

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan teknologi pada bidang informasi merupakan sebuah keharusan pada peradaban manusia. Perkembangan ini dibuktikan dengan kepemilikan perangkat teknologi seperti *smartphone*, laptop, komputer, tablet, dan *smartwatch* yang menandakan masyarakat mulai beralih ke teknologi modern. Adanya perkembangan teknologi dan transformasi digital semakin memudahkan para penggunanya dalam mencari informasi, melakukan kegiatan komunikasi, dan melakukan proses transaksi.

Teknologi hadir dan berkembang memudahkan segala aktivitas manusia terutama di bidang sosial dan ekonomi. Teknologi keuangan (*financial technology*) muncul dengan inovasi terbaru yang dapat memenuhi dan mendukung kegiatan ekonomi menjadi lebih cepat, efisien, aman dan nyaman. *Fintech* mengacu pada informasi mengenai perkembangan teknologi keuangan seperti perbankan, pinjaman, dan lain sebagainya. Menurut Fatichatur (2019) penerapan teknologi informasi (*financial technology*) pada bidang keuangan sangat membantu gaya hidup sosial, yang dulunya manual dan membutuhkan waktu yang lama pada saat proses transaksi serta pertukaran data informasi, sekarang menjadi serba efisien tanpa memerlukan waktu lama.

Fintech hadir dan berkembang pesat di Indonesia dilihat dari segi kemudahan aktivitas dalam bidang sosial dan ekonomi. *Fintech* mendorong adanya integritas layanan keuangan dan teknologi berupa keuangan elektronik

untuk mendukung sistem keuangan pada masa kini (Baraba *et al.*, 2023). Sistem keuangan berupa layanan keuangan digital dapat membantu nasabah dalam melakukan praktik transaksi digital.

Berkembangnya *fintech* ditandai dengan munculnya perusahaan rintisan (*startup*) yang menawarkan beberapa keunggulan dari produk atau jasa yang dihasilkannya. Perusahaan rintisan atau *startup* di Indonesia dibidang *fintech* dapat mendorong kemajuan layanan keuangan digital sehingga mampu menggeser kebiasaan bertransaksi menggunakan bank konvensional ke bank digital (Fatimah *et al.*, 2023). Keberadaan *fintech* terbukti dapat mendorong inklusi dan literasi keuangan, karena perannya dalam menciptakan akses finansial yang efisien dan kompetitif untuk nasabah yang belum memiliki rekening bank (Peraturan OJK, 2021).

Konsep *fintech* merupakan hasil mengadaptasi perkembangan teknologi yang dipadukan dengan bidang finansial pada lembaga perbankan, sehingga diharapkan dapat memfasilitasi proses transaksi keuangan yang lebih praktis, aman dan modern, meliputi layanan keuangan berbasis digital yang saat ini telah berkembang di Indonesia yaitu *payment channel sistem*, *digital banking*, *online digital insurance*, *Peer to Peer (P2P) Lending*, serta *crowd funding* (Lukmanul *et al.*, 2022). Berdasarkan kelima jenis *fintech* tersebut, *digital banking* menjadi jenis *fintech* dengan konsep relatif terbaru dan mulai dikenal oleh masyarakat Indonesia.

Digital banking atau bank digital merupakan Bank BHI (Berbadan Hukum Indonesia) yang menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha

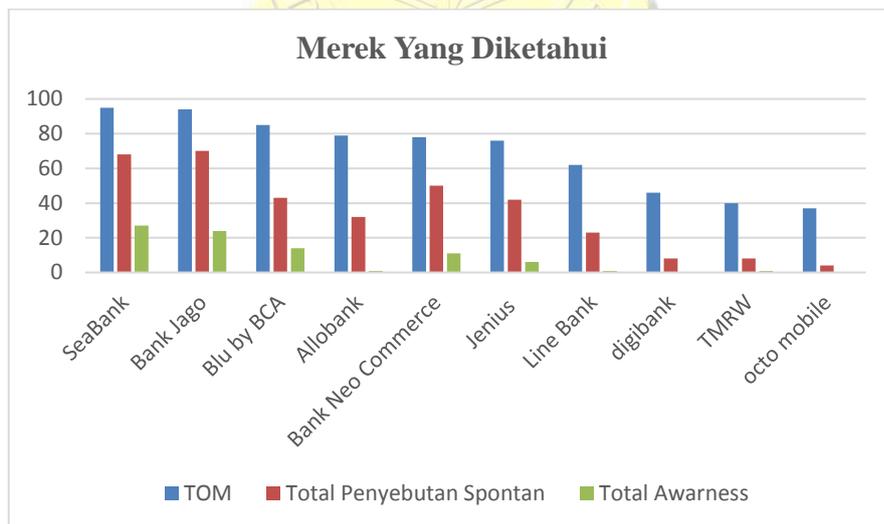
terutama melalui saluran elektronik tanpa kantor fisik selain kantor pusat, atau menggunakan kantor fisik yang terbatas (Peraturan OJK, 2021). Bank digital sebagai inovasi terbaru dari bank konvensional yang menyediakan layanan perbankan secara *online* seperti transaksi, transfer uang, pembayaran saldo, serta pembukaan rekening baru hanya menggunakan *smartphone* melalui aplikasi atau situs website yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun tanpa harus mendatangi kantor bank konvensional.

Hadirnya bank digital di Indonesia sangat berdampak pada sektor perbankan dalam hal aksesibilitas, efisiensi, dan fitur inovatif yang ditawarkan. Dibandingkan dengan bank konvensional, bank digital memiliki keunggulan dari segi akses yang cepat dan biaya rendah sehingga memudahkan penggunaanya dalam mengelola keuangan secara digital. Bank digital juga menawarkan fitur-fitur inovatif yang memudahkan penggunaanya ketika melakukan transaksi digital. Dengan adanya kemudahan dan kepraktisan dalam bertransaksi, bank digital mampu merangkul semua kalangan dalam mencari solusi keuangan yang lebih tenang dan aman.

Di sisi lain, tanggung jawab untuk menjaga keamanan dan kenyamanan pengguna menjadi pusat perhatian. Dengan kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat, bank digital memiliki potensi besar untuk tumbuh menjadi pondasi keuangan yang andal dan inklusif bagi semua, menyongsong masa depan di mana semua orang dapat mengelola keuangan dengan percaya diri dan penuh rasa tenang (Dawam, 2024). Dilihat dari keunggulannya, kini bank digital

banyak diminati masyarakat seiring dengan adanya regulasi mengenai peredaran uang kertas ditengah tren *cashless payment*.

Sejalan dengan tren *cashless payment* di Indonesia, pembayaran non tunai didukung dengan gerakan dari Bank Indonesia (BI) berupa Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang dikeluarkan pada 14 Agustus 2014 untuk menciptakan sistem pembayaran yang aman, efisien, dan lancar, untuk dapat mendorong sistem keuangan nasional bekerja secara efektif dan efisien (Lukito *et al.*, 2022). Bank digital diharapkan dapat memfasilitasi publik dalam melakukan pembayaran non tunai untuk semua jenis transaksi dengan biaya yang rendah. Di masa mendatang masyarakat dituntut untuk menggunakan segala teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Layanan perbankan digital merupakan salah satu penggunaan teknologi yang memiliki potensi yang besar di Indonesia dan perlu diberikan ruang untuk bertumbuh.



Gambar I-1 Bank Digital Paling Banyak diketahui di Indonesia

Sumber: <https://info.populix.co/articles/bank-digital-di-indonesia/>

Berdasarkan data diatas bank digital dengan peringkat tertinggi merek yang paling banyak diketahui masyarakat Indonesia adalah SeaBank dan Bank Jago. SeaBank memimpin dengan TOM (*Top Of Mind*) sebesar 95% dengan total penyebutan spontan sebesar 68% dan total kesadaran penuh sebesar 27%. Bank Jago menempati peringkat dua dengan TOM (*Top Of Mind*) sebesar 94% dengan total penyebutan spontan sebesar 70% dan total kesadaran penuh sebesar 24%. Selanjutnya, blu by BCA menempati peringkat ketiga dengan total TOM (*Top Of Mind*) sebesar 85% diikuti oleh Allobank dengan TOM (*Top Of Mind*) sebesar 79%, Bank Neo Commerce sebesar 78%, dan Bank Jenius sebesar 76%. Kemudian Line Bank, Digibank, TMRW, dan Octo Mobile dengan total TOM (*Top Of Mind*) yang jauh lebih rendah dibanding SeaBank dan Bank Jago.

Seiring dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat tentang bank digital di Indonesia, pengguna bank digital diprediksi akan terus bertambah. Salah satu perusahaan bank digital yang banyak diketahui masyarakat Indonesia yaitu SeaBank. SeaBank menduduki peringkat satu dengan TOM (*Top Of Mind*) oleh masyarakat Indonesia. SeaBank mampu menarik perhatian masyarakat Indonesia dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan. SeaBank menawarkan gratis biaya transfer, bunga tabungan dan deposito yang kompetitif, serta kemudahan dalam proses pembukaan rekening. Keunggulan yang ditawarkan oleh SeaBank menjadi pilihan yang menarik bagi masyarakat Indonesia dalam memilih menggunakan bank digital. SeaBank berintegrasi dengan shopee yang merupakan platform belanja online terkemuka sehingga

menjadi daya tarik untuk mempermudah saat melakukan transaksi di *e-commerce*.

SeaBank menjalin kerja sama dengan shopee dan berada di induk yang sama yaitu Sea Group. Sebelum bergabung dengan Sea Group, SeaBank dikenal dengan Bank Kesejahteraan Ekonomi (BKE) yang didirikan oleh Prof. Dr. Soemitro Djojohadikusumo pada 4 Oktober 1991. Pada awalnya Bank BKE didirikan untuk meningkatkan inklusi keuangan dan pemberdayaan koperasi di Indonesia. Pada zamannya Bank BKE digunakan untuk pembiayaan insentif PNS melalui Koperasi Primer Pegawai Negeri (KP-RI) dengan pola *executing* (SeaBank, 2024). Kemudian pada tahun 2021 Sea Group mengakuisisi BKE dan mengubah namanya menjadi PT. Bank SeaBank Indonesia (SeaBank) berdasarkan surat keputusan Deputi Komisiner Pengawas Perbankan Otoritas Jasa Keuangan Nomor KEP-12/PB.1/2021 tanggal 10 Februari 2021 (Khadafi, 2024).

Pada tahun yang sama PT. Bank SeaBank Indonesia (SeaBank) melakukan peluncuran pertamanya yaitu digital banking. Hal ini sekaligus menandai adanya transformasi bisnis menjadi bank digital (Khadafi, 2024). Peran dari sebuah bank digital untuk mendorong perkembangan ekonomi di Indonesia lebih inklusif untuk menyediakan akses keuangan yang seluas-luasnya bagi masyarakat (Simanjutak, 2023). Menurut Aviliani, Ketua Bidang Pengembangan Kajian Ekonomi Perbankan Perhimpunan Bank Nasional (Perbanas) kolaborasi yang kuat antara bank digital, fintech, dan lembaga keuangan lainnya dapat menciptakan ekosistem yang beragam (Pernando,

2023). Pemberian nilai tambah ini juga diyakini meningkatkan kualitas layanan yang dapat diberikan kepada nasabah.

Bank digital SeaBank telah terpadu dengan sistem Kependudukan dan Catatan Sipil (Dukcapil) yang memudahkan penggunaannya saat melakukan registrasi dan verifikasi akun SeaBank. Proses verifikasi akun SeaBank tidak memerlukan waktu yang lama, pengguna hanya membutuhkan waktu kurang lebih tiga menit saja. Setelah akun terverifikasi, SeaBank akan memeriksa pengajuan akun dalam satu sampai lima hari kerja kemudian pengguna mendapat notifikasi melalui aplikasi, SMS, atau email bahwa akun SeaBank sudah bisa digunakan.

Pengguna dapat memanfaatkan fitur layanan dengan kemampuan teknologi seperti tidak harus bertemu dengan *customer service*, atau *teller*, dalam penggunaannya ketika melakukan transaksi secara online. Bank digital SeaBank menawarkan fitur menabung dengan bunga yang tinggi, membayar menggunakan *virtual account*, mengisi ulang *e-wallet*, fitur bayar instan, dan fitur *top up*. Menurut Kotler (2008) Fitur merupakan sarana untuk membedakan dengan produk lain sedangkan layanan adalah kegiatan yang ditujukan oleh pada sifat yang tidak berwujud dan tidak mempunyai kepemilikan dari pesaing yang lainnya. Pengguna bank digital SeaBank juga bisa membayar tagihan listrik, membeli token listrik, isi pulsa, dan pembelian paket data dengan biaya admin yang murah.

Sementara itu, bank digital SeaBank juga menawarkan bunga deposito dengan suku bunga mencapai 6 persen per tahun, dalam kurun waktu tempo 1,

3 dan 6 bulan dengan minimal saldo Rp.1.000.000,00. Adapun, penempatan deposito relatif dalam jangka waktu singkat, mulai dari 1 bulan (Laras, 2023). Dengan ini, Bank digital SeaBank dapat membantu mendorong ekonomi Indonesia dengan cara melakukan pengelolaan keuangan agar lebih inklusif di era digitalisasi.

Salah satu model yang digunakan untuk mengukur minat menggunakan teknologi adalah TAM. Technology Accepted Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 berdasarkan model TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang merupakan model yang paling berpengaruh dan digunakan untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan sistem teknologi informasi (Davis *et al.*, 1989). Model ini menjelaskan dan memprediksi perilaku penggunaan teknologi informasi berdasarkan dua konstruk utama seperti *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Sementara itu, terdapat beberapa faktor yang menyebabkan para pengguna berminat menggunakan aplikasi bank digital SeaBank untuk melakukan transaksi. Sebelum mengetahui faktor yang mempengaruhi minat menggunakan aplikasi bank digital SeaBank, maka penulis melakukan survey menggunakan alat bantu kuesioner yang dilakukan secara tertutup. Kuesioner tersebut disebarkan kepada 33 responden yang belum pernah menggunakan aplikasi bank digital SeaBank. Hasil dari pengisian kuesioner oleh responden akan dijumlahkan dari pilihan terbanyak hingga terkecil. Berdasarkan hasil survey tersebut maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tabel I-1
Faktor yang mempengaruhi minat menggunakan

No	Nama Variabel	Jumlah	Persentase
1	<i>Perceived Ease Of Use</i>	15	45,5%
2	<i>Perceived Usefulness</i>	7	21,2%
3	<i>Perceived Security</i>	5	15,2%
4	<i>Trust</i>	4	12,1%
5	<i>Risk</i>	2	6,0%
Jumlah		33	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2024

Data pada tabel I-1, terdapat lima faktor atau alasan minat menggunakan aplikasi bank digital SeaBank. Penulis mengambil empat faktor penyebab yang paling banyak dilakukan oleh responden terhadap minat menggunakan aplikasi bank digital SeaBank, yaitu faktor *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Security*, dan *Trust*. Sedangkan faktor paling utama yang menjadi penyebab minat menggunakan aplikasi bank digital SeaBank adalah *Perceived Ease Of Use*.

Menurut Davis *et al.*, (1989) mendefinisikan minat berperilaku atau menggunakan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Seseorang mendapat dorongan ingin menggunakan teknologi informasi berdasarkan bagaimana penggunaan sistem teknologi tersebut digunakan. Apabila pengguna meyakini bahwa teknologi tersebut memberikan kebermanfaatan terhadap penggunaannya maka mereka cenderung berminat dan mendatangkan dorongan untuk terus menggunakannya. Pada aplikasi bank digital SeaBank, minat menggunakannya diawali dari faktor kegunaan atau manfaat dalam bertransaksi dari aplikasi bank digital SeaBank.

Salah satu faktor dari hasil survey yang dilakukan, bahwa faktor yang mempengaruhi minat menggunakan aplikasi SeaBank adalah *perceived usefulness*. *Perceived Usefulness* menurut (Jogiyanto, 2007) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. *Perceived usefulness* menjadi bahan pertimbangan seseorang ketika akan menggunakan aplikasi. Hal ini dikarenakan, kemunculan sebuah teknologi berguna untuk mendukung kinerja seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Aplikasi bank digital SeaBank dapat dilihat dari segi manfaat atau seberapa bergunanya layanan transaksi online dalam mendukung aktivitas menggunakan sistem teknologi di kehidupan sehari-hari seperti membayar tagihan listrik, membeli token listrik, melakukan transaksi di *e-commerce*, membeli kuota data, pulsa, dll. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Kurnia & Tandijaya (2023) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh pada minat menggunakan suatu aplikasi. Namun, bertolak belakang dengan penelitian Lutfia Tri Aryanti, Nurbaiti, dan Muhammad Lathief Ilhamy (2023), Kevin Juliantp Singgih & Yoseva Maria P.S (2022) bahwa *perceived usefulness* secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Pengguna aplikasi bank digital SeaBank akan merasakan bahwa sistem pembayaran melalui bank digital memberikan berbagai manfaat. Pengguna aplikasi bank digital SeaBank akan mencari tahu mengenai informasi kegunaan aplikasi dalam mendukung kinerja

dan produktivitas sehingga seseorang akan dengan mudah menggunakan aplikasinya.

Selain *perceived usefulness*, *Perceived ease of use* juga dapat mempengaruhi minat menggunakan aplikasi. *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan teknologi tidak memerlukan usaha yang keras atau dengan kata lain mudah (Davis *et al.*, 1989). Seseorang akan menganggap bahwa sebuah aplikasi mudah digunakan sehingga akan berminat menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang menganggap bahwa sebuah aplikasi sulit digunakan maka seseorang tidak akan menggunakannya. Aplikasi bank digital SeaBank menawarkan kemudahan bagi penggunaannya dalam melakukan segala transaksi digital. Dengan menggunakan SeaBank, masyarakat tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah banyak untuk keperluan transaksi.

Bank digital SeaBank memungkinkan penggunaannya untuk melakukan transaksi keuangan secara mudah hanya menggunakan *smartphone* saja. Penggunaan bank digital SeaBank menjadi semakin relevan karena efisiensi dan kemudahan yang ditawarkan kepada penggunaannya. Saat melakukan proses transaksi non tunai menggunakan bank digital, pengguna tidak perlu memikirkan uang kembalian mengingat pembayaran yang dilakukan sesuai dengan nominalnya. Banyaknya keunggulan dan kemudahan dari bank digital SeaBank sejalan dengan kebutuhan masyarakat yang lebih mengutamakan kepraktisan dalam bertransaksi. Hal ini sejalan dengan penelitian Kusuma (2021) bahwa *perceived ease of use* berpengaruh secara positif dan signifikan

terhadap minat menggunakan aplikasi. Namun, bertolak belakang dengan penelitian Oka Meliyana Fatimah & Syamsiah (2023) bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan.

Faktor manfaat dan kemudahan yang ditawarkan aplikasi dapat menjadikan seseorang berminat menggunakan teknologi. Selain itu, *perceived security* juga menjadi faktor pertimbangan seseorang ketika akan menggunakan teknologi. Francisco (2016) dalam (Susanto et al., 2023) menjelaskan bahwa *perceived security* selalu dikaitkan dengan konsekuensi negatif yang mungkin diderita konsumen jika konsumen berminat untuk menggunakan suatu sistem. Seseorang cenderung memilih teknologi yang terjamin keamanannya untuk melakukan transaksi karena berbagai alasan yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi dan khawatir akan kebocoran data.

Kini bank digital SeaBank memberikan jaminan keamanan data pribadi dan segala aktivitas keuangan dari berbagai ancaman seperti pencurian data pribadi oleh *hacker*. Seluruh akses dan transaksi pada aplikasi SeaBank dilengkapi dengan verifikasi 2 langkah dan *end-to-end encryption*. Seluruh transaksi yang dilakukan melalui aplikasi SeaBank juga memerlukan kode verifikasi (OTP) dan/atau PIN sebelum dapat diproses (SeaBank, 2024). Hal ini sejalan dengan penelitian Oka Meliyana Fatimah & Syamsiah (2023) yang menyatakan bahwa *perceived security* berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi. Namun, penelitian ini bertolak belakang dengan Ricardo Ananta Kurnia & Trixie Novia Bella Tandijaya (2023) bahwa *perceived security* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan.

Trust atau Kepercayaan merupakan faktor selanjutnya yang mempengaruhi minat menggunakan aplikasi. Menurut Setiawan *et al.*, (2022) kapasitas seseorang untuk memverifikasi informasi yang diakui akurat dan relevan tanpa kesalahan atau inkonsistensi dikenal sebagai kepercayaan. *Trust* sangat diperlukan oleh seseorang ketika akan menggunakan sistem teknologi untuk meningkatkan kinerja serta produktivitas dalam kehidupan sehari-hari. Bank digital SeaBank memberikan jaminan keamanan, kemudahan transaksi, akses 24/7, serta biaya admin yang lebih rendah dibandingkan dengan bank konvensional. Namun, dewasa ini kepercayaan masyarakat terhadap bank digital masih rendah mengingat maraknya isu pencurian data dan peretasan akun. Hal ini masih menjadi tantangan bagi SeaBank untuk meningkatkan pelayanan mengingat SeaBank sepenuhnya bergantung pada teknologi dan minim interaksi fisik. Sesuai dengan penelitian Okta Meliyana Fatimah & Syamsiah (2023) bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi. Namun, bertolak belakang dengan penelitian Salsabila Aprilia Maharani & Eva Sundari (2024) bahwa *trust* tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berkaitan dengan masalah tersebut dengan judul **“Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Security*, dan *Trust* Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital SeaBank” (Studi Pada Masyarakat Kabupaten Kebumen).**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan kepada 33 responden, penulis mendapatkan 4 faktor yang mempengaruhi minat menggunakan aplikasi bank digital SeaBank yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, dan *trust*. *Perceived Usefulness* menurut (Jogiyanto, 2007) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan teknologi tidak memerlukan usaha yang keras atau dengan kata lain mudah (Davis et al., 1989). Francisco (2016) dalam (Susanto et al., 2023) menjelaskan bahwa *perceived security* selalu dikaitkan dengan konsekuensi negatif yang mungkin diderita konsumen jika konsumen berminat untuk menggunakan suatu sistem. Menurut Setiawan *et al.*, (2022) Kapasitas seseorang untuk memverifikasi informasi yang diakui akurat dan relevan tanpa kesalahan atau inkonsistensi dikenal sebagai kepercayaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah:

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank pada Masyarakat Kabupaten Kebumen?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank pada Masyarakat Kabupaten Kebumen?

3. Apakah *perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank pada Masyarakat Kabupaten Kebumen?
4. Apakah *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank pada Masyarakat Kabupaten Kebumen?
5. Apakah *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, dan *trust* berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank pada Masyarakat Kabupaten Kebumen?

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini diperlukan adanya batasan masalah dengan tujuan untuk menghindari terlalu luasnya ruang lingkup pembahasan serta memfokuskan pembahasan penelitian agar tepat pada sasaran serta tujuan penelitian dapat tercapai, maka peneliti membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Objek dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kabupaten Kebumen yang telah mengetahui bank digital SeaBank, tetapi belum pernah menggunakan layanan bank digital SeaBank.
2. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, dan *trust* terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank. Guna menghindari luasnya bahasan, maka variabel akan dibatasi pada:
 - a. Minat menggunakan aplikasi Bank Digital SeaBank

Menurut Davis *et al.*, (1989) mendefinisikan minat berperilaku atau menggunakan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Seseorang mendapat dorongan ingin menggunakan teknologi informasi berdasarkan bagaimana penggunaan sistem teknologi tersebut digunakan.

Menurut Davis *et al.*, (1989), minat menggunakan dapat diidentifikasi dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Akan bertransaksi
- 2) Akan merekomendasikan
- 3) Akan menggunakan

b. *Perceived usefulness*

Perceived Usefulness menurut (Jogiyanto, 2007) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Menurut Davis *et al.*, (1989), beberapa indikator *perceived usefulness* sebagai berikut:

- 1) *Work More Quickly*
- 2) *Useful*
- 3) *Effectiveness*
- 4) *Make Job Easier*
- 5) *Improve Job Performance*
- 6) *Increase Productivity*

c. *Perceived ease of use*

Perceived ease of use didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan teknologi tidak memerlukan usaha yang keras atau dengan kata lain mudah (Davis *et al.*, 1989). seseorang akan menganggap bahwa sebuah aplikasi mudah digunakan sehingga akan berminat menggunakannya.

Menurut Davis (1989), beberapa indikator *perceived ease of use* sebagai berikut:

- 1) *Easy to learn*
- 2) *Controllable*
- 3) *Easy to become skillful*
- 4) *clear and understandable*
- 5) *Flexible*
- 6) *Easy to use*

d. *Perceived security*

Francisco (2016) dalam (Susanto *et al.*, 2023) menjelaskan bahwa *perceived security* selalu dikaitkan dengan konsekuensi negatif yang mungkin diderita konsumen jika konsumen berminat untuk menggunakan suatu sistem.

Penelitian ini menggunakan indikator menurut (Raman, Arasu & Viswanathan, 2011) sebagai berikut:

- 1) Jaminan keamanan
- 2) Kerahasiaan data

e. *Trust*

Menurut Setiawan *et al.*, (2022) *Trust* merupakan kapasitas seseorang untuk memverifikasi informasi yang diakui akurat dan relevan tanpa kesalahan atau inkonsistensi dikenal sebagai kepercayaan.

Menurut Suh, *et al.*, (2002), beberapa indikator *trust* sebagai berikut:

- 1) *Ability*
- 2) *Integrity*
- 3) *Goodwill*

1.4. Tujuan Penelitian

Terkait masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap minat menggunakan Bank Digital Seabank.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat menggunakan Bank Digital Seabank.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *perceived security* terhadap minat menggunakan Bank Digital Seabank.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *trust* terhadap minat menggunakan Bank Digital Seabank.
5. Untuk mengetahui apakah *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, dan *trust* secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penulisan di atas, maka penulisan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman dan pengetahuan bagi peneliti, khususnya dalam bidang pemasaran mengenai pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, dan *trust* terhadap minat menggunakan.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah sumbangan ilmu dan referensi bagi para akademisi yang ingin menganalisis mengenai pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, dan *trust* terhadap minat menggunakan.

c. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan evaluasi terhadap penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, dan *trust* terhadap minat menggunakan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam industri sejenis, khususnya PT. Bank Seabank Indonesia, untuk meningkatkan layanan aplikasi bank digitalnya sehingga semakin menarik minat nasabah untuk terus menggunakannya.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pembaca mengenai topik penelitian yang diteliti.

