

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi sekarang ini perkembangan akan teknologi berkembang semakin dinamis. Hampir sebagian besar aspek kehidupan manusia menggunakan teknologi. Di era yang serba digital inilah, banyak perusahaan yang cenderung memanfaatkan kondisi ini mengingat jumlah pengguna internet di Indonesia yang selalu bertambah setiap tahun. Tentu hal tersebut menjadi peluang besar karena internet kala ini sudah menjadi kebutuhan harian bagi manusia. Dampak dari perkembangan internet ini menghasilkan kemudahan yang dapat dirasakan dan dinikmati oleh manusia dalam sarana informasi serta komunikasi dengan mudah dan cepat. Masyarakat dengan mudah dapat mengakses segala informasi yang ingin diketahuinya, termasuk akan dunia bisnis salah satunya ekonomi. Munculnya tren ekonomi digital dianggap memudahkan segala aktivitas keuangan seperti menyimpan uang, transaksi jarak jauh, yang menghasilkan pertukaran barang dan jasa yang lebih cepat, sistem pembayaran yang stabil dan kemudahan lain yang ditawarkan perusahaan diperlukan untuk memungkinkan pembayaran yang lebih aman, cepat dan efisien.

Sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 dan No. 16/8/PBI/2014 tentang pengurangan peredaran uang tunai sebagai bentuk dukungan terhadap program Bank Indonesia, uang digital adalah alat transaksi yang dibuat di era digital saat ini (Bank Indonesia, 2020). Perusahaan di

Indonesia yang bergerak dalam sektor ekonomi diharapkan dapat menciptakan layanan dengan menggunakan teknologi yang lebih canggih. Dengan harapan masyarakat akan tertarik terhadap layanan yang diciptakan serta dapat meningkatkan minat penggunaan terhadap layanan yang diciptakan. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai transaksi perbankan digital dari tahun 2021 – 2024 (September) yang mengalami kenaikan sebagai berikut:

Tabel I-1
Data Nilai Transaksi Perbankan Digital 2021-2024

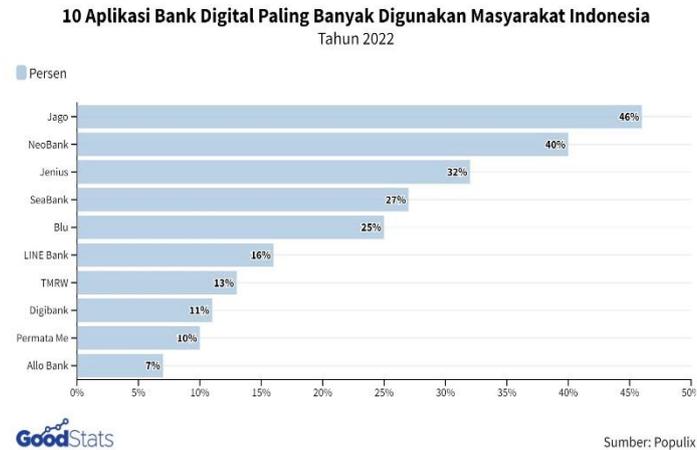
Tahun	Jumlah
2021	Rp 40.853,12 triliun
2022	Rp 52.548,95 triliun
2023	Rp 58.324,90 triliun
2024 (September)	Rp 63.433,78 triliun

Sumber: Antaranews.com

Keragaman bentuk transaksi online menunjukkan bahwa negara Indonesia sudah memasuki era modern. Menurut survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2024 jumlah pengguna internet mencapai 221,56 juta orang. Sebelumnya pada periode 2022-2023, jumlah pengguna internet berada di angka 215,63 juta, meningkat 2,67% dari periode 2021-2022 yang mencatat 210,03 juta pengguna. Menurut laman APJII berdasarkan gender, kontribusi penetrasi internet Indonesia banyak bersumber dari laki-laki sebesar 50,7% dan perempuan sebesar 49,1%. Sementara dari segi umur, orang yang berselancar di dunia maya ini mayoritas adalah generasi Z (kelahiran tahun 1997 - 2012) sebanyak 34,40%. Lalu berusia generasi milenial (kelahiran 1981-1996) sebanyak 30,62%. Kemudian berikutnya, generasi X (kelahiran 1965-1980) sebanyak 18,98%. Post Gen Z (kelahiran

kurang dari 2023 sebanyak 9,17%, baby boomers (kelahiran 1946-1964) sebanyak 6,56% dan pre boomer (kelahiran 1945) sebanyak 0,24% (Pebriyani, 2024). Berdasarkan data pengguna internet tersebut maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan internet di Indonesia mengalami kenaikan. Hal ini jelas dapat dikatakan bahwa penggunaan internet semakin digemari masyarakat dan bahkan sudah menjadi hal yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari.

Oleh karena itu munculah berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh berbagai layanan. Selain bertransaksi secara online, kini masyarakat juga dimudahkan dengan adanya layanan perbankan dengan sistem digital guna memenuhi kebutuhan masyarakat di era digital ini dan diharapkan bank digital dapat terus berkembang di masa depan. Dalam peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 12/POJK.03/2021 tentang Bank Umum, terdapat definisi bank digital yang disebutkan dalam Bab I pasal 1 bahwa Bank Digital adalah Bank berbadan Hukum Indonesia (BHI) yang menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha terutama melalui saluran elektronik tanpa kantor fisik selain kantor pusat atau menggunakan kantor fisik terbatas (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/PJOK.03/2021 Tentang Bank Umum (Amir, 2021). Diharapkan penggunaan teknologi informasi ini akan membantu berkembangnya layanan perbankan dan lembaga keuangan negara yang lebih modern dengan menciptakan inovasi dan keunggulan baru.



Sumber: Populix

Gambar I-1 **Bank Digital Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia**

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa bank digital Bank Jago menduduki posisi pertama pada tahun 2022 dengan presentase sebesar 46% pengguna dan Seabank di posisi keempat dengan persentase 27% pengguna. Pertumbuhan tersebut didukung dengan akibat semakin cepat kemajuan teknologi. Riset terbaru Populix bertajuk “Studi Analisis Ekosistem dan Persepsi terhadap Bank Digital di Indonesia” menyebut keamanan. Kemudahan transaksi hingga kenyamanan penggunaan aplikasi menjadi faktor utama yang mendorong penggunaan bank digital di Indonesia. Pertumbuhan perbankan digital di dorong kuat oleh generasi Z yang menempati kelompok pengguna internet terbesar di Indonesia.

Tabel I-2
Data Pengguna Bank Digital di Kabupaten Kebumen

Keterangan	Jumlah Responden	Presentase (%)
Menggunakan	14	46,67%
Tidak Menggunakan	16	53,33%
Total	30	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan tabel I-2 pengguna aplikasi bank digital di Kabupaten Kebumen masih tergolong rendah dengan presentase hanya 46,67% sedangkan 53,33% belum memanfaatkan aplikasi bank digital dalam aktivitas perbankan mereka. Masyarakat di Kabupaten Kebumen belum sepenuhnya memahami dengan adanya layanan aplikasi bank digital ini. Budaya lokal dan kebiasaan masyarakat yang merasa nyaman dengan metode tradisional seperti bank konvensional, seperti mendatangi kantor cabang langsung untuk aktivitas perbankan mereka. Seiring dengan perkembangan teknologi, bank konvensional juga meluncurkan aplikasi *mobile banking* yang tentunya memiliki nilai manfaat bagi nasabah mereka. Namun tidak semua masyarakat menggunakan layanan tersebut. Hal ini mencerminkan bahwa meskipun teknologi sekarang ini sudah berkembang, masih diperlukan upaya sosialisasi yang lebih intensif dengan tujuan masyarakat akan lebih percaya diri menggunakan layanan aplikasi bank digital maupun *mobile banking*.

Tujuan dilakukan penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi bank digital pada generasi Z di Kabupaten Kebumen. Maka peneliti melakukan prasurvey terhadap 30 responden melalui kuesioner dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel I-3
Responden yang Berminat Menggunakan Aplikasi Bank Digital

Keterangan	Jumlah Responden	Presentase (%)
Bank Jago	13	46,7%
Seabank	12	40%
Neobank	2	6,7%
Allo Bank	1	3,3%
Jenius	1	3,3%
Total	30	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan hasil prasurvei terhadap calon pengguna aplikasi bank digital pada generasi Z di Kabupaten Kebumen menunjukkan Bank Jago berada pada urutan pertama dengan presentase sebesar 46,7% kemudian disusul oleh Seabank dengan presentase sebesar 40%, Neo Bank sebesar 6,7%, Allo Bank sebesar 3,3% dan Jenius sebesar 3,3%.

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan digitalisasi ini ialah perusahaan yang dulunya bernama PT Bank Kesejahteraan Ekonomi (BKE) yang didirikan oleh Bapak Prof. Dr. Soemitro Djojohadikusumo pada tanggal 4 Oktober 1991 yang kemudian resmi berganti nama pada tanggal 10 Februari 2021 menjadi PT Bank Seabank Indonesia dengan kepemilikan Sea Limited. Pasca akuisisi itu berdasarkan Surat Keputusan No. AHU-0002728.Ah.01.02 Tahun 2023 yang diterbitkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia tanggal 15 Januari 2021, PT Bank Kesejahteraan Ekonomi resmi berubah nama menjadi PT Bank Seabank Indonesia (induk perusahaan *marketplace* Shopee). Perubahan nama ini berlaku efektif sejak tanggal 10 Februari 2021. Seabank adalah bank digital yang bisa diakses melalui aplikasi di smartphone yang diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan diawasi oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LSP). Saat ini Seabank berkembang dengan *ecommerce* Shopee dengan tujuan untuk menambah nasabah yang hobi berbelanja. Dimana para pengguna Shopee dapat dengan mudah membuka rekening Seabank melalui Shopee. Selain itu Seabank dan Shopee juga banyak menawarkan promo menarik untuk penggunanya. Seperti bank digital lainnya, pengguna dapat melakukan aktivitas keuangan digital seperti menabung dan transfer uang antar

bank. Seabank memiliki keunikan tersendiri yaitu mereka menawarkan fitur yang juga memudahkan pengguna untuk berbelanja di Shopee dengan tampilan yang sebanding dengan aplikasi belanja online. Meskipun Seabank berada di urutan kedua dalam hasil observasi tersebut, penelitian akan difokuskan pada Seabank untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai minat pengguna terhadap layanan yang ditawarkan.

Beberapa alasan yang mendasari responden memilih aplikasi bank digital Seabank sebagai berikut:

Tabel I-4
Faktor-faktor Minat Menggunakan Aplikasi Bank Digital Seabank

Faktor-faktor Minat Menggunakan	Jumlah Responden	Presentase (%)
Persepsi Kemudahan	12	40%
Persepsi Manfaat	9	30%
Persepsi Risiko	5	16,7%
Kepercayaan	4	13,3%
Total	30	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan hasil prasurvey terhadap calon pengguna aplikasi bank digital Seabank menunjukkan bahwa alasan responden berminat menggunakan aplikasi bank digital karena persepsi kemudahan 12 responden dengan presentase sebesar 40% memiliki alasan bahwa aplikasi bank digital mudah dipelajari dan mudah untuk digunakan. Persepsi manfaat 9 responden dengan presentase sebesar 30% memiliki alasan lebih efisien dan efektif. Persepsi resiko 5 responden dengan presentase sebesar 16,7% memiliki alasan aplikasi sudah diawasi oleh lembaga penjamin simpanan (LSP) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dan kepercayaan 4 responden dengan presentase 13,3% memiliki alasan mendapat rekomendasi dari teman atau keluarga serta membaca ulasan

pengguna lain. Dari data-data diatas, peneliti mengambil kesimpulan bahwa faktor yang paling berpengaruh adalah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi resiko.

Menurut Davis (1989) minat menggunakan didefinisikan sebagai tingkatan seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang dalam melakukan sebuah tindakan tertentu untuk menggunakan sebuah aplikasi. Sedangkan menurut Jati (2019) minat penggunaan teknologi informasi adalah sebagai tingkatan keinginan atau niat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi informasi secara terus menerus dengan asumsi bahwa orang tersebut memiliki akses terhadap teknologi informasi.

Variabel yang diduga mempengaruhi minat menggunakan aplikasi bank digital Seabank ialah persepsi kemudahan. Kemudahan penggunaan suatu teknologi memudahkan aktivitas seseorang. Menurut Jogiyanto (2007) persepsi kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa suatu sistem dapat digunakan tanpa ada usaha. Persepsi kemudahan penggunaan adalah tingkat seseorang yakin bahwa penggunaan sistem tertentu hanya membutuhkan sedikit usaha dalam penggunaannya (Wafiq Fadillah & Saida Zainurossalamia ZA, 2023). Calon pengguna aplikasi cenderung memiliki minat untuk menggunakan dengan alasan dilihat dari aksesibilitas yang mudah. Dalam arti lain calon pengguna mudah mengakses aplikasi dimanapun melalui *smarthphone* mereka. Pada aplikasi bank digital Seabank menawarkan kemudahan pengoperasian yang sederhana yang memudahkan pengguna untuk cepat memahami dalam penggunaan aplikasi.

Antara lain pengguna dapat membuka rekening secara online tanpa harus mendatangi kantor cabang.

Dalam penggunaan aplikasi tentunya pengguna mengharapkan manfaat dari aplikasi tersebut. Kemudian hal ini menghasilkan persepsi manfaat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat menggunakan terhadap aplikasi bank digital. Persepsi manfaat (*usefulness*) berasal dari kata *usefull* yang artinya berguna atau bermanfaat. Persepsi manfaat menurut Davis (1989) adalah sebagai keyakinan akan kebermanfaatannya yaitu tingkatan dimana pengguna yakin dan percaya bahwa suatu sistem dapat meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Menurut Jogiyanto (2007:114) persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dalam hal ini aplikasi bank digital Seabank memberikan keleluasaan bagi nasabahnya dengan tidak adanya saldo minimum yang harus dijaga dalam rekening mereka. Artinya nasabah diperbolehkan menabung dengan jumlah yang relatif kecil akan tetapi dengan bunga yang kompetitif. Selain hal tersebut, ada manfaat lain diantaranya gratis biaya transfer dan biaya administrasi.

Selain faktor persepsi kemudahan dan persepsi manfaat yang mempengaruhi minat menggunakan aplikasi bank digital Seabank, faktor lain yang mempengaruhi ialah persepsi risiko. Perkembangan teknologi memberikan banyak manfaat dan kemudahan penggunaan bagi para penggunanya, namun masih ada sejumlah pengguna yang menolak untuk menggunakan teknologi dengan alasan masalah ketidakpastian dan keamanan.

Salah satu faktor yang bisa mempengaruhi persepsi konsumen adalah risiko, menurut (Pavlou, 2001:10) risiko ialah suatu keadaan ketidakpastian yang dipertimbangkan seseorang untuk memutuskan “iya” atau “tidak” melakukan transaksi. Kondisi yang berisiko ini, ketersediaan pengambilan tindakan dari pihak yang terlibat perlu adanya suatu kepercayaan. Transaksi digital maupun bank digital tentunya terdapat ketidakpastian dan risiko. Oleh karena itu, perlunya mengurangi anggapan risiko dengan membangun kepercayaan dari pengguna bank digital. Calon pengguna mungkin memiliki pandangan mengenai risiko menabung pada sebuah aplikasi. Salah satu risiko menggunakan aplikasi ialah mengenai keamanan data pribadi seperti tingkat pencurian data, kebocoran informasi pribadi dan penipuan. Namun hal tersebut dapat diantisipasi oleh Seabank dengan verifikasi dua langkah dan perlindungan terhadap serangan *cyber*. Selain itu Seabank menghadapi beberapa risiko termasuk penipuan dan masalah teknis dalam transaksi, dengan hal ini Seabank menyediakan layanan customer service 24 jam dan mekanisme pengaduan yang melibatkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI) untuk menyelesaikan keluhan nasabah.

Berdasarkan hasil observasi prasurvey diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada salah satu aplikasi bank digital yaitu Seabank dengan alasan pertumbuhan dan popularitas Seabank yang mengalami kenaikan yang signifikan. Kemudian dengan terintegrasi dengan *e-commerce* Shopee memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi dengan lebih mudah dan efisien. Meskipun Bank Jago kemungkinan memiliki performa

yang baik secara keseluruhan. Seabank berfokus menawarkan peluang untuk memahami pasar perbankan digital di Indonesia terutama alam konteks integrasi dengan e-commerce dan inovasi layanan.

Fenomena terjadinya peningkatan penggunaan layanan digital di era sekarang mengindikasikan bahwa masyarakat telah menerima layanan digital salah satunya bank digital untuk menunjang kegiatan bertransaksi maupun menabung. Fenomena ini dianggap hal yang penting karena mengarah kepada perubahan penyimpanan uang pada bank digital selain bank konvensional. Salah satu bank digital yang semakin populer adalah Seabank, bagian dari Sea Group yang juga menaungi platform *e-commerce* Shopee. Seabank menawarkan berbagai layanan perbankan digital seperti pembukaan rekening online, bebas biaya admin, dan integrasi langsung dengan aplikasi Shopee. Fitur-fitur ini memberikan daya tarik bagi masyarakat yang mencari kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan masalah tersebut yang berjudul **“Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Bank Digital Seabank (Studi Pada Generasi Z di Kabupaten Kebumen)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Seabank merupakan salah satu bank digital yang ada di Indonesia yang salah satu keunggulan yaitu bebas layanan administrasi dan transfer baik ke bank yang sama atau bank berbeda dan tidak mewajibkan nasabah dengan

minimal saldo di rekening. Selain itu keuntungan dari bank digital adalah mudah dan praktis dalam menggunakannya dan tidak harus mendatangi kantor pusat untuk menyelesaikan masalah aktivitas keuangan nasabah. Berdasarkan hal diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi bank digital Seabank pada Generasi Z di Kabupaten Kebumen?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi bank digital Seabank pada Generasi Z di Kabupaten Kebumen?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi bank digital Seabank pada Generasi Z di Kabupaten Kebumen?
4. Apakah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan pada Generasi Z di Kabupaten Kebumen?

1.3. Batasan Masalah

Agar tidak terjadi perluasan masalah pada penelitian ini, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Obyek dalam penelitian ini adalah masyarakat generasi Z di Kabupaten Kebumen
2. Masalah yang diteliti meliputi:
 - a. Minat Menggunakan

Menurut (M. Rahmawati & Rosa, 2023) minat menggunakan merupakan suatu keinginan individu secara sadar berencana untuk

melakukan perilaku tertentu atau tidak melakukan perilaku tertentu dikemudian hari.

Menurut Pavlou (2006) indikator minat menggunakan sebagai berikut:

1. Berniat menggunakan
2. Digunakan untuk masa depan
3. Ketertarikan pada objek minat

b. Persepsi Kemudahan

Menurut Nurvitasari & Dwijayanti (2022) kemudahan penggunaan merupakan sebuah konsep dimana teknologi dapat menunjukkan seberapa percaya seseorang dalam menggunakan sistem informasi dengan mudah tanpa harus membutuhkan usaha lebih dari penggunanya.

Menurut (Kisner, 2019:30) dalam indikator persepsi kemudahan sebagai berikut:

1. *Easy to learn* (Mudah dipelajari)
2. *Controllable* (Dapat dikontrol)
3. *Flexible* (Fleksibel)
4. *Easy to use* (Mudah digunakan)
5. *Clear and understandable* (Jelas dan dapat dipahami)

c. Persepsi Manfaat

Menurut Shomad & Purnomosidhi (2020) persepsi manfaat merupakan suatu ukuran yang mana penggunaan suatu sistem dipercayai akan memberikan manfaat bagi orang yang menggunakannya.

Menurut (Davis, 1989) dalam (Jogiyanto, 2007) indikator persepsi manfaat sebagai berikut:

1. Mempercepat Pekerjaan
2. Pekerjaan Lebih Mudah
3. Meningkatkan Produktivitas
4. Meningkatkan Efektivitas
5. Kinerja Pekerjaan
6. Memberikan Manfaat

d. Persepsi Risiko

Menurut (Rodiah & Melati, 2020) persepsi risiko sendiri merupakan sebuah kepercayaan seseorang terhadap ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diharapkan oleh pengguna dalam bertransaksi menggunakan layanan.

Dalam (Nafisah et al., 2023) Menurut Gbongli et al (2016) terdapat empat indikator persepsi resiko, sebagai berikut:

1. *Performan Risk*
2. *Financial Risk*
3. *Time Risk*
4. *Privacy Risk*

1.4. Tujuan Penelitian

Terkait dengan masalah yang telah dirumuskan, maka penelitian tersebut bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan bank digital Seabank pada generasi Z di Kabupaten Kebumen.
2. Mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan bank digital Seabank pada generasi Z di Kabupaten Kebumen.
3. Mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan bank digital Seabank pada generasi Z di Kabupaten Kebumen.
4. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko secara bersama-sama terhadap minat menggunakan bank digital Seabank pada generasi Z di Kabupaten Kebumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat teoritis sebagai berikut:

- a. Dapat memberikan masukan atau referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang layanan bank digital, dengan indikator persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan.
 - b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk melakukan penelitian ilmiah dengan topik yang sama.
- #### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan serta pertimbangan para perusahaan atau para pelaku usaha terutama perusahaan yang mendirikan Seabank untuk meningkatkan kualitas dari aplikasi Seabank sehingga dapat memberikan lebih banyak manfaat bagi para penggunanya.

