

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang terus bertumbuh dari waktu ke waktu telah mendorong perusahaan-perusahaan untuk mengikuti perkembangannya dengan tujuan meningkatkan kinerja mereka. Pesatnya perkembangan teknologi menuntut adanya pemanfaatan internet. Internet sendiri merupakan hasil dari integrasi jaringan komputer di penjuru dunia, yang menjadi salah dari satu sumber informasi potensial untuk memperingan berbagai aspek kehidupan. Salah satu industri yang merasakan dampak signifikan dari perkembangan teknologi ini adalah industri perbankan. Oleh karena itu, teknologi terus dimanfaatkan untuk meringankan berbagai aktivitas dan pekerjaan manusia, seperti dalam komunikasi, pendidikan, hiburan, hingga transaksi.

Tabel 1.1 Jumlah Penggunaan Internet Tahun 2018-2024

JUMLAH PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA	
Tahun	Jumlah Pengguna (jutaan)
2018	171,17
2020	196,71
2022	210,03
2024	221,56

Sumber: Diolah dari indonesiabaik.id (2024)

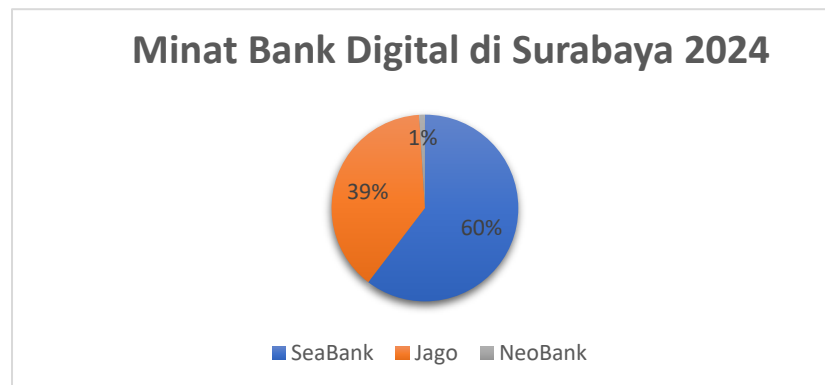
Berdasarkan Tabel 1.1, tertinjau total pemakai internet di Indonesia terus mendapat kenaikan. Berdasar survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2018 total konsumen internet hingga 171,17 juta. Tren penggunaan internet di Indonesia menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020, pemakai internet di Indonesia hingga 196,71 juta, kemudian naik menjadi 210,03 juta pengguna atau setara dengan 77,02 % penduduk Indonesia pada tahun 2022. Berdasarkan data yang tersedia, jumlah pemakai internet di Indonesia menghadapi kenaikan signifikan pada tahun 2024, hingga 221,56 juta. Angka ini merefleksikan pertumbuhan yang konsisten dalam penggunaan internet di kalangan masyarakat Indonesia setiap tahunnya.

Perkembangan teknologi memicu kemajuan di beberapa sektor, termasuk perbankan. Beberapa tahun yang lalu, industri perbankan masih beroperasi secara konvensional, mengandalkan tenaga manusia untuk memberikan layanan. Namun, industri ini terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk memudahkan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Contohnya adalah penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) untuk cek saldo, transfer, penarikan tunai, dan lain-lain. Keberadaan ATM yang tersebar di berbagai wilayah mempermudah nasabah pada transaksi meliputi penarikan, setor tunai, cek saldo, dan transfer dana. Meskipun demikian, kehadiran ATM juga menimbulkan masalah baru, seperti antrian panjang.

Kini, ada fenomena baru dalam industri perbankan. Jika sebelumnya bank bersaing dengan memperbanyak cabang untuk menjangkau nasabah, sekarang nasabah cenderung enggan datang ke bank. Perkembangan perbankan saat ini menawarkan kemudahan melalui berbagai layanan operasional, seperti *e-banking* (Elektronik Banking). *M-Banking* menyediakan sarana agar nasabah dapat mengakses ragam informasi, berinteraksi, dan menjalankan transaksi perbankan lewat media elektronik. Fenomena ini mempercepat pertumbuhan teknologi digital sehingga industri perbankan mulai beralih ke layanan berbasis digital. Perkembangan ini mengakibatkan peralihan pola perilaku masyarakat sebagai dampak dari kemajuan teknologi. Bank Indonesia (BI) memberitakan bahwa performa transaksi ekonomi serta keuangan digital di Indonesia terus mengalami penguatan hingga saat ini. Sistem pembayaran yang efisien dan aman memberikan dampak signifikan pada peningkatan kedua indikator tersebut.

Di Indonesia sendiri menurut laporan Bank Indonesia yang di lansir dari [motionbank.id](https://www.motionbank.id), mengungkapkan bahwa jumlah pemakai bank digital di Indonesia pada triwulan III 2023 hingga 41,84 juta pemakai. Yang mana Seabank sebagai salah satu bank digital yang mengalami kenaikan cukup signifikan dari 10 juta pemakai di tahun 2023 naik 15,5 juta pemakai pada tahun 2024 dan menurut data dari Goodstats di dominasi oleh generasi Z sebesar 68% sedangkan pengguna generasi milenial di angka 53%. Generasi Z cenderung mendominasi karena generasi Z lebih menyukai bank digital

yang memberikan kenyamanan, kecepatan dan efisiensi. Selain itu, bank digital menawarkan biaya yang lebih rendah dan fitur yang lebih lengkap.



Gambar 1.1 Perbandingan pengguna bank digital di Surabaya 2024
Sumber: Google Trend (2024)

Gambar 1.1 menunjukkan perbandingan penggunaan antara tiga bank digital yang sekarang sedang banyak dipakai di kalangan anak muda yaitu, SeaBank, Bank Jago dan NeoBank di kota Surabaya. Dalam gambar tersebut menjelaskan bahwa SeaBank mendominasi dengan 60% pengguna, diikuti oleh Bank Jago dengan 39% pengguna dan NeoBank yang hanya memiliki 1% pengguna. Hal ini mencerminkan preferensi Masyarakat Surabaya terhadap penggunaan SeaBank lebih besar.

Salah satu layanan internet banking yang berkembang pesat di Indonesia adalah SeaBank, sebuah aplikasi perbankan digital yang memperkenalkan pengguna melaksanakan berbagai aktivitas keuangan, mulai dari menabung sampai bertransaksi. Seluruh kegiatan tersebut bisa dijalankan lewat ponsel kapan saja dan di mana saja. Dengan aplikasi

SeaBank, pengguna bisa menjalankan transaksi dan menerima saldo dari sesama pengguna SeaBank maupun dari nasabah bank lain. Pengguna juga dapat menikmati bunga yang kompetitif hingga 6% per tahun, bebas biaya berbagai transaksi, dan berbagai keuntungan lainnya.



Gambar 1.2 Logo Seabank

Sumber: www.seabank.co.id (2024)

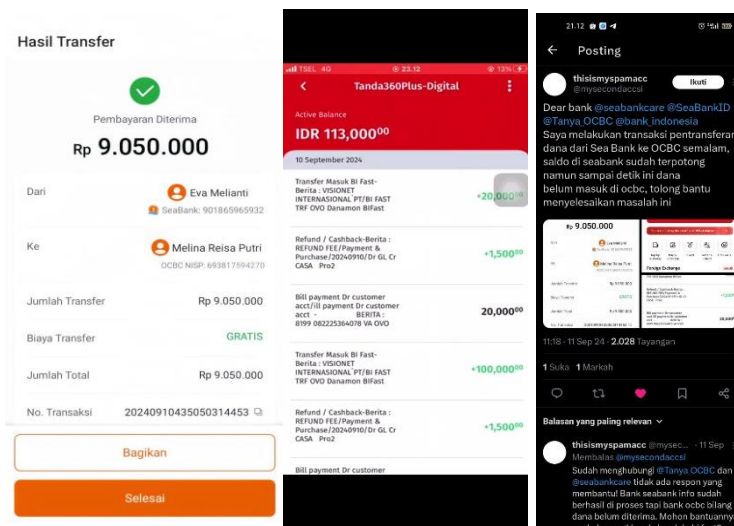
PT Bank Seabank Indonesian yang dikenal sebagai SeaBank, adalah lembaga keuangan digital milik Sea Limited/Sea Group, perusahaan induk dari platform *e-commerce* Shopee dan penerbit game online Garena. Sebelumnya, bank ini bernama PT Bank Kesejahteraan Ekonomi (BKE), namun pada 2020 resmi diakuisisi oleh Sea Group dan kemudian berganti nama serta logo menjadi SeaBank pada 10 Februari 2021. SeaBank saat ini menjalin kolaborasi strategis dengan Shopee guna memperluas basis nasabah, khususnya di segmen konsumen yang aktif berbelanja. Melalui kemitraan ini, pemakai Shopee dapat dengan gampang melakukan pembukaan rekening SeaBank langsung dari aplikasi Shopee. Lebih lanjut, kolaborasi ini juga menghadirkan beragam promosi yang menarik bagi para pengguna kedua platform.

SeaBank mulai dikenal sebagai alternatif dari bank konvensional karena beroperasi sepenuhnya secara online tanpa memiliki cabang fisik

seperti bank tradisional. SeaBank telah populer sebagai bank digital non-konvensional yang menawarkan berbagai keuntungan dan terhubung dengan *e-commerce* Shopee, sehingga memasok layanan perbankan digital yang efisien, mudah dijangkau, dan gampang diakses bagi nasabah. Meski begitu, beberapa orang masih kurang familiar dengan nama SeaBank, sehingga muncul banyak pertanyaan tentang Bank ini. SeaBank hanya menyediakan layanan keuangan digital yang dirancang untuk kenyamanan dan kemudahan pengguna. Dengan biaya operasional yang rendah, SeaBank dapat menawarkan biaya layanan perbankan yang lebih terjangkau serta suku bunga yang lebih tinggi dibandingkan bank konvensional. SeaBank secara umum menyediakan berbagai layanan perbankan melalui aplikasi *mobile*, seperti transfer uang, pembukaan rekening, deposito, dan lain-lain.

Terdapat berbagai faktor yang mengimpak keputusan seseorang dalam memakai sebuah aplikasi, khususnya mobile banking. Salah satu faktor utama adalah persepsi risiko. Persepsi risiko merujuk pada kemungkinan yang diantisipasi bahwa sesuatu yang merugikan dapat terjadi selama transaksi tertentu, sekaligus mencerminkan ketidakpastian konsumen terhadap hasil dari keputusan tersebut. Risiko yang dirasakan ini biasanya menjadi salah satu pertimbangan esensial bagi konsumen pada proses pemutusan pembelian. Risiko yang berkaitan dengan pembelian atau penggunaan suatu produk akan memengaruhi keputusan konsumen untuk membelinya atau tidak (Tanuwijaya et al., 2023). Dalam industri perbankan, risiko yang mungkin terjadi meliputi penyalahgunaan hak akses, kehilangan

uang atau saldo tabungan, serta berbagai hal lainnya. Faktor-faktor tersebut menjadi alasan utama bagi nasabah dalam mempertimbangkan penggunaan mobile banking. Misalnya, meskipun aplikasi seperti SeaBank diklaim memiliki sistem keamanan yang kuat, keluhan dari nasabah terkait risiko masih ditemukan, seperti yang disampaikan oleh salah satu pengguna SeaBank melalui aplikasi X.



Gambar 1. 3 Riwayat Transaksi dan Keluhan Pengguna
Sumber: Aplikasi X (2024)

Gambar 1.3 merupakan riwayat transaksi pengguna Seabank yang mengalami kendala. pengguna merasa kecewa karena saldo yang dipindahkan dari aplikasi Seabank ke OCBC atau Oversea-Chinese Banking Corporation Limited ternyata tidak masuk ke bank OCBC namun, saldo yang berada di aplikasi Seabank sudah terpotong. Dan menurut unggahan tersebut pihak Seabank tidak memberikan respon dan solusi yang membantu bagi penggunanya.

Menurut Ningsih et.al (2021) menyebutkan bahwa salah satu penyebab yang menentukan keputusan penggunaan adalah persepsi kemudahan. karena, persepsi kemudahan berimpak substansial akan keputusan pemakaian mobile banking sebab memiliki sistem aplikasi yang mudah dicermati dan dipakai. Sistem yang sering dimanfaatkan cenderung lebih dikenal dan lebih mudah dijangkau oleh para penggunanya. Kemudahan pemakaian aplikasi SeaBank dapat dilihat dari beberapa keunggulan yang ditawarkannya saat ini. Pertama, kemudahan aplikasi Seabank dalam penggunaannya sangat membantu dan menghemat waktu karena cara kerja aplikasi juga sangat responsif dan cepat. Kedua, aplikasi SeaBank dilengkapi dengan teknologi sidik jari untuk login. Fitur ini memudahkan nasabah jika mereka lupa kata sandi dan mempercepat untuk akses *login* aplikasi, Ketiga aplikasi SeaBank juga mempermudah nasabah dalam menjalankan beragam transaksi perbankan, meliputi isi ulang pulsa, membeli tiket kereta api, membayar pulsa, dan *top-up* saldo. Aplikasi ini benar-benar mempermudah nasabah untuk menjalankan berbagai jenis transaksi. Namun, dibalik banyaknya kemudahan yang ditawarkan, terdapat beberapa kekurangan dalam layanan transaksi SeaBank. Saat ini, SeaBank belum menyediakan kartu ATM untuk menarik saldo, maupun fitur tarik tunai tanpa kartu semacam yang dikeluarkan oleh pesaingnya. Akibatnya, pengguna SeaBank harus mentransfer saldo yang ingin dicairkan ke bank konvensional lain. Meskipun SeaBank tidak mengenakan biaya administrasi

untuk transfer antar-bank, hal ini dianggap kurang efisien oleh sebagian pengguna.

Serta dalam menentukan keputusan penggunaan tidak hanya melihat dari persepsi resiko dan kemudahan saja tapi juga melihat dari sisi persepsi utilitas yang diberi oleh bank itu. Menurut Ningsih et.al (2021) juga menyebutkan faktor yang menentukan keputusan penggunaan tidak hanya persepsi kemudahan saja adapula persepsi manfaat. karena, persepsi manfaat berimpak signifikan terhadap keputusan pemakaian mobile banking. Sati et.al (2020) persepsi kegunaan merujuk pada penilaian pengguna potensial terhadap potensi suatu aplikasi pada kenaikan efisiensi dan efektivitas kinerja pekerjaan mereka. Keunggulan yang ditawarkan mencakup aspek tangible maupun intangible, seperti percepatan proses dan peningkatan kualitas hasil yang melampaui metode konvensional tanpa adopsi teknologi baru. SeaBank merupakan bank digital yang berjalan penuh secara online tanpa memiliki agen fisik seperti bank konvensional. SeaBank telah menjadi topik populer sebagai inovasi teknologi yang melayani perbankan digital secara efisien, terjangkau, dan gampang diakses oleh nasabah. Beberapa manfaat yang ditawarkan oleh SeaBank meliputi program "undang teman" yang memberikan bonus saldo sebesar Rp25.000, gratis transfer ke semua bank hingga 100 kali per bulan, bunga tabungan sebesar 3,5% per tahun, bunga deposito yang lebih tinggi dibandingkan bank konvensional, yaitu sekitar 5% hingga 7,5% per tahun, serta berbagai promo pembelian produk bagi pengguna aplikasinya. Fitur-fitur ini menjadi

daya pikat utama bagi banyak orang guna membuka rekening di SeaBank. Namun demikian, dari sisi layanan pinjaman online, seperti untuk membuka usaha atau kebutuhan lainnya, SeaBank belum menyediakan fitur tersebut. Situasi ini dapat dijadikan pandangan bagi calon pengguna yang mungkin memutuskan untuk memakai aplikasi lain.



Gambar 1.4 Keluhan Pengguna Seabank Mengenai Fitur Pinjaman Online

Sumber: Aplikasi TikTok (2024)

Alfani (2023) dalam penelitiannya memperlihatkan bahwa ditemukan dampak positif dan signifikan dari persepsi manfaat, risiko, serta kepercayaan akan adopsi uang elektronik QRIS. Hal ini sejalan dengan kajian menurut Latief & Dirwa (2020) pada penelitiannya menyatakan persepsi manfaat memiliki hubungan positif akan keputusan pemakaian uang digital di Makassar yang artinya jika nilai manfaat pada aplikasi

meningkat akan memberikan pengaruh juga pada keputusan penggunaan yang semakin baik atau semakin tinggi pada masyarakat di Makassar. Maka dapat disimpulkan bahwa jika suatu aplikasi memberikan nilai kemudahan dan manfaat yang besar maka dapat berpengaruh pada keputusan penggunaan yang semakin meningkat begitu juga pada persepsi resiko jika aplikasi memberikan tingkat resiko yang rendah, maka akan berimpak pada keputusan pemakaian.

Berlandaskan permasalahan yang sudah dijelaskan sebelumnya, peneliti ingin mempelajari dampak persepsi resiko, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat yang ditawarkan oleh aplikasi Seabank mempengaruhi penggunaan. hal tersebut diperlukan guna memahami atribut apa saja yang butuh dibetulkan dan dikembangkan yang digunakan sebagai masukan bagi pihak Seabank untuk memperbaiki aplikasi untuk mempertahankan penggunaannya serta diharapkan PT Bank SeaBank Indonesia (SeaBank) sebagai perusahaan di sektor perbankan dapat terus berkembang dan berinovasi.

Penelitian ini akan difokuskan pada generasi Z yang sudah menjadi nasabah SeaBank dan berdomisili di Surabaya. Peneliti berasumsi bahwa generasi Z memiliki potensi minat yang tinggi untuk menggunakan aplikasi SeaBank di kota tersebut, sehingga menarik untuk diteliti lebih lanjut. Berdasar latar belakang ini, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh persepsi resiko, persepsi kemudahan dan**

Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi SeaBank pada Generasi Z di Kota Surabaya”

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang yang sudah dijelaskan di awal, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah persepsi resiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi Seabank pada generasi Z di Surabaya?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi Seabank pada generasi Z di Surabaya?
3. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi Seabank pada generasi Z di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan mengapa dilakukan penelitian

1. Guna memahami pengaruh persepsi resiko terhadap keputusan penggunaan aplikasi Seabank pada generasi Z di Surabaya.
2. Guna memahami pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Seabank pada generasi Z di Surabaya.
3. Guna memahami pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan aplikasi Seabank pada generasi Z di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian tersebut diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Bagi Perusahaan

Penelitian ini disemogakan menjadi acuan atau masukan bagi PT Bank SeaBank Indonesia (SeaBank) dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan kualitas aplikasi mereka dengan mempertimbangkan faktor persepsi resiko, persepsi kemudahan, serta persepsi manfaat.

1.4.2 Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini bisa dijadikan referensi, sumber rujukan, atau bahan komparatif bagi peneliti lain yang mengkaji bidang serupa, guna mengembangkan temuan yang ada melalui perspektif teoritis yang berbeda.

1.4.3 Bagi Lembaga

Dari penelitian ini, diharapkan hasilnya bisa menjadi acuan dalam ilmu pengetahuan terkait pengaruh persepsi risiko, kemudahan, dan manfaat terhadap keputusan penggunaan Seabank. Lebih lanjut, kajian ini juga diharap bisa memberi kontribusi sebagai sumber referensi tambahan untuk kajian-kajian selanjutnya.