

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi pada bidang informasi dan telekomunikasi adalah sebuah kemutlakan di peradaban manusia. Sebagai gambaran kepemilikan gawai (*gadget*) seperti *mobile phone*, *smartphone*, *laptop*, *tablet*, dan *smartwatch* menjadi salah satu indikator kesiapan masyarakat untuk beralih ke saluran digital. Saat ini kesuksesan bisnis cenderung lebih dipengaruhi oleh seberapa cepat perusahaan dapat menanggapi perubahan tersebut, tidak terkecuali sektor Perbankan.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan akses layanan keuangan yang cepat dan efisien, bank-bank di Indonesia telah berupaya untuk mengadopsi inovasi digital. Tidak hanya bagi perbankan konvensional yang telah ada sejak lama, kemunculan digital bank juga merupakan peluang bagi munculnya bank-bank baru di Indonesia. Transformasi digital menuntut perbankan untuk mengubah pola pengelolaan dan operasional yang dilakukan. Pergeseran dari konsep *traditional* bank ke *future* bank mendorong bank antara lain untuk menyesuaikan strategi bisnis, melakukan penataan ulang jaringan distribusi, mendorong transaksi perbankan melalui *digital channel* (*mobile app* dan internet) termasuk penggunaan perangkat perbankan elektronik terkini, dalam upaya peningkatan *customer experience* (OJK, 2021)

Perbankan digital yang awalnya merupakan aplikasi dengan fungsi transaksi standar, telah berkembang menjadi aplikasi dengan berbagai fungsi, mulai dari pembukaan rekening tabungan dan investasi, penarikan tanpa kartu, hingga penukaran poin, belanja, dan berbagai jenis transaksi lainnya. Ketika terjadi perubahan teknologi, dalam hal ini perubahan aplikasi, selalu muncul dua pertanyaan, yaitu apakah aplikasi menjadi lebih baik atau lebih buruk atau lebih diinginkan atau lebih tidak diinginkan (Mufarih *et al.*, 2020).

Sebuah inovasi perkembangan teknologi di bidang keuangan adalah *Financial Technology* atau *fintech*. *Fintech* bukan merupakan layanan yang diberikan oleh perbankan melainkan model bisnis baru yang saat ini sangat membantu kebutuhan masyarakat. Jasa-jasa yang diberikan oleh perusahaan penyelenggara *fintech* membantu masyarakat dalam melaksanakan transaksi keuangan tanpa memiliki rekening seperti yang ada pada perbankan pada umumnya (Inda & Rahma, 2018).

Fintech menjadi kebutuhan seiring dengan perubahan gaya hidup yang serba praktis. *Fintech* membuat segala bentuk transaksi keuangan menjadi lebih sederhana dan menguntungkan baik dari segi konsumen, segi pelaku atau penyedia layanan, dan negara. Dilihat dari segi makro, *fintech* memberikan manfaat pada negara seperti mendorong transmisi kebijakan ekonomi, meningkatkan kecepatan perputaran uang sehingga meningkatkan ekonomi masyarakat. Meskipun *fintech* bukan merupakan lembaga keuangan seperti perbankan namun, *fintech* tetap diatur oleh Bank Indonesia agar konsumen atau masyarakat dapat terlindungi. Oleh karena itu, perusahaan

penyedia *fintech* wajib mendaftarkan perusahaannya pada Bank Indonesia ataupun Otoritas Jasa Keuangan.

Produk-produk *fintech* yang hadir di Indonesia dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Dengan berbagai kemudahan-kemudahan penggunaannya, masyarakat tanpa menyadari telah menggunakan *fintech*, salah satunya adalah penggunaan produk bank digital. Perkembangan *fintech* yang semakin pesat selayaknya berbanding lurus dengan penggunaan bank digital yang ikut meningkat. Transaksi penggunaan bank digital menunjukkan fluktuatif sepanjang tahun 2022. Data Nilai transaksi Bank Digital 5 tahun terakhir yang disajikan pada Gambar 1.1, sebagai berikut



Gambar 1. 1 Grafik Nilai Transaksi Digital Banking di
(Sumber : databoks, 2023)

Grafik tersebut menunjukkan tren nilai transaksi digital banking di Indonesia per bulan dari Januari 2018 hingga April 2023. Secara umum, nilai transaksi mengalami peningkatan yang signifikan dari waktu ke waktu. Pada awal 2018, nilai transaksi bulanan berada di kisaran Rp1.000 triliun, namun terus meningkat seiring dengan semakin luasnya adopsi layanan *digital*

banking. Puncak kenaikan terlihat di awal tahun 2022, di mana nilai transaksi mencapai sekitar Rp5.500 triliun. Meskipun terjadi beberapa fluktuasi, tren kenaikan tetap konsisten hingga April 2023. Hal ini mencerminkan meningkatnya kepercayaan dan minat masyarakat Indonesia terhadap layanan perbankan digital.

Perbankan harus mengedepankan nasabah di era ekonomi digital. Saat ini, konsumen perbankan mengharapkan adanya layanan perbankan yang dapat diperoleh dengan cepat melalui berbagai saluran secara aman. Selain itu, konsumen juga semakin menuntut produk dan layanan yang unik, dipersonifikasi dan sesuai keinginan mereka dengan berbagai keragaman serta nilai kompetitif tersendiri. Konsumen akan cenderung mengikuti tren terbaru dan mencari berbagai informasi terkait produk dan layanan, terutama melalui media sosial. Perilaku konsumen tersebut menuntut perbankan untuk terus berinovasi dan menciptakan produk dan layanan yang mengedepankan kebutuhan nasabah mereka di era digital (OJK, 2021).

Selama pandemi COVID-19, sudah terjadi perubahan perilaku yang membatasi pergerakan masyarakat, ditambah dengan diterapkannya *work from home*. Salah satu protokol kesehatan yang sangat mengubah pola hidup masyarakat adalah *social distancing* atau jaga jarak. Dengan adanya kewajiban jaga jarak dalam beraktivitas, teknologi menjadi sarana penolong agar kegiatan tetap berjalan sebagaimana mestinya sambil tetap menjaga jarak. Masyarakat yang sebelumnya gagap teknologi, karena adanya covid-

19 memaksa mereka untuk dapat menggunakan teknologi demi tetap bertahan selama pandemi terjadi (Vargo *et al.*, 2021).

Termasuk perbankan yang mulai mengurangi transaksi tatap muka karena dinilai lebih praktis dan bisa melakukan transaksi dimana saja dengan teknologi *smartphone*, hingga banyak dari masyarakat yang menyesuaikan hidup dengan menyimpan dananya di bank. Sementara kebutuhan hidup tetap harus terpenuhi, transaksi *online* atau daring seakan menjadi pilihan. Efeknya penggunaan aplikasi *mobile banking* atau *bank online* meningkat.

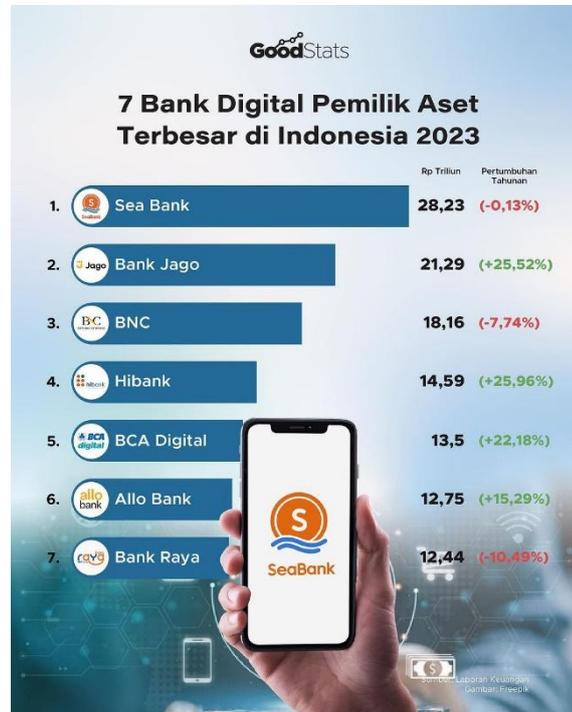
Hal itu yang menjadi pemicu Bank untuk memfasilitasi mekanisme apa yang layak sehingga dana tersebut dapat berputar dengan aman di tengah masa pandemi ini. Bank digital menjadi jawaban karena potensi dan perkembangannya dinilai cukup besar dengan tingginya pertumbuhan aktivitas di ranah *online* atau daring. Banyak bank saat ini sudah mengembangkan *mobile banking* untuk berbagai layanan seperti transfer dan pembayaran. Namun, bank konvensional masih membuka dan mengandalkan kantor cabang. Sementara, bank digital sepenuhnya melayani nasabah melalui jalur daring. Berintegrasi dengan ekosistem digital layanan bank yang komprehensif mudah diakses kapanpun dan dimanapun.

Meningkatnya penetrasi *digital banking* serta adopsi pembayaran digital di berbagai sektor, termasuk *e-commerce* dan *platform* finansial lainnya yang semakin terintegrasi dengan layanan bank. Dalam konteks kemitraan antara bank dan berbagai pelaku usaha digital seperti *e-commerce*,

bigtech, fintech, ride-hailing, dan *media online* menjadi semakin krusial. Hal ini penting untuk memenuhi kebutuhan nasabah *modern* yang menginginkan layanan yang lebih mudah diakses dan terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari seperti halnya Seabank.

SeaBank merupakan bagian dari Sea Group (perusahaan induk dari Shopee dan Garena), yang saat ini telah muncul sebagai salah satu pemain utama dalam industri perbankan digital di Indonesia. Dikenal dengan pendekatan inovatifnya, SeaBank menawarkan berbagai layanan keuangan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, terutama generasi muda dan pengguna teknologi. Dengan aplikasi yang *user-friendly*, nasabah dapat melakukan transaksi seperti transfer uang, pembayaran tagihan, dan pengelolaan keuangan dengan mudah. Terlebih lagi adanya integrasi dengan situs *e-commerce*, yakni Shopee, menjadi alasan pesatnya pengguna SeaBank di Indonesia.

Sejak diluncurkannya layanan digital tersebut, SeaBank berhasil menarik perhatian masyarakat, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Strategi pemasaran yang agresif, kombinasi dengan produk yang menarik seperti suku bunga simpanan yang kompetitif dan kemudahan dalam proses pendaftaran, telah mendorong banyak pengguna untuk beralih dari bank konvensional. Selain itu, kemudahan akses melalui aplikasi *mobile* yang intuitif telah membuat transaksi perbankan menjadi lebih cepat dan efisien, sehingga meningkatkan kenyamanan nasabah.



Gambar 1. 2 Top 7 bank digital dengan aset terbesar di Indonesia
(Sumber : Goodstats.id, Instagram, 2023)

Gambar diatas menunjukkan peringkat tujuh bank digital dengan aset terbesar di Indonesia pada 2023. Seabank berada di posisi teratas dengan aset Rp28,23 triliun, meskipun pertumbuhannya turun 0,13%. Bank Jago di posisi kedua dengan aset Rp21,29 triliun dan pertumbuhan tertinggi sebesar 25,52%. Di posisi ketiga, BNC memiliki aset Rp18,16 triliun, namun pertumbuhannya turun 7,74%. Hibank, BCA Digital, Allo Bank, dan Bank Raya melengkapi daftar ini dengan aset bervariasi antara Rp12 hingga Rp14 triliun. Pertumbuhan tahunan masing-masing bank berbeda, dari peningkatan signifikan hingga penurunan, mencerminkan strategi dan kinerja yang berbeda dalam pasar *digital banking*.

Kenaikan ini juga didorong oleh kebutuhan masyarakat akan solusi keuangan yang lebih praktis, terutama di tengah kondisi pasca pandemi yang mempercepat pergeseran menuju digitalisasi. Dengan pertumbuhan pengguna yang terus meningkat, SeaBank berpotensi untuk memperkuat posisinya sebagai salah satu bank digital terkemuka di Indonesia, berkontribusi pada inklusi keuangan yang lebih luas di seluruh negeri.

Dalam era digital yang serba cepat, minat menggunakan suatu layanan menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan adopsi teknologi, khususnya di sektor perbankan digital. Minat menggunakan mengacu pada kecenderungan atau keinginan individu untuk mencoba, menggunakan, atau terus menggunakan suatu produk atau layanan di masa depan. Dalam konteks SeaBank, minat ini sangat penting karena mencerminkan seberapa besar ketertarikan pengguna untuk beralih dari layanan perbankan konvensional ke layanan digital yang sepenuhnya berbasis aplikasi.

Minat menggunakan layanan bank digital tidak muncul begitu saja. Faktor-faktor seperti persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan kepercayaan terhadap keamanan data serta keandalan aplikasi berperan besar dalam membentuk minat tersebut. Misalnya, pengguna akan lebih tertarik menggunakan SeaBank jika merasa aplikasi tersebut mudah dioperasikan, memberikan manfaat nyata dalam kehidupan sehari-hari, dan mampu menjaga keamanan data pribadi mereka.

Meskipun SeaBank menunjukkan pertumbuhan yang signifikan di Indonesia, tantangan dalam mempertahankan minat pengguna tetap menjadi isu penting. Beberapa pengguna mungkin tertarik mencoba layanan ini karena promosi atau integrasi dengan platform e-commerce seperti Shopee, namun minat untuk terus menggunakan bisa menurun jika mereka menghadapi kendala seperti kesulitan penggunaan aplikasi, keraguan terhadap keamanan data, dan manfaat yang dirasakan pengguna.

Salah satu tantangan utama dalam sebuah bank digital adalah Kemudahan penggunaan, Kemudahan penggunaan merupakan salah satu elemen penting yang memengaruhi keberhasilan suatu aplikasi *digital banking*. Pengguna cenderung memiliki harapan bahwa proses administrasi, seperti penggantian perangkat atau akses akun, dapat dilakukan dengan sederhana, cepat, dan tanpa beban tambahan. Ketika aplikasi gagal memenuhi harapan tersebut, hal ini dapat menimbulkan ketidakpuasan, yang berdampak pada persepsi negatif terhadap layanan dan menurunkan minat pengguna untuk terus memanfaatkan aplikasi *digital banking* tersebut. Seperti gambar yang ada dibawah ini.



Gambar 1. 3 Ulasan pengguna terhadap kesulitan penggunaan

(Sumber : Media sosial Twitter, 2022/2024)

Gambar tersebut menampilkan ulasan negatif dari seorang pengguna aplikasi *digital banking* yang merasa kecewa terhadap kompleksitas proses mengganti perangkat. Pengguna mengeluhkan bahwa untuk memindahkan akun ke perangkat baru, mereka diharuskan menghubungi *customer service* melalui telepon. Hal ini menimbulkan dua kendala utama: pertama, proses tersebut memerlukan waktu tunggu yang lama, dan kedua, penggunaan layanan telepon mengharuskan pengguna mengeluarkan biaya tambahan berupa pulsa. Akibat pengalaman buruk ini, pengguna memberikan peringkat bintang satu dan secara eksplisit menyatakan bahwa layanan tersebut "jelek sekali."

Keluhan pada ulasan ini menunjukkan bahwa aplikasi *digital banking* gagal memenuhi ekspektasi pengguna terkait kemudahan penggunaan. Proses yang rumit dan membutuhkan waktu serta biaya tambahan berlawanan dengan tujuan utama *digital banking*, yaitu memberikan layanan yang praktis dan efisien. Demikian, aplikasi yang mudah digunakan dan tidak menyulitkan pengguna, terutama aplikasi keuangan, akan lebih menarik masyarakat untuk digunakan. Semakin sulit teknologi digunakan maka akan semakin rendah minat individu menggunakan dan semakin lambat pula individu dan kelompok masyarakat mengadopsinya.

Tantangan selanjutnya adalah kepercayaan. kepercayaan nasabah terhadap keamanan dan privasi data, mengingat banyaknya kasus penipuan

dan kebocoran informasi di sektor digital, baik pada SeaBank maupun berbagai layanan *digital bank* lainnya. Seperti gambar yang ada dibawah ini.



Gambar 1. 4 Keraguan Masyarakat terhadap bank digital

(Sumber : Media sosial Twitter, 2022/2024)

Gambar tersebut menunjukkan reaksi masyarakat terhadap penggunaan bank digital, khususnya terkait dengan kekhawatiran dan ketertarikan mereka terhadap Seabank. Dari tanggapan di media sosial, terlihat bahwa beberapa orang masih merasa ragu untuk menyimpan dana di bank digital karena khawatir akan keamanan dan tidak adanya kantor fisik sebagai tempat pengaduan. Sementara itu, ada juga yang menunjukkan ketertarikan untuk menggunakan Seabank, namun tetap merasa cemas mengenai potensi risiko seperti penarikan dana yang tiba-tiba atau keamanan dana yang disimpan. Hal ini mencerminkan adanya ambivalensi di kalangan masyarakat: mereka tertarik dengan kemudahan yang ditawarkan bank digital, tetapi juga merasa khawatir karena berbagai isu keamanan yang belakangan ini sering dibicarakan.

Bank digital adalah hal yang baru bagi masyarakat Indonesia. Sesuatu yang baru selalu membuat orang tertarik dan ingin tahu, namun disisi lain juga membuat orang takut. Ketakutan akan hal baru tentu sangat beralasan, karena belum mempunyai pengetahuan yang cukup terhadap hal baru tersebut. Bank digital menawarkan berbagai kemudahan dan fleksibilitas dalam hal transaksi dan segala urusan perbankan terhadap nasabahnya. Namun disisi lain calon nasabah tentu khawatir dengan berbagai isu terkait kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan transaksi, keamanan investasi dan berbagai hal terkait bank digital (Vishnuvardhan *et al.*, 2020). Tingkat kepercayaan dan kekhawatiran masyarakat tersebut mempengaruhi tingkat penerimaan masyarakat terhadap bank digital.

Kondisi yang terdapat unsur ketidakpastian secara otomatis mengandung risiko. Dalam kondisi yang berisiko diperlukan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil tindakan (Priyono, 2017). Hasil penelitian oleh (Pratama & Suputra, 2019) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Sedangkan (Priyono, 2017) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-wallet* dalam hal ini Go-Pay.

Layanan *fintech* seperti *e-wallet* adalah bisnis kepercayaan karena ada dana konsumen yang dipercayakan untuk dikelola dalam sebuah *platform* digital. Terdapat beberapa cara untuk membuat konsumen percaya terhadap layanan *fintech*. Misalnya, memenuhi ketentuan untuk lisensi uang elektronik

yang dikeluarkan Bank Indonesia dan memakai data *center* lokal. Kemudian layanan *fintech* harus mempertebal sistem keamanan. Membuat sistem keamanan yang sangat ketat demi menunjang kepercayaan konsumen bahwa dana dan data mereka aman. Ketika nasabah sudah mulai percaya terhadap suatu *digital bank* akan membentuk minat nasabah untuk terus menggunakan.

Tantangan selanjutnya dalam sebuah bank digital adalah bagaimana menunjukkan manfaat yang jelas dan nyata bagi nasabah, mengingat banyaknya layanan digital perbankan yang menawarkan berbagai keunggulan serupa. Bank digital seperti SeaBank perlu menonjolkan manfaat-manfaat unik, seperti kemudahan akses, efisiensi waktu, dan biaya transaksi yang lebih rendah, agar nasabah semakin yakin untuk menggunakan layanan mereka. Seperti terlihat pada gambar di bawah ini,



Gambar 1. 5 Ulasan Kegunaan terhadap pengguna Seabank

(Sumber : Media Sosial Twitter, 2024)

Gambar di atas mencerminkan perubahan persepsi kegunaan yang dirasakan oleh pengguna Seabank akibat penambahan biaya transaksi pada

layanan *top-up e-wallet*. Sebelumnya, Seabank memberikan keuntungan berupa bebas biaya administrasi, yang menjadi salah satu daya tarik utama bagi pengguna untuk memilih layanan bank digital ini. Namun, kebijakan baru yang memberlakukan biaya tambahan sebesar Rp 1.500 per transaksi menyebabkan sebagian pengguna merasa bahwa manfaat atau keuntungan menggunakan Seabank berkurang.

Dari perspektif persepsi kegunaan, pengguna yang semula merasakan keuntungan finansial kini harus mempertimbangkan kembali manfaat yang mereka peroleh dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Perubahan ini dapat menyebabkan pergeseran persepsi terhadap Seabank, dari yang sebelumnya dianggap sebagai pilihan ekonomis dan praktis, menjadi layanan yang memiliki beban biaya tambahan. Kondisi ini mempengaruhi penilaian pengguna terhadap manfaat keseluruhan yang diberikan Seabank, yang pada akhirnya dapat berdampak pada minat pengguna untuk tetap menggunakan layanan atau bahkan mempertimbangkan alternatif bank digital lain yang masih menawarkan bebas biaya. Pengguna cenderung merasa puas jika mereka memperoleh manfaat lebih

Oleh karena itu, masyarakat akan lebih tertarik pada aplikasi keuangan yang dirasa lebih bermanfaat dan menguntungkannya. Manfaat yang dirasakan seseorang merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa suatu teknologi berguna maka ia akan menggunakannya, sedangkan jika

menurutnya teknologi tersebut kurang berguna maka ia tidak akan menggunakannya (Pratama & Suputra, 2019).

Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat menggunakan SeaBank menjadi penting, Seperti yang dilakukan peneliti terdahulu oleh (Siti Rodiah, 2020) dengan judul Pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, risiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada generasi milenial kota semarang dan ada juga penelitian oleh (Nasya Manfarisa, 2022) dengan judul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah.

Berdasarkan latar belakang diatas kemudian Penelitian ini dilakukan untuk mengulas terkait fakta yang terjadi di lapangan terkait masalah-masalah tersebut. Maka kajian penelitian penulis berjudul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan dan kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Studi Pada Pengguna Bank Digital Seabank kota Mojokerto)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Uraian Latar Belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap minat menggunakan layanan digital bank SeaBank pada Pengguna Seabank Kota Mojokerto?

2. Apakah persepsi Kegunaan memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap minat menggunakan layanan digital bank SeaBank pada Pengguna Seabank Kota Mojokerto?
3. Apakah persepsi Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap Minat Menggunakan layanan digital bank SeaBank pada Pengguna Seabank Kota Mojokerto?
4. Apakah Persepsi Kemudahan penggunaan, Persepsi kegunaan dan Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat menggunakan layanan digital bank SeaBank pada Pengguna Seabank Kota Mojokerto?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang ditetapkan, maka adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh persepsi kemudahan penggunaan secara langsung terhadap minat menggunakan layanan digital bank SeaBank pada Pengguna Seabank Kota Mojokerto?
2. Mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh persepsi kegunaan secara langsung terhadap minat menggunakan layanan digital bank SeaBank pada Pengguna Seabank Kota Mojokerto?
3. Mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh kepercayaan secara langsung terhadap minat menggunakan layanan digital bank SeaBank pada Pengguna Seabank Kota Mojokerto?

4. Mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan digital bank SeaBank pada Pengguna Seabank Kota Mojokerto?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan referensi untuk pengembangan penelitian khususnya dalam bidang pemasaran yang berkaitan dengan kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan dan kepercayaan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan yang dapat memberikan kontribusi untuk menambah pengetahuan bagi pembaca.
2. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi, masukan, dan saran yang bermanfaat bagi perusahaan agar kedepannya dapat mengevaluasi kinerja Perusahaan terkait dengan Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan dan kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Studi Pada Pengguna Bank Digital Seabank kota Mojokerto)”