dapat dimanfaatkan juga dapat memunculkan tantangan tersendiri yang perlu dicermati.

Tantangan-tantangan tersebut antara lain mencakup perlindungan keamanan data pribadi dan risiko pembobolan data, risiko investasi teknologi yang tidak selaras dengan strategi bisnis, risiko penyalahgunaan teknologi AI, risiko serangan siber, kebutuhan untuk mendukung pengaturan organisasi yang berorientasi digital, inklusi keuangan bagi penyandang disabilitas, rendahnya literasi keuangan digital, infrastruktur TI yang belum merata di Indonesia, serta kerangka regulasi yang mendukung.⁵

OJK meluncurkan peraturan tentang layanan keuangan tanpa kantor pada tahun 2014 yang tujuannya adalah untuk mengurangi risiko dan berkontribusi terhadap inklusi keuangan di Indonesia, aturan tersebut termuat dalam POJK Nomor 19/POJK.03/2014. Aturan ini dilatar belakangi oleh masyarakat desa Indonesia yang belum tersentuh oleh perbankan. Sehingga masyarakat desa yang belum mengenal perbankan dapat mengenal bank melalui adanya laku pandai. Laku pandai inilah yang akhirnya memunculkan bank digital Jenius pada tahun 2016. Munculnya bank digital pertama ini kemudian mendorong bank-bank lain untuk meluncurkan bank serupa.

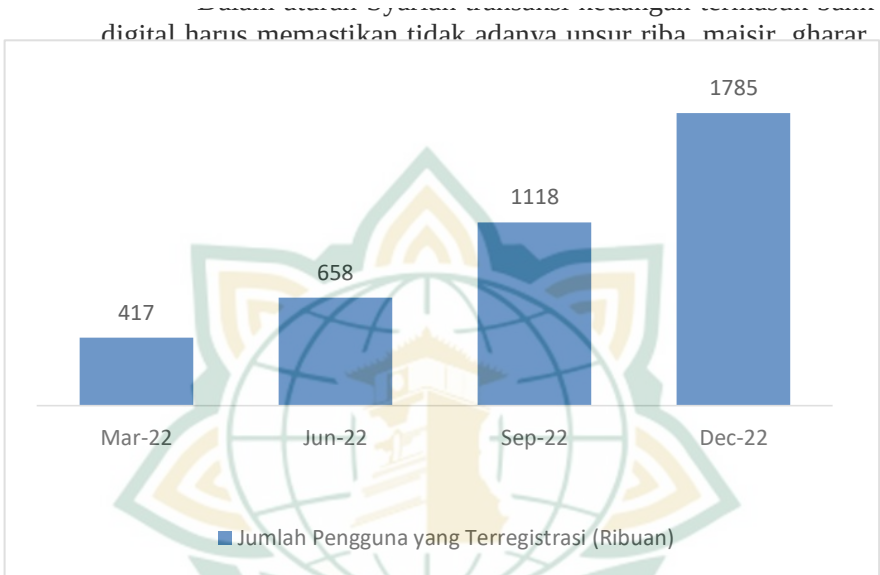
Layanan digital seperti *mobile banking* dan *internet banking* merupakan layanan yang disediakan oleh bank konvensional. Ini menjadi dasar pembeda dengan bank digital, dimana bank digital merupakan bank tanpa kantor cabang yang memungkinkan penggunanya melakukan pembukaan rekening, transfer, setor, tutup rekening, dan lainnya dari ponsel tanpa harus datang ke kantor. Perbedaan yang paling menonjol antara bank konvensional dan bank digital adalah, bank konvensional mempunyai banyak kantor cabang sedangkan bank digital tidak mempunyai kantor fisik diluar kantor pusat. Peraturan mengenai kantor fisik terbatas di atur OJK pada Peraturan Otoritas Jasa

⁴ Otoritas Jasa Keuangan, "Transformasi Digital Perbankan: Wujudkan Bank Digital," government, 13 Oktober 2022, <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40774>.

⁵ Otoritas Jasa Keuangan, 2022.

Kuungan No. 12 Tahun 2021. Selain itu, bank konvensional yang menyediakan jasa layanan digital tidak menyediakan semua layanannya secara digital dan bank konvensional dicirikan

Grafik 1. 2 Pengguna Aladin Maret 2022-Desember 2022



417 ribu pengguna dan terus naik jumlah penggunaannya. Hingga pada bulan Desember 2022 tercatat jumlah pengguna yang teregristrasi mencapai 1,785,000 (satu juta tujuh ratus delapan puluh lima ribu) pengguna.⁹ Berdasarkan informasi terbaru, nasabah bank sekarang mempunyai pengguna yang teregristrasi aktif mencapai 3 juta nasabah.¹⁰

⁶ Otoritas Jasa Keuangan, 2022.
⁷ Evan Hamzah Muchtar dan Ahmad Zubairin, “Fintech Syariah Dalam Perspektif Hukum Islam,” *Jurnal Asy-Syukriyyah* 23, no. 1 (23 Februari 2022), 17, <https://doi.org/10.36769/asy.v23i1.185>.
⁸ Tri Putra dan Arif Gunawan, “Aladin, Bank Murni Digital Syariah Pertama,” News, CNBC Indonesia, 21 Oktober 2021, <https://www.cnbcindonesia.com/market/20211021094607-17-285369/aladin-bank-murni-digital-syariah-pertama>.
⁹ Aladin, “Aladin: Next Generation Digital Sharia Bank - Connected we rise,” https://www.idx.co.id/StaticData/NewsAndAnnouncement/ANNOUNCEMENTSTOCK/From_EREP/202303/55c444901a_74fddec78a.pdf.
¹⁰ Dina Mirayanti Hutaaruk, “Jumlah Pengguna Meningkat, Pembiayaan dan DPK Bank Aladin Tumbuh Pesat,” 31 Oktober 2023, <https://keuangan.kontan.co.id/news/jumlah-pengguna-meningkat-pembiayaan-dan-dpk-bank-aladin-tumbuh-pesat>.

Bank Jago sebelumnya merupakan bank digital konvensional yang dirilis pada 13 April 2021 dan kemudian merilis bank digital syariah pada tanggal 22 February 2022. Peluncuran bank digital Syariah jago ini dilatarbelakangi oleh banyaknya permintaan pada layanan perbankan Syariah dan mayoritas penduduk Indonesia beragama islam.¹¹ Pada akhir kuartal III-2023, Bank Jago mencatat jumlah nasabah mencapai 9 juta dan 7,4 juta nasabah merupakan nasabah funding pengguna aplikasi jago. Jumlah pengguna ini tumbuh sebesar 76% dibandingkan saat kuartal III-2022, yang berjumlah 4,2 juta nasabah. Pada Oktober 2023, Bank Jago berkolaborasi dengan GoPay perihal meluncurkan GoPay Tabungan by Jago. Kolaborasi Bank Jago dan GoPay ini akan menjadi kunci dalam percepatan inklusi keuangan melalui kepemilikan rekening tabungan untuk meningkatkan jumlah nasabah dan DPK bank.¹² Mengutip dari web kata data, pada bulan Februari 2024, tercatat jumlah nasabah bank jago Syariah mencapai 1,7 juta pengguna. Jumlah ini di dominasi oleh nasabah dari generasi milenial dan generasi z.¹³

Perkembangan teknologi yang semakin pesat perkembangannya, mendorong seseorang untuk cermat dalam mengelola keuangan. Oleh karenanya, setiap individu perlu untuk memahami pentingnya literasi keuangan. Salah satu faktor yang mendorong seseorang menggunakan layanan jasa keuangan adalah pengetahuan tentang literasi keuangan. Literasi keuangan adalah kemampuan dan keterampilan seseorang dalam mengelola keuangan.¹⁴ Literasi keuangan menurut Peraturan Otoritas Jasa keuangan adalah pengetahuan, keterampilan dan keyakinan yang dapat menentukan pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan memuat tentang pengetahuan keuangan, pengelolaan keuangan,

¹¹ Bank Jago, "Jago Luncurkan Aplikasi Perbankan Syariah," 2022, <http://www.jago.com/id/media-center/press-release/jago-luncurkan-aplikasi-perbankan-syariah>.

¹² Bank Jago, "Pertumbuhan Nasabah Dan DPK Dorong Kinerja Bank Jago Di Kuartal III-2023," 27 Oktober 2023, <http://www.jago.com/en/media-center/press-release/pertumbuhan-nasabah-dan-dpk-dorong-kinerja-bank-jago-di-kuartal-iii-2023>.

¹³ Syahrizal Sidik, "Nasabah Bank Jago Syariah Capai 1,7 Juta, Gen Z dan Milenial Terbanyak," 28 Februari 2024, <https://katadata.co.id/finansial/keuangan/65def06e49096/nasabah-bank-jago-syariah-capai-1-7-juta-gen-z-dan-milenial-terbanyak>.

¹⁴ Hadi Ismanto dkk., *Perbankan dan Literasi Keuangan* (Jogjakarta: Deepublish Publisher, 2019), 95.

jenis industri jasa keuangan, produk dan layanan jasa keuangan termasuk manfaat, biaya, risiko atas produk dan layanan jasa keuangan, hak dan kewajiban nasabah, mekanisme akses produk dan layanan jasa keuangan, serta informasi lain yang berkaitan dengan mekanisme transaksi produk dan layanan jasa keuangan seperti pajak.¹⁵ Berdasarkan survei yang dilakukan oleh OJK, sebanyak 35% orang yang paham dengan literasi keuangan sudah menggunakan jasa perbankan konvensional. Sedangkan untuk perbankan Syariah tidak mencapai 10% hanya berkisar 7%.¹⁶ Hal ini menunjukkan bahwa, literasi keuangan syariah di Indonesia masih tergolong rendah.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan menggunakan layanan jasa keuangan khususnya pada bank digital adalah sosial media *marketing*. Penggunaan internet yang terus naik setiap tahunnya tidak lepas dengan pengaruh pengguna sosial media yang juga terus mengalami kenaikan. Oleh karena itu, sosial media dapat digunakan sebagai perantara dalam memasarkan suatu produk dengan cepat. Seperti menggunakan jasa influencer yang sudah memiliki banyak pengikut. Sehingga dapat menjangkau lebih banyak audiens melalui sosial media.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fatin Fadhillah Hasib, dkk pada tahun 2022, menunjukkan bahwa *social influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan bank digital Syariah.¹⁷ Dan penelitian yang dilakukan oleh Sari Riyani, Fajar Kristianto, Rayuli Wulandari, Jerry Heikal menunjukkan bahwa sosial media Instagram mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembukaan rekening.¹⁸ Sedangkan penelitian yang dilakukan Amira M. Omar dan Nermine Attaya menghasilkan bahwa digital marketing berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian

¹⁵ OJK, “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76 Tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan Di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat” (OJK, 2016).

¹⁶ OJK, “Laporan Statistik Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019,” 2019, <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Download/517>.

¹⁷ Fatin Fadhillah Hasib dkk., “Analysis of Intention to Use On Islamic Digital Bank in Indonesia,” *Airlangga International Journal of Islamic Economics and Finance* 05, no. 02 (2022).

¹⁸ Sari Riyani dkk., “Penerapan Metode Regresi Logistik Biner Dengan Menggunakan Python Untuk Menganalisa Pengguna Media Sosial Terhadap Probabilitas Pembukaan Rekening Pada Bank X,” *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business* 7, no. 2 (2024).

konsumen di pasar Mesir.¹⁹ Hasil penelitian yang dilakukan Ignasia Tiffany menunjukkan bahwa literasi keuangan secara parsial berpengaruh terhadap preferensi konsumen menggunakan bank digital Syariah.²⁰ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh K.T Pradini dan Susanti menunjukkan bahwa literasi keuangan secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada penggunaan *mobile banking*.²¹ Berdasarkan research gap dan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul, “Pengaruh Literasi Keuangan dan Sosial Media *Marketing* Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital Syariah di Indonesia”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian proposal skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan bank digital Aladin dan Jago Syariah?
2. Apakah terdapat pengaruh sosial media marketing terhadap keputusan menggunakan bank digital Aladin dan Jago Syariah?
3. Apakah literasi keuangan dan sosial media marketing secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan bank digital Aladin dan Jago Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian proposal skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan bank digital Aladin dan Jago Syariah.
2. Mengetahui pengaruh sosial media *marketing* terhadap keputusan menggunakan bank digital Aladin dan Jago Syariah.

¹⁹ Amira M. Omar dan Nermine Atteya, “The Impact of Digital Marketing on Consumer Buying Decision Process in the Egyptian Market,” *International Journal of Business and Management* 15, no. 7 (8 Juni 2020): 120, <https://doi.org/10.5539/ijbm.v15n7p120>.

²⁰ Ignasia Tiffany, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Bank Digital,” *MBIA* 22, no. 1 (25 Mei 2023): 152–67, <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2039>.

²¹ Krissandi Tunggal Pradini dan Susanti Susanti, “Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri,” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 26 Oktober 2021, 859, <https://doi.org/10.24843/EEB.2021.v10.i10.p04>.

3. Mengetahui pengaruh simultan literasi keuangan dan sosial media *marketing* terhadap keputusan menggunakan bank digital Aladin dan Jago Syariah

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Bagi akademisi, penelitian ini di harapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan serta informasi tentang pengaruh literasi keuangan dan sosial media *marketing* terhadap keputusan menggunakan bank Jago Syariah dan Aladin.
2. Bagi Penulis, penelitian ini dapat membantu penulis untuk lebih memahami pengaruh literasi keuangan dan sosial media *marketing* terhadap keputusan menggunakan bank Jago Syariah dan Aladin.
3. Bagi perbankan, sebagai dasar evaluasi bank dalam hal pemasaran melalui sosial media.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini digunakan untuk memudahkan pembahasan. Sistematika penulisan ini terdiri dari tiga subbagian yaitu bagian awal, bagian isi dan bagian akhir. Bagian-bagian tersebut terdiri dari lima bab dengan deskripsi sebagai berikut:

1. Bagian awal

Bagian awal ini terdiri dari halaman judul, lembar pengesahan majelis penguji ujian munaqosah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, moto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel dan daftar grafik.

2. Bagian isi

Bagian ini terdapat beberapa bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan tentang definisi dari teori-teori yang serta diuraikan secara signifikan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berpikir serta hipotesis penelitian

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari jenis dan pendekatan dalam penelitian, populasi dan sampel, identifikasi

variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai penjelasan hasil penelitian yang terdiri atas gambaran objek penelitian serta hasil pengujian yang diperoleh melalui data yang diolah dan pembahasan lebih lanjut terkait analisis data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran-saran.

3. Bagian akhir

Bagian akhir ini berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang mendukung isi penelitian.

