

THESIS

ANALISA PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN LITERASI DIGITAL TERHADAP SMART BRANCH (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri Mamuju)

Disusun dan diajukan Oleh :

Nahda Alyani Sharfina

A012221073



PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS HASANUDDIN

2023

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN LITERASI DIGITAL TERHADAP
SMART BRANCH (STUDI KASUS PADA NASABAH BANK MANDIRI CABANG
MAMUJU)**

Disusun dan diajukan oleh:

**NAHDA ALYANI SHARFINA
NIM A012221073**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin pada tanggal 12 Juni 2024 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

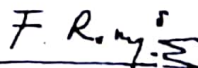
Menyetujui,

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Copi Pahlavi, SE, MSI
NIP 196011131993031001

Pembimbing Pendamping



Dr. Fauzi R. Rahim, SE, MSI, CFP, AEPP
NIP 19603141994031001

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Dr. H. Muhammad Sobaryah, S.E., MSI
NIP 196806291994031002



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin

Prof. Dr. H. Abd Rahman Kadir, S.E., MSI, CIPM
NIP 195402051983101001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nahda Alyani Sharfina
Nim : A012221073
Program Studi : Magister Manajemen
Jenjang : S 2

Menyatakan dengan ini bahwa Tesis dengan **Analisa Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap Smart Branch (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri Mamuju)**

Adalah karya saya sendiri dan tidak melanggar hak cipta pihak lain. Apabila dikemudian hari Tesis karya saya ini terbukti bahwa sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi

Makassar, 19 Juni 2024

takan,

METERAI
TEMPIL
DDALX246305903
Nahda Alyani Sharfina

ABSTRAK

NAHDA ALYANI SHARFINA. *Analisa Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap Smart Branch Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri Cabang Mamuju)* (dibimbing oleh Cepi Pahlevi dan Fauzi R. Rahim)

Penelitian ini bertujuan mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap Smart Branch Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri Cabang Mamuju). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif memakai pendekatan kuantitatif dengan jenis data primer. Sampel penelitian ini adalah 100 responden yang ada di Kota Mamuju. Teknik pengambilan sampel menggunakan kuesioner. Variabel yang digunakan menggunakan *ordinal scale* menggunakan teknik *rating scale* dengan jenis *likert scale*. Analisis data yang digunakan yaitu analisis SPSS (Statistical Package for Social Science). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa : 1) Literasi keuangan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Smart Branch Mandiri, 2) Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Smart Branch Mandiri, 3) Literasi keuangan dan literasi digital secara simultan berpengaruh secara positif terhadap Smart Branch Mandiri.

Kata kunci : Bank, Literasi keuangan, literasi digital, smart branch

ABSTRACT

NAHDA ALYANI SHARFINA. *Analysis of the Influence of Financial Literacy and Digital Literacy on Smart Branch Mandiri (Case Study on Customers of Bank Mandiri Mamuju Branch)* (supervised by Cepi Pahlevi and Fauzi R. Rahim).

This study aims to determine the effect of financial literacy and digital literacy on Smart Branch Mandiri (Case Study on Bank Mandiri Customers, Mamuju Branch).

The type of data used in this research is descriptive research using a quantitative approach with primary data type. The sample of this study were 100 respondents in Mamuju City. The sampling technique used a questionnaire. The variable used uses an ordinal scale using a rating scale technique with a Likert scale type. The data analysis used is SPSS (Statistical Package for Social Science) analysis.

Based on the results of the study it can be concluded that: 1) Financial literacy partially has a positive and significant effect on Smart Branch Mandiri, 2) Digital Literacy has a positive and significant effect on Smart Branch Mandiri, 3) Financial literacy and digital literacy simultaneously have a positive effect on Smart Branch Mandiri.

Keywords: Bank, financial literacy, digital literacy, smart branch

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya dengan berkat, penyertaan dan bimbingan-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan Tesis ini yang berjudul **“Analisa Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap Smart Branch (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri Mamuju)”**. Selama proses penulisan Tesis ini, begitu banyak bantuan dan dukungan yang diterima penulis dari berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.sc., selaku Rektor Universitas Hasanuddin Makassar, beserta jajarannya, atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk menjadi bagian dari civitas akademik Universitas Hasanuddin.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Rahman Kadir, M.si.,CIPM, CWM, CRA, CRP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
3. Bapak Dr. H. M. Sobarsyah, SE., M.Si, CIPM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonimi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
4. Bapak Prof.Dr. Cipi Pahlevi, SE.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing Utama, yang telah membimbing, memberi arahan, memberi masukan, dan memberi tambahan ilmu serta pendalaman penulisan Tesis ini.
5. Bapak Dr.Fauzi R.Rahim, SE.,M.Si.,CFP.,AEPP, selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah membimbing, memberi arahan, memberi masukan dan memberi tambahan ilmu serta memberikan tambahan referensi dalam penulisan Tesis ini.

6. Bapak Dr. H. M. Sobarsyah, Se.,M.Si, bapak Dr. Mursalim Nohong, SE.,M.Si,CRA,CRP,,AWM dan bapak Andi Aswan, SE.,MBA.,M.Phil.,DBA selaku tim penguji yang memberi banyak masukan dalam penulisan Tesis ini.
7. Bapak/Ibu staf dan pegawai lingkup program studi magister manajemen selaku pegawai di Universitas Hasanuddin yang telah membantu seluruh proses pengurusan administrasi selama menjadi mahasiswa Magister Manajemen Unhas.
8. Kepada seluruh teman – teman program studi magister manajemen, Kelas B1 Manajemen Keuangan Universitas Hasanuddin Makassar, terima kasih atas kebersamaan selama perkuliahan
9. Secara khusus tesis ini saya persembahkan untuk kedua Orang Tua penulis, Bapak Abd. Tami dan Ibu Adriani yang telah melahirkan, membersarkan dan membimbing serta senantiasa mendukung saya saat tesis ini di tulis.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu saran beserta kritikan yang membangun sangat diharapkan. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Makassar, 11 Juni 2024

Penulis

Nahda Alyani Sharfina

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.2.1 Bagaimana pengaruh literasi keuangan berpengaruh terhadap smart branch ?.....	6
1.2.2 Bagaimana pengaruh literasi digital berpengaruh terhadap smart branch ?	6
1.2.3 Bagaimana pengaruh literasi keuangan dan literasi digital berpengaruh terhadap smart branch ?.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.3.1 Untuk menganalisa pengaruh literasi keuangan terhadap smart branch.....	6
1.3.2 Untuk menganalisa pengaruh literasi digital terhadap smart branch	6
1.3.3 Untuk menganalisa pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap smart branch	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	7

BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep.....	9
2.1.1 Sejarah Bank Digital.....	9
2.1.2 Digital Banking.....	9
2.1.3 Literasi Keuangan	12
3.1.4 Literasi Digital.....	15
3.1.5 Smart Branch Mandiri	17
2.2 Tinjauan Empiris.....	24
BAB III	27
KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	27
3.1 Kerangka Konseptual	27
3.2 Hipotesis	28
BAB IV.....	30
METODE PENELITIAN.....	30
4.1 Rancangan Penelitian	30
4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	30
4.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
4.3.1 Populasi.....	30
4.3.2 Sampel.....	31
4.4 Jenis Data.....	31
4.5 Teknik Pengumpulan Data	31
4.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	32
4.6.1 Variabel Penelitian	32
4.6.2 Definisi Operasional	32
4.7 Teknik Analisa Data.....	37
4.7.1 Statistik Deskriptif	37

4.7.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	37
4.7.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	38
4.7.4 Uji Hipotesis	38
BAB V	40
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40
5.2 Analisis Data.....	44
5.2.1 Statistik Deskriptif	44
5.2.2 Hasil Uji Validitas	46
5.2.3 Hasil Uji Reliabilitas	47
5.2.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	48
5.2.5 Hasil Uji Hipotesis.....	49
5.3 Pembahasan.....	52
BAB VI.....	54
Kesimpulan dan Saran.....	54
6.1 Kesimpulan.....	54
6.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	24
Tabel 4.1	28
Tabel 5. 1	42
Tabel 5. 2	42
Tabel 5. 3	43
Tabel 5. 4	43
Tabel 5. 5	46
Tabel 5. 6	48
Tabel 5. 7	48
Tabel 5. 8	49
Tabel 5. 9	50
Tabel 5. 10	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Digital Bank.....	12
Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian.....	27

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasca terjadinya pandemi Covid-19 dunia memaksa manusia untuk beradaptasi dengan teknologi. Perkembangan teknologi membuat dunia digital menembus setiap sudut aspek kehidupan. Dalam menyikapi hal ini, transisi pertumbuhan industri menuju era digital, sejumlah kegiatan mulai beradaptasi dengan kondisi yang ada. Mulai dari sektor transportasi, pariwisata, perdagangan, media, pertanian dan perikanan, kesehatan, pendidikan hingga sektor perbankan.

Sektor perbankan secara sederhana dapat diartikan sebagai Lembaga Keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok perbankan. Adapun kegiatan memberikan jasa-jasa bank lainnya hanyalah merupakan pendukung dari kedua kegiatan diatas (Mughtar, Rahmidani, & Siwi, 2016). Industri perbankan bagian dari sektor yang menangani transaksi secara tunai, kredit dan transaksi keuangan lainnya. Perubahan pola hidup yang terjadi di masyarakat dalam hal penggunaan teknologi informasi dan perangkat gawai membentuk kembali industri perbankan. Kondisi tersebut menuntut sektor perbankan untuk dapat bertransformasi digital sebagai bank digital. Menurut Chauhan (2022) Bank perlu memahami bahwa ini bukan hanya tentang mendigitalkan produk yang ada, tetapi juga tentang mengubah pemikiran dan solusi menjadi digital berdasarkan kebutuhan dan perilaku masyarakat (Tiffani, Bank, 2023).

Perbankan adalah urat nadi perekonomian nasional. Perbankan menentukan aliran dana bagi sumber pembiayaan aktivitas perekonomian. Perbankan yang sehat dan stabil merupakan basis utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (OJK, 2021)

Secara konsepnya terdapat perbedaan antara bank digital dengan bank konvensional yang menyediakan layanan digital seperti mobile banking dan internet banking. Bank digital umumnya dapat melakukan semua aktivitas perbankan mulai dari pembukaan rekening, transfer, deposito hingga penutupan akun melalui *smartphone*/perangkat gawai tanpa perlu hadir secara fisik. Setidaknya terdapat dua potensi dampak positif yang paling signifikan yang mungkin muncul akibat transformasi digital yang dilakukan oleh perbankan. Pertama, meluasnya aksesibilitas perbankan, kedua, meningkatnya daya saing perbankan yang ada di Indonesia. Perbankan digital akan mampu meningkatkan kemudahan akses perbankan bagi masyarakat, serta meningkatkan efisiensi perbankan sehingga akan mendorong peningkatan aktivitas perekonomian. Bidang keuangan merupakan bidang yang berkembang pesat yang dapat mendukung dan mempercepat siklus perubahan menuju bank digital. Saat ini masalah perbankan semakin meningkat selain bank harus bersaing dengan bank lainnya, bank juga harus bersaing dengan perusahaan teknologi keuangan (Fintech) lainnya. Menurut (OJK, 2022) Secara total, transaksi digital di seluruh dunia sejak tahun 2017-2021 tumbuh besar 118% dari USD 3,09 triliun pada tahun 2017 menjadi USD 6,75 triliun pada tahun 2021. Di Indonesia sendiri, perkembangan transaksi digital tumbuh jauh lebih tinggi, yakni sebesar 1.556 persen dalam kurun waktu tahun 2017 – 2020. Transaksi uang elektronik

mencapai Rp. 786,35 triliun pada 2021. Nilai tersebut meningkat Rp. 281,39 triliun (55,73%) dibanding tahun sebelumnya yang hanya Rp. 504,96 triliun.

Tuntutan digitalisasi perbankan diperkuat oleh berbagai faktor pendorong pengembangan digital di Bank Indonesia, mengingat Indonesia merupakan perekonomian yang berpotensi besar untuk menyerap arus digitalisasi. Faktor pendorong tersebut tercermin dalam 3 (tiga) aspek utama yaitu peluang digital (*digital opportunity*), perilaku digital (*digital behavior*), dan transaksi digital (*digital transaction*). Peluang digital antara lain meliputi potensi demografis, potensi ekonomi dan keuangan digital, potensi penetrasi penggunaan internet, serta potensi peningkatan konsumen. Perilaku digital di antaranya meliputi kepemilikan gawai dan penggunaan aplikasi *mobile (mobile apps)*. Transaksi digital meliputi transaksi perdagangan *online (e-commerce)*, transaksi *digital banking*, dan transaksi uang elektronik (OJK, 2022).

Bank digital mengedepankan pada proses bisnis yang berbasis *platform* dan *fully digital (fully digital and platform-based)* dengan struktur organisasi yang ramping dan *agile* serta memiliki kapabilitas digital yang lebih maju (*advanced digital capabilities*). Struktur organisasi yang ramping dan *agile* lebih menitikberatkan pada kolaborasi dan integrasi dengan pihak lain seperti memiliki komunitas *market place* yang besar dan berorientasi pada konsumen. *Advanced digital capabilities* menitikberatkan pada penggunaan teknologi yang *update* dan dengan *scalability* yang tinggi, serta bisnis model yang berbasis data dengan proses yang sederhana dan terautomasi dengan mengusung open-platform. Bank digital merupakan tren lanskap perbankan di masa depan (OJK, 2021)

Menurut Effendi (2022) memiliki literasi digital dan keuangan yang baik akan menciptakan ekosistem perbankan digital yang baik, termasuk bagi

pemahaman masyarakat tentang perbankan digital. Oleh karena itu, perkembangan industri jasa keuangan digital dapat menjadi ancaman bagi masyarakat dengan literasi keuangan yang minim serta literasi digital yang minim (Tiffani, Bank, 2023). Menurut (OJK, 2022) sesuai dengan survei Nasional tingkat literasi keuangan di daerah Sulawesi Barat tahun 2022 yakni sebesar 46,49% ini masuk dalam kategori *Well literate* yakni, memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk jasa keuangan.

Salah satu tujuan dari perbankan digital untuk mendukung transformasi digital adalah menyediakan produk dan layanan yang tepat untuk mewujudkan layanan yang berpusat pada nasabah. Salah satunya adalah bagaimana bank dapat memahami perilaku konsumen, preferensi serta kebutuhan konsumen melalui penggunaan data konsumen, kepercayaan konsumen dan persepsi konsumen akan layanan perbankan digital (Tiffani, 2023)

Smart Branch merupakan transformasi digital dari cabang-cabang yang biasa melayani masyarakat secara *offline*. Kehadiran smart branch pada bulan Oktober 2021 yang diluncurkan oleh Direktur Utama Bank Mandiri ini meluncurkan 3 smart branch pertama dan disusul pada tahun 2022 sebanyak 238 yang tersebar di seluruh daerah dan provinsi di Indonesia.

Smart branch akan membuat aktivitas nasabah di bank menjadi lebih cepat, mudah, aman, andal dan ramah lingkungan (*paperless*). Nasabah dapat melakukan reservasi dari mana saja tanpa perlu datang secara langsung di kantor. Smart Branch by Mandiri juga didesain agar dapat mengakomodir kebutuhan nasabah berdasarkan tingkat adopsi digital dengan menghadirkan proses layanan

yang terintegrasi dengan *digital channel* (Livin dan Kopra) dan *self service machine*.

Beberapa produk dan aktivitas usaha perbankan yakni: produk simpanan (tabungan, deposito, giro, *cash management*), produk pinjaman (kredit, kartu kredit), jasa lainnya (jasa *treasury currency and derivative*, jasa *trade service*, layanan keagenan, layanan *e-channel*, *treasury*, dan *bancassurance*), dan digital banking (super app Livin, Super platform Kopra). Aplikasi Livin didesain untuk segmen retail sebagai transformasi digital. Livin berfungsi sebagai platform untuk menjangkau beragam pelanggan retail, khususnya dalam populasi yang tidak terlayani di Indonesia, yang merupakan negara kepulauan. Pelanggan dapat mendaftar melalui aplikasi Livin, yang dilengkapi dengan fitur *liveness detection* dan pengenalan wajah yang langsung terhubung ke Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil. Livin juga memiliki banyak fitur lain seperti isi ulang pintar, penarikan tunai dan setor tunai tanpa kartu, layanan hiburan, QR dan investasi.

Beberapa produk dan jasa tersebut dikategorikan dalam beberapa segmen yaitu : *corporate banking*, *commercial banking*, hubungan kelembagaan, Retail (SME, mikro, consumer, wealth, management), dan *treasury and international banking*. Produk berdasarkan sektor ekonomi yakni : industri, perdagangan, restoran, hotel, pertanian, jasa dunia usaha, konstruksi pengangkutan, pergudangan dan komunikasi, listrik, air dan gas, jasa sosial. Selain itu, nasabah yang memerlukan konsultasi produk layanan lainnya juga dapat langsung dibantu oleh General Banker (GB) yang bertugas.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian Ini akan membahas dari sisi preferensi dan sejauh mana pemahaman masyarakat Mamuju Sulawesi Barat akan Smart Branch. Kesukaran penelitian ini terletak dalam menentukan

bagaimana tingkat literasi keuangan dan literasi digital mempengaruhi preferensi konsumen terkait penggunaan Smart Branch. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh literasi keuangan dan literasi digital dalam menggunakan smart branch . Dengan demikian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISA PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN LITERASI DIGITAL TERHADAP SMART BRANCH (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri Mamuju)”.

1. 2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Bagaimana pengaruh literasi keuangan berpengaruh terhadap smart branch ?
- 1.2.2 Bagaimana pengaruh literasi digital berpengaruh terhadap smart branch ?
- 1.2.3 Bagaimana pengaruh literasi keuangan dan literasi digital berpengaruh terhadap smart branch ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.3.1 Untuk menganalisa pengaruh literasi keuangan terhadap smart branch
- 1.3.2 Untuk menganalisa pengaruh literasi digital terhadap smart branch
- 1.3.3 Untuk menganalisa pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap smart branch

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain, peneliti, bagi akademisi dan bagi penelitian lanjutan.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Untuk akademisi, penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan dalam pengembangan ilmu pengetahuan terutama ekonomi terkhusus bidang manajemen keuangan. Serta hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi atau bahan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai Literasi Keuangan

1.4.2 Kegunaan Praktis

Bagi penulis bahwa dengan dilakukan penelitian ini penulis dapat menambah pengetahuan tentang topik yang diteliti. Serta menambah wawasan tentang bagaimana cara mengelola dengan baik dan bukan hanya tahu cara mendapatkannya tetapi juga cara memanfaatkannya dengan sebaik mungkin.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan semua objek yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti (penulis). Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti yaitu nasabah Bank Mandiri Cab. Mamuju.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan Proposal ini terdiri atas 4 bab, dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian. serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan landasan teori dan konsep yang nantinya akan sangat membantu dalam analisis hasil-hasil penelitian serta tinjauan empiris yang mendukung penelitian.

BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Dalam bab ini diuraikan tentang bagaimana struktur kerangka konseptual dan hubungan dari variabel tersebut serta bagaimana hasil hipotesis yang muncul.

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang rancangan penelitian, situs dan waktu penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, instrument penelitian, dan teknik analisis data.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 Sejarah Bank Digital

Digital banking ini dikembangkan bersamaan dengan dunia *fintech*. Mesin ATM atau Anjungan Tunai Mandiri adalah salah satu akarnya. Dilansir dari laman *Securities*, mesin ini pertamakali muncul di tahun 1960-an. Saat itu, untuk pertama kalinya seorang nasabah sudah tidak perlu lagi ke bank untuk bisa mengakses rekening banknya. Namun, pada awalnya dunia digital ini hanya bisa digunakan dibalik layar bank saja, seperti untuk memantau rekening ataupun mengirim uang saja. Jaringan ini baru pertama kali ditawarkan pada nasabah di tahun 1990-an. Kala itu transaksi bank sama seperti transfer dana pada umumnya yang bisa dilakukan secara online. Perlahan-lahan perkembangan dunia digital pun terus maju, dan pengguna *smartphone* semakin banyak. Pada akhirnya, bank pun semakin banyak memiliki layanan online dan bermigrasi sepenuhnya ke layanan internet. (Liyas, Sejarah Bank Digital, 2022)

2.1.2 Digital Banking

Berdasarkan peraturan Otoritas Jasa Keuangan atau OJK yang tertera pada nomor 12/POJK.03/2018 terkait penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum, dijelaskan bahwa digital banking adalah suatu layanan perbankan elektronik yang dibuat untuk bisa memaksimalkan pemanfaatan data nasabah dalam upaya melayani nasabah secara lebih mudah, cepat dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, dan juga bisa dilakukan secara sendiri oleh nasabah dengan

tetap memperhatikan aspek keamanan (Liyas, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, 2022)

Menurut Gauray Sharma (2017), dari Venture Skies, sesuai hasil survei eksekutif perbankan di berbagai manca negara menyatakan hampir setengahnya percaya bahwa digital sangat penting untuk meningkatkan hubungan pelanggan dan itu juga alasan paling kuat untuk melakukannya. Terminology yang digunakan cenderung menggunakan istilah perbankan digital. Hal ini dapat kita lihat beberapa manfaat yang diperoleh oleh bank apabila memilih pengertian bank digital sebagai terjemahan dari digital bank.

Pertama, dengan perbankan digital diyakini akan meningkatkan efisiensi. Salah satunya adalah menggunakan kekinian teknologi terapan dalam menjalankan bisnisnya. Alasannya sangat masuk akal. Bank sebagai bagian dari industri keuangan yang memiliki volume interaksi yang sangat besar dengan nasabah ritel, dimana dalam praktiknya masih banyak bank belum memanfaatkan setiap peluang bisnis baru karena masalah teknologi. Ketika dicoba dimana banyak sistem perbankan didigitalkan masih tidak berfungsi seperti satu entitas digital, seperti yang terjadi di banyak entitas yang berhadapan dengan nasabah. Salah satu referensi untuk perbandingannya, misalnya industri maskapai penerbangan atau logistik. Penggunaan kekinian teknologi terbukti meningkatkan efisiensi. Sementara masih harus diakui bagi sebagian besar bank belum mencapai level itu. Sebagian besar bank saat ini menganggap digital sebagai alat yang berguna. Belum sampai kepada inti permasalahan utamanya yaitu membangun sistem secara keseluruhan yang mampu meningkatkan efisiensi.

Banyak bank yang merasa sudah bertransformasi digital bila ia sudah mempunyai aplikasi *mobile banking*. Walaupun memang apa yang dilihat oleh pelanggan pada

bank yang telah bertransformasi digital adalah aplikasi *mobile banking* dalam *smartphone*-nya, itu bukan berarti bank tersebut sudah bertransformasi digital secara utuh, karena aplikasi *mobile banking* hanya salah satu dari banyak hal dalam implementasi transformasi digital. Transformasi digital total harus mentransformasi tiga komponen utama, yaitu pengalaman pelanggan (*Customer Experience*), operasional perusahaan yang terbaik (*Operation Excellence*), dan model bisnis baru (*New Business Model*). Dengan demikian, bukan hanya tampilan digital, namun operasional, model bisnis, serta pikir seluruh pegawai juga digital. Aplikasi *mobile banking* saja tanpa didukung proses lainnya di belakangnya, hanya memenuhi sebagian dari salah satu poin dalam *Customer Experience*, yaitu pelanggan dapat melakukan transaksi swalayan. Padahal masih banyak hal yang perlu dicapai dalam *Customer Experience* saja, dan aplikasi *mobile banking* saja belum mencerminkan apakah *Operational Excellence* dan *New Business Model* telah dicapai.

Kedua, karena akan meningkatkan efisiensi, maka akan terjadi penghematan biaya. Sebuah laporan McKinsey memperkirakan bahwa bank dapat meningkatkan marjin usaha dalam bentuk tolak ukur keuangan berupa pendapatan sebelum pajak. Juga dilaporkan bagi bank yang ingin melakukan efisiensi dan penghematan ada sekitar 40 persen beralih ke perbankan digital. Tentunya manfaat yang diperoleh bukan hanya penghematan biaya berasal dari otomatis fungsi, menghilangkan redundansi, dan lain sebagainya. (Liyas, Bank Digital, 2022)

Ketiga, salah satu ciri keberhasilan perbankan digital adalah meningkatkan daya saing. Kegunaan teknologi digital memberikan peluang lebih besar bagi bank menjangkau basis pelanggan yang lebih luas dan membangun hubungan yang

lebih dekat dengan generasi yang paham teknologi. Digitalisasi bukan berarti hanya memindahkan proses yang tadinya manual menjadi sekarang bisa dilakukan melalui aplikasi di *smartphone*, namun juga proses itu sendiri haruslah diefisienkan. (Hie, 2021)

Gambar 2. 1 Digital Bank



Sumber: *Westerman, 2014*

2.1.3 Literasi Keuangan

Menurut (OJK, 2017) literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat. Literasi keuangan memiliki tujuan jangka panjang bagi seluruh golongan masyarakat, yaitu :

1. Merupakan bentuk investasi jangka panjang yang bermanfaat dalam mengelola dan menjaga kondisi keuangan agar tetap terjaga atau stabil
2. Meningkatkan jumlah pengguna produk dan layanan jasa keuangan
3. Agar masyarakat luas dapat menentukan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan, masyarakat harus memahami dengan benar manfaat dan risiko, mengetahui hak dan kewajiban serta meyakini bahwa

produk dan layanan jasa keuangan yang dipilih dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Bagi masyarakat, literasi keuangan memberikan manfaat yang besar, seperti :

- a. Mampu memilih dan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan sesuai kebutuhan;
- b. Memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan dengan lebih baik
- c. Mampu bertanggung jawab pada keputusan keuangan yang diambil
- d. Terhindar dari aktivitas investasi pada instrument keuangan yang tidak jelas;

Literasi Keuangan juga memberikan manfaat yang besar bagi sektor jasa keuangan. Lembaga keuangan dan masyarakat saling membutuhkan satu sama lain sehingga semakin tinggi tingkat literasi keuangan masyarakat, maka semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan.

Menurut Mendari dan Kewal (2014), literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan. (Muna, 2021) sedangkan menurut (Edwy et al., 2022) literasi keuangan adalah keterampilan serta pengetahuan dalam mengelola dan mengambil keputusan keuangan. Menurut (Yushita, 2017) literasi keuangan adalah serangkaian proses yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan individu agar dapat mengelola keuangannya dengan lebih baik. Literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan atas pengelolaan keuangan untuk pengambilan keputusan keuangan yang diukur dengan pengetahuan umum tentang keuangan pribadi, kredit, tabungan, investasi dan asuransi. (Tiffani, Literasi Keuangan, 2023)

Organisation for Economic Co-operation and Development atau OECD (2016) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan risiko keuangan, berikut keterampilan, motivasi, serta keyakinan, untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang dimilikinya tersebut dalam rangka membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan (*financial well being*) individu dan masyarakat, dan berpartisipasi dalam bidang ekonomi. Reserve Bank of India dalam National Strategy for Financial Education 2020 – 2025 mendefinisikan literasi keuangan sebagai kombinasi dari *awerness*, pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku terkait keuangan yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang baik dan pada akhirnya dapat mencapai kesejahteraan keuangan individu. Edukasi keuangan di sisi lain didefinisikan sebagai proses dimana konsumen/investor keuangan meningkatkan pemahaman terkait produk keuangan, konsep dan risiko melalui informasi, instruksi dan/atau saran yang objektif, mengembangkan keterampilan dan kepercayaan diri untuk menjadi lebih sadar akan risiko keuangan, untuk membuat pilihan berdasarkan informasi untuk mengetahui cara pengambilan tindakan yang efektif dalam rangka meningkatkan kesejahteraan mereka. (OJK, 2021)

Menurut Remund (2010) literasi keuangan dibagi menjadi 5 kategori :

1. Pengetahuan konsep keuangan ;
2. Kemampuan dalam mengkomunikasikan konsep keuangan
3. Kecakapan dalam mengelola keuangan pribadi;
4. Keterampilan dalam membuat keputusan keuangan yang tepat;
5. Keyakinan dalam merencanakan kebutuhan keuangan di masa depan secara efektif;

Shankari, et al (2014) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan masyarakat yang tinggi dapat mendorong persaingan antar pelaku usaha jasa keuangan untuk lebih berinovasi dan meningkatkan efisiensi produk dan layanan jasa keuangan. (OJK, 2021)

3.1.4 Literasi Digital

Menurut Douglas A.J Belshaw (2011) mengatakan bahwa ada delapan elemen esensial untuk mengembangkan literasi digital, yaitu sebagai berikut:

1. Kultural, yaitu pemahaman ragam konteks pengguna dunia digital;
2. Kognitif, yaitu daya pikir dalam menilai konten;
3. Konstruktif, yaitu reka cipta sesuatu yang ahli dan aktual;
4. Komunikatif, yaitu memahami kinerja jejaring dan komunikasi di dunia digital;
5. Kepercayaan diri yang bertanggung jawab;
6. Kreatif, melakukan hal baru dengan cara baru;
7. Kritis dalam menyikapi konten; dan
8. Bertanggung jawab secara sosial

Ada pula elemen utama literasi digital, maka perlu diketahui tujuh elemen utama dalam literasi digital yaitu :

1. Sebuah kesadaran akan dampak media terhadap individu dan masyarakat
2. Sebuah pemahaman tentang komunikasi massa
3. Pengembangan strategi – strategi yang digunakan untuk menganalisis dan membahas pesan – pesan media
4. Sebuah kesadaran akan isi media sebagai teks yang memberikan wawasan dan pengetahuan ke dalam budaya kontemporer manusia dan diri manusia sendiri

5. Peningkatan kesenangan, pemahaman, dan apresiasi terhadap isi media

Jadi, dapat disimpulkan bahwa literasi digital adalah pengetahuan dan kecakapan untuk menggunakan media digital, alat – alat komunikasi, atau jaringan dalam menemukan, mengevaluasi, menggunakan, membuat informasi, dan memanfaatkannya secara sehat, bijak, cerdas, cermat, tepat, dan patuh hukum dalam rangka membina komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari – hari. (Syafrial, 2023)

Menurut (Syafrial, 2023) literasi digital juga dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk menemukan, mengevaluasi, membuat dan mengkomunikasikan informasi, yang membutuhkan keterampilan kognitif dan teknis. Literasi digital juga merupakan kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk mengkomunikasikan konten/informasi dengan kecakapan kognitif dan teknis.

Menurut (Jenkins, 2009) literasi digital awalnya difokuskan pada keterampilan digital dan berawal dari penggunaan komputer, munculnya internet dan penggunaan media sosial, telah menyebabkan fokus literasi digital beralih keperangkat *mobile*. Literasi digital tidak menggantikan bentuk tradisional dari keaksaraan, bahkan membangun atas keterampilan yang membentuk fondasi dalam bentuk keaksaraan fungsional. (Syah, Darmawan, & Purnawan, 2019)

Menurut (Mutiasari, 2020) Literasi digital berkaitan erat dengan transformasi digital sektor perbankan. Transformasi digital melampaui penyediaan *mobile banking* atau *online banking*. Diperlukan inovasi untuk menggabungkan teknologi digital dan interaksi konsumen, dengan hadirnya teknologi baru ini mampu memberikan kemudahan akses terhadap produk perbankan dan layanan. (Tiffani, Bank Digital, 2023)

3.1.5 Smart Branch Mandiri

Smart Branch merupakan transformasi digital dari kantor cabang. Smart Branch didesain untuk dapat mengakomodasi kebutuhan nasabah berdasarkan tingkat adopsi digital dengan menghadirkan proses layanan yang terintegrasi dengan *digital channel* dan *self-service*. Pengembangan fitur smart branch berorientasi kepada nasabah atau *customer service*.

Menurut (Mandiri, 2023) Smart Branch yang diluncurkan Bank Mandiri hadir dalam tiga tipe yakni :

1. Digital Box : untuk nasabah yang butuh layanan perbankan *express* tanpa antrian. Layanan yang bisa nasabah lakukan di Digital Box yakni:
 - a. ATM (Anjungan Tunai Mandiri) Setor Tarik : untuk melayani Tarik Tunai, dan Transaksi Non Tunai Lainnya.
 - b. Customer Service Machine : untuk melayani penggantian kartu debit dan pembukaan rekening tabungan
 - c. Video Conference Box : untuk melayani advis produk perbankan
2. Hybrid Branch : untuk nasabah yang sibuk dan memiliki beragam kebutuhan finansial. Layanan yang bisa nasabah lakukan di Hybrid Branch yakni :
 - a. Zona Teller :
 - 1) Setoran Tunai
 - 2) Tarik Tunai
 - 3) Overbooking
 - 4) Real Time Gross Settlement
 - 5) Sistem Kliring Nasional
 - 6) Telegraphic Transfer
 - 7) Transaksi Cek/ Bilyet Giro

- 8) Transaksi Valuta Asing
 - 9) Pembayaran Pajak
 - 10) Dan lain-lain
 - b. Zona Customer Service :
 - 1) Pembukaan Rekening Tabungan, Giro, Deposito
 - 2) Pembaharuan Data Nasabah
 - 3) Pendaftaran e-Banking (Livin, Kopra, QR, EDC dsb)
 - 4) Pengajuan Kartu Kredit, KPR dan KSM
 - 5) Pengajuan Kredit Mikro
 - 6) Pengajuan Kredit SME
 - 7) Dan lain-lain
 - c. Lainnya :
 - 1) Pengajuan Bank Garansi
 - 2) Pengajuan Produk Wealth
 - 3) Pengajuan Produk Treasury
 - 4) Pengajuan Produk Anak Perusahaan
 - 5) Pengajuan complain nasabah
 - 6) Dan lain-lain
3. Upgrade Branch : untuk nasabah yang butuh didampingi staf dan memiliki beragam kebutuhan finansial. Layanan yang bisa nasabah lakukan di Upgrade Branch yakni :
- a. Zona Teller :
 - 1) Setoran Tunai
 - 2) Tarik Tunai
 - 3) Overbooking
 - 4) Real Time Gross Settlement

- 5) Sistem Kliring Nasional
- 6) Telegraphic Transfer
- 7) Transaksi Cek/ Bilyet Giro
- 8) Transaksi Valuta Asing
- 9) Pembayaran Pajak
- 10) Dan lain-lain

b. Zona Customer Service :

- 1) Pembukaan Rekening Tabungan, Giro, Deposito
- 2) Pembaharuan Data Nasabah
- 3) Pendaftaran eBanking (Livin, Kopra, QR, EDC dsb)
- 4) Pengajuan Kartu Kredit, KPR dan KSM
- 5) Pengajuan Kredit Mikro
- 6) Pengajuan Kredit SME
- 7) Dan lain-lain

c. Lainnya :

- 1) Pengajuan Bank Garansi
- 2) Pengajuan Produk Wealth
- 3) Pengajuan Produk Treasury
- 4) Pengajuan Produk Anak Perusahaan
- 5) Pengajuan complain nasabah
- 6) Dan lain-lain

Bank Mandiri menyediakan layanan digital yang inovatif melalui smart branch by Mandiri yang memberikan solusi perbankan yang komprehensif dan melayani kebutuhan nasabah dari hulu hingga hilir. Layanan digital Bank Mandiri dilengkapi dengan berbagai sarana dan fasilitas lain untuk memudahkan para nasabah.

Sebagai mitra keuangan utama pilihan nasabah, Bank Mandiri berkomitmen memberikan produk dan layanan yang adil dan setara sesuai peraturan dan undang-undang yang berlaku. Untuk memastikan hal tersebut, Bank Mandiri secara berkala melakukan pemeriksaan, pemantauan dan evaluasi atas seluruh produk layanan yang dimiliki termasuk pengembangan produk dan layanan keuangan digital.

Dalam melakukan pengembangan produk dan layanan keuangan digital yang disediakan oleh Bank Mandiri diantaranya ialah :

1. Livin By Mandiri : adalah financial super app yang menyediakan layanan perbankan komprehensif yang diakses melalui smartphone. Livin By Mandiri menghadirkan berbagai pilihan solusi terkini yang disesuaikan dengan kebutuhan finansial maupun non finansial nasabah, seperti pembukaan rekening untuk nasabah baru, Tarik tunai tanpa kartu, Linkage e-wallet, Quick Pick, Intip Saldo, Smart Payment, Instant Access, pembelian produk investasi reksa dana, QR Payment, Investasi dan juga SUKHA serta berbagai fitur-fitur menarik lainnya.
2. Mandiri E-Money : adalah uang elektronik berbasis chip yang diterbitkan oleh Bank Mandiri sebagai pengganti uang tunai untuk transaksi pembayaran seperti di tol, parkir, Transjakarta, kereta, mini market dan berbagai macam lainnya
3. Mandiri EDC : menyediakan layanan penyediaan mesin *Electronic Data Capture* (EDC) yang tersedia di toko/merchant yang bekerjasama dengan Bank Mandiri. Mandiri EDC dapat memfasilitasi penerimaan transaksi pembelian, pembayaran, Tarik tunai, dan top up e-money menggunakan

kartu Mandiri maupun bank lain secara elektronik melalui jaringan domestic, international payment network, dan jaringan Bank Mandiri.

4. Mandiri ATM : memberikan layanan transaksi perbankan melalui mesin ATM yang memfasilitasi nasabah untuk mengakses rekening Mandiri Tabungan atau Mandiri Giro dalam melakukan transaksi tunai, cek saldo, transfer, pembayaran dan pembelian dengan menggunakan Kartu Mandiri.
5. Mandiri ATM Setor Tarik : merupakan salah satu jenis mesin ATM untuk transaksi setor tunai, transaksi Tarik tunai, transaksi transfer antar bank, dan transaksi pembayaran/pembelian bagi semua nasabah Bank Mandiri yang mempunyai rekening tabungan. Layanan transaksi perbankan lainnya pada mesin Mandiri ATM juga dapat diakses di mesin Mandiri ATM Setor Tarik
6. Mandiri Chatbanking : merupakan layanan komunikasi antara bank Mandiri dengan nasabah melalui account resmi Whatsapp Bank Mandiri di nomor 08118414000. Dengan layanan ini Bank Mandiri menyampaikan informasi, notifikasi, dan berinteraksi dengan nasabah. Sebaliknya nasabah juga dapat menanyakan info produk dan layanan Bank Mandiri melalui nomor WhatsApp yang sama
7. Mandiri E-commerce : merupakan layanan penerimaan transaksi Kartu Mandiri maupun Bank lain di toko/merchant online yang bekerjasama dengan Bank Mandiri. Mandiri E-commerce memberikan kenyamanan bertransaksi karena pembayaran dilakukan dalam transaksi yang terintegrasi tanpa perlu mengakses kanal perbankan lainnya. Nasabah dapat menggunakan kartu Mandiri maupun bank lain melalui *international payment network*

8. Mandiri Direct Debit : layanan ini merupakan sarana pembayaran Mandiri Debit yang *frictionless* dan aman di *merchant e-commerce* dengan menggunakan ID transaksi berupa nomor kartu, tanggal kadaluwarsa, serta otorisasi menggunakan OTP. Otorisasi ini dilakukan oleh Bank Mandiri sendiri sebagai penerbit kartu tanpa melibatkan principal dengan OTP dikirimkan oleh Bank
9. Mandiri QRIS : layanan ini melakukan penerimaan transaksi pembayaran menggunakan metode QR code di merchant Bank Mandiri dengan menggunakan uang elektronik berbasis server maupun sumber dana lainnya. QR terstandarisasi oleh Bank Indonesia sehingga memungkinkan penggunanya bertransaksi secara interoperabilitas menggunakan Livin By Mandiri maupun aplikasi lainnya baik bank maupun non-bank (fintech) yang telah terdaftar dan disetujui oleh Bank Indonesia. Mandiri QRIS memberikan kemudahan bertransaksi bagi merchant secara nontunai
10. Mandiri Customer Service Machine (*CS Machine*) : layanan ini adalah layanan digital perbankan terbaru Bank Mandiri yang dilengkapi dengan teknologi biometric verification untuk layanan penggantian kartu (ganti jenis kartu, ganti kartu rusak, bahkan ganti kartu hilang) serta layanan pembukuan rekening baru. Nasabah dapat bertransaksi secara self service di CS Machine dengan tahapan transaksi yang praktis (tanpa perlu mengisi formulir), cepat, beroperasi 24 jam, dan tidak perlu antri di cabang
11. Mandiri Application Programming Interface (API) : memberikan kemudahan akses terhadap produk dan layanan perbankan kepada pelaku ekosistem digital yang diintegrasikan pada aplikasi Mitra untuk memanfaatkan layanan perbankan secara mudah dan aman

12. Digital Lending for Ecommerce and Fintech : Bank Mandiri bekerjasama dengan perusahaan digital di Indonesia untuk memberikan pinjaman modal kerja (non-revolving) kepada UMKM yang terdaftar sebagai *online seller/merchant*. Proses pengajuan dilakukan secara online melalui platform partner dan dikirimkan ke Bank Mandiri via API. Dana akan diterima di rekening nasabah setelah pinjaman disetujui.
13. Digital Lending for Value Chain Business: layanan ini merupakan produk pembiayaan usaha yang diberikan oleh Bank Mandiri kepada nasabahnya yang berjualan melalui platform digital. Nasabah dapat mencairkan pinjaman sesuai nominal yang diinginkan secara berulang (*revolving*), selama belum mencapai batas limit pinjaman. Proses pengajuan dilakukan secara online melalui platform partner yang bekerjasama dengan Bank Mandiri dan dikirimkan ke Bank Mandiri via API. Selanjutnya, nasabah dapat mengecek status pinjamannya melalui *platform partner*
14. KOPRA : memberikan layanan *digital single access* yang menjadi pusat aktivitas informasi dan transaksi finansial bagi ekosistem bisnis para pelaku usaha di segmen *wholesale dan value-chain nya secara end-to-end* (hulu ke hilir)
15. Mandiri Internet Bisnis : layanan ini adalah layanan e-banking untuk melakukan transaksi finansial dan nonfinansial dengan aplikasi internet banking yang diperuntukkan bagi nasabah bisnis dari segmen perorangan dan perusahaan, khususnya kategori perusahaan kecil dan menengah. Fitur yang terdapat dalam layanan Mandiri Internet Bisnis meliputi informasi umum rekening, transfer, pembayaran, pembelian, administrasi, informasi bisnis dan aktivitas bisnis

Keunggulan lain dari Smart Branch adalah integrasinya dengan Livin By Mandiri melalui fitur layanan cabang di Livin By Mandiri nasabah dapat langsung membuat reservasi untuk bisa langsung bertransaksi di Smart Branch dengan lebih cepat, mudah dan sesuai kebutuhan. Saat ini Bank Mandiri telah meluncurkan 241 Smart Branch yang terbagi atas 19 Digital Box, 194 Hybrid Branch dan 28 Upgrade Branch yang tersebar di berbagai Provinsi salah satunya ialah Provinsi Mamuju, Sulawesi Barat.

Provinsi Mamuju, Sulawesi Barat telah mengadopsi Smart Branch by Mandiri dengan tipe Upgrade Branch yang mana pada tipe ini memiliki zona – zona khusus layanan digital yang berdampingan dengan zona layanan konvensional, sehingga nasabah dapat mencoba untuk berinteraksi di zona digital dengan mulai membiasakan diri dengan pengalaman perbankan digital yang baru.

2.2 Tinjauan Empiris

Penelitian – penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini disajikan sebagai berikut :

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Penelitian	Kesimpulan
1.	Ignasia Tiffani (2023)	Penagruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Bank Digital	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dan literasi digital baik secara parsial maupun simultan, keduanya mempengaruhi preferensi konsumen terhadap bank digital.
2.	Iwan Eko Ariyadi, (2023)	Pengaruh Literasi Digital Religiusitas dan	Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan

		Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Saham Generasi Z Dalam Perspektif Ekonomi Islam	terdapat pengaruh positif dan signifikan pada literasi digital terhadap keputusan investasi. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada literasi keuangan terhadap keputusan investasi
3.	Nanda Ristiana, (2021)	Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Minat Penggunaan Layanan E-Banking Bank Umum Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening	Kesimpulannya ialah persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa IAIN Salatagi dalam penggunaan layanan e-banking. Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan e-banking. Kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepercayaan penggunaan layanan e-banking.
4.	Ratna Yunita, (2023)	Pengaruh Literasi Digital, Kemanfaatan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Membuka Rekening Melalui Aplikasi BSI Mobile Oleh Nasabah BSI Di Ponorogo	Literasi Digital tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membuka rekening pada aplikasi BSI mobile. Kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membuka rekening pada aplikasi BSI mobile. Literasi digital, kemanfaatan dan kemudahan secara Bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan membuka rekening pada aplikasi BSI mobile
5.	Java Widodo, (2022)	Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Digital Financial Product, Dan Penggunaan Internet	Literasi keuangan, penggunaan Digital Finance dan penggunaan internet memiliki pengaruh yang positif terhadap inklusi

		Terhadap Inklusi Keuangan Pada Pelaku UMKM Di Kota Bandar Lampung	keuangan. Literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif terhadap penggunaan Digital Finance Product dan penggunaan internet. Penggunaan Digital Finance Product dan penggunaan internet menjadi penghubung pengaruh literasi keuangan terhadap inklusi keuangan.
--	--	---	---

BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

3.1 Kerangka Konseptual

Penelitian ini terdapat dua klasifikasi variabel, yaitu variabel independent dan variabel dependent. Menurut Sarstedt, Ringle dan Hair (2020) ketika suatu variabel hanya berfungsi sebagai variabel independent hal ini ditunjukkan dengan anak panah yang menuju kearahnya. (Widodo, 2022). Berdasarkan fenomena yang dibahas serta tinjauan pustaka yang dibahas, maka variabel pada penelitian ini ialah :

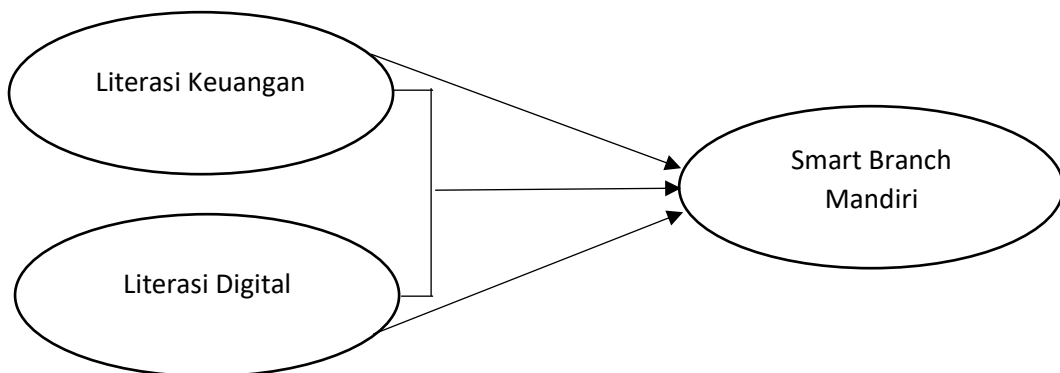
X1 (Variabel independent) : Literasi Keuangan

X2 (Variabel independent) : Literasi Digital

Y (Variabel dependent) : Smart Branch

Gambar 3.1 menunjukkan kerangka penelitian yang dipakai dalam penelitian ini .

Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian



3.2 Hipotesis

Hipotesis yang dibangun dan dikembangkan pada penelitian ini ialah :

Pergeseran kebiasaan masyarakat dalam menggunakan layanan keuangan sejak pandemic Covid-19 menjadi salah satu yang mendorong transformasi dan perkembangan digitalisasi di sektor perbankan. Perkembangan bank digital di Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa bank digital lokal juga telah muncul di Indonesia. Mereka menawarkan layanan perbankan yang sepenuhnya digital tanpa adanya cabang fisik, dan mengutamakan pengalaman pengguna yang praktis dan efisien. Seiring dengan perubahan pola perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan, bank digital di Indonesia diperkirakan akan terus berkembang dan menjadi salah satu pilihan utama dimasa depan.

Literasi keuangan dapat membantu masyarakat dalam membuat keputusan keuangan yang lebih bijaksana. Menurut penelitian (Ariyadi, 2023) terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Literasi Keuangan terhadap keputusan investasi. Dan terdapat pula pengaruh positif dan signifikan pada literasi digital terhadap keputusan investasi

H1 : Literasi keuangan secara parsial berpengaruh terhadap Smart branch

Literasi digital memainkan peran penting dalam mengembangkan dan memanfaatkan fitur smart branch dalam dunia perbankan. Menurut penelitian (Ristiana, 2021) bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan literasi digital terhadap minat penggunaan layanan e-banking.

H2 : Literasi Digital secara parsial berpengaruh terhadap Smart branch

Transformasi digital memaksa bank untuk mengubah proses operasional, proses pengelolaan, penyesuaian strategi bisnis, menyediakan *digital channel* serta penataan ulang jaringan distribusi dengan tujuan agar meningkatkan pengalaman dan preferensi konsumen. Preferensi konsumen terhadap bank digital dipengaruhi oleh mengenai literasi keuangan dan literasi digital. Dengan kata lain oleh literasi keuangan dan literasi digital berkontribusi terhadap preferensi konsumen akan bank digital. Preferensi merupakan kecenderungan subjek untuk tetap tertarik dan merasa senang karena suatu pilihan. Preferensi disini merujuk pada alasan masyarakat dalam memilih bank digital dibandingkan bank konvensional. (Tiffani, 2023).

H3 : Literasi keuangan dan literasi digital secara simultan berpengaruh terhadap bank digital atau smart branch