

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu faktor utama yang mendorong perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia adalah kemajuan teknologi yang terjadi selama era digitalisasi saat ini. Dunia telah mengalami transformasi yang sangat signifikan sejak munculnya internet dan perangkat *mobile*, yang berdampak pada cara kita berkomunikasi serta cara kita bekerja, belajar, dan berinteraksi. Digitalisasi telah memungkinkan akses informasi yang lebih cepat dan luas, menciptakan peluang baru dalam bisnis, pendidikan, kesehatan dan sektor lainnya. Dengan adanya kemajuan ini, masyarakat dan organisasi dituntut untuk beradaptasi dengan cepat agar dapat bersaing dan memanfaatkan potensi yang ada.

Salah satu faktor utama yang mendorong kemajuan teknologi ialah dengan peningkatan aksesibilitas internet dan perangkat digital. Saat ini, sebagian besar populasi dunia memiliki akses ke internet, baik melalui komputer maupun perangkat *mobile* lainnya. Hal ini telah menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan inovasi, seperti *e-commerce*, layanan keuangan digital, bahkan *platform* pendidikan *online*. Dengan adanya perubahan perilaku masyarakat yang semakin menginginkan kemudahan dan kecepatan dalam mendapatkan layanan juga menjadi pendorong utama bagi perusahaan untuk berinovasi dan mengembangkan solusi digital yang lebih efektif.

Perkembangan bank digital di Indonesia telah menjadi sebuah fenomena dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini diakibatkan oleh kemajuan teknologi

bersamaan dengan perubahan perilaku masyarakat. Masyarakat Indonesia yang semakin terhubung dengan internet dan perangkat mobile, menunjukkan antusiasme terhadap layanan perbankan yang praktis dan efisien. Bank digital yang menawarkan berbagai layanan perbankan secara online, menjadi solusi bagi kebutuhan masyarakat yang menginginkan kemudahan akses tanpa harus mengunjungi kantor fisik. Transformasi ini tidak hanya mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan bank, tetapi juga mendorong bank konvensional untuk beradaptasi dan berinovasi.

Perkembangan dalam sektor perbankan dan sistem informasi juga telah mempengaruhi cara komunikasi antara pihak bank dan nasabah. Dengan adanya aplikasi *mobile* yang mudah dijangkau, masyarakat kini dapat mengakses berbagai layanan perbankan dengan cepat, seperti membuka rekening, cek saldo, *transfer* dana, pembayaran tagihan, atau bahkan pengajuan pinjaman. Bank digital juga layanan yang lebih cepat dan transparan, Dengan adanya layanan ini, nasabah memiliki fleksibilitas untuk melakukan transaksi di mana pun dan kapan pun. Kondisi Ini membuat bank lebih efisien dan membuat pengguna lebih nyaman. Oleh karena itu, fitur kemudahan yang dimiliki aplikasi mobile menjadi faktor penting yang mendorong masyarakat untuk beralih ke layanan perbankan digital.

Dengan munculnya ekosistem baru yakni bank digital, yang mana menurut De Leon dalam Harahap, (2023) bank digital diartikan sebagai lembaga keuangan yang menawarkan layanan perbankan secara khusus melalui *platform* digital, seperti aplikasi *mobile*, situs *web*, ataupun saluran online lainnya. Berbeda dengan bank tradisional, bank digital berfungsi sepenuhnya secara daring, memberikan

pelangganya cara yang praktis dan mudah diakses untuk mengatur keuangan mereka. Dalam hal ini sejalan dengan pendapat De Leon bahwasanya kemunculan perbankan digital ini dapat dikaitkan dengan beberapa faktor, seperti meningkatnya penggunaan ponsel pintar dan perangkat mobile, berkembangnya akses internet, serta terjadinya perubahan dalam preferensi konsumen yang menginginkan layanan perbankan yang lebih mudah diakses dan nyaman (Harahap, 2023).

Menurut Frust perbankan digital merupakan cara menggunakan internet, ponsel, dan perangkat elektronik lainnya untuk mendapatkan layanan perbankan. Hal ini mencakup semua layanan yang biasanya tersedia di bank, seperti mengecek saldo, mencetak laporan, mentransfer uang ke rekening lain, membayar tagihan, serta layanan baru seperti mengirim dan membayar tagihan secara online tanpa perlu pergi ke bank fisik (Yulianti, 2024).

Dari pendapat para ahli Bank digital dapat diartikan sebagai institusi keuangan yang menyelenggarakan layanan perbankan secara daring melalui media digital seperti aplikasi seluler dan laman web. Dengan sistem ini, nasabah dapat mengelola keuangan mereka secara lebih efisien dan fleksibel, kapan pun dan dari lokasi mana pun, tanpa perlu mengunjungi kantor fisik bank. Munculnya bank digital dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti meningkatnya penggunaan ponsel pintar, akses internet yang lebih baik, dan perubahan preferensi konsumen yang menginginkan pelayanan yang lebih nyaman. Bank digital beroperasi sepenuhnya secara daring tanpa memerlukan kantor fisik, sehingga dapat menawarkan layanan perbankan baru dan tradisional secara *otomatis* dan *interaktif*.

Di Indonesia, seperti yang kita tahu industri perbankan digital mengalami

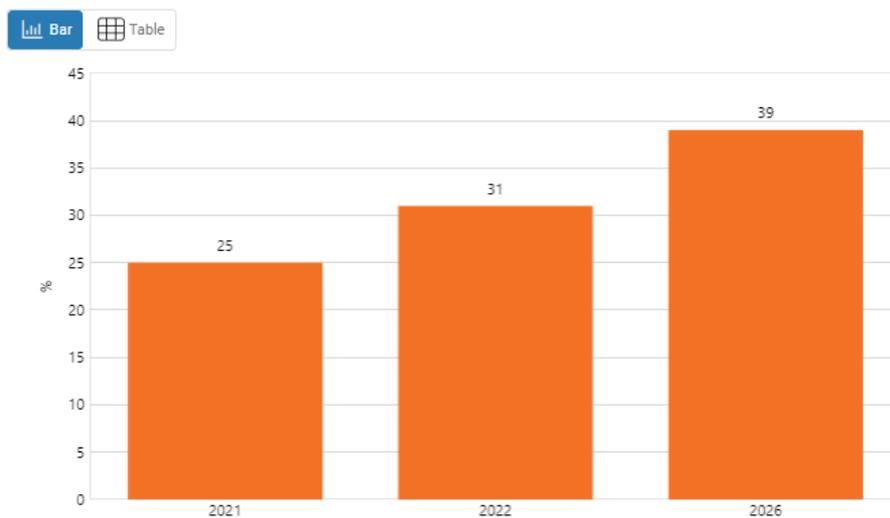
lonjakan perkembangan yang signifikan. Peralihan dari sistem perbankan tradisional menuju layanan digital bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional serta mutu pelayanan kepada nasabah. Di tengah dominasi generasi milenial dan Gen Z, terlihat adanya perubahan pola transaksi yang menuntut segala sesuatu menjadi serba praktis. Kebutuhan generasi muda akan layanan perbankan yang cepat dan mudah menjadi pendorong utama bagi perbankan untuk melakukan penyesuaian. Kemajuan teknologi turut memfasilitasi transformasi ini, memungkinkan kegiatan perbankan dilakukan tanpa harus pergi ke kantor cabang secara langsung, atau yang dikenal dengan istilah *branchless banking*.

Dengan adanya layanan digital yang mencakup sistem pembayaran hingga layanan kredit, bank kini lebih berfokus pada kebutuhan pelanggan daripada kepentingan perusahaan perbankan itu sendiri. Lebih menariknya, perkembangan ini tidak terbatas pada bank-bank yang jauh sudah tersedia di Indonesia, namun juga mendorong lahirnya banyak bank digital baru yang menawarkan berbagai fasilitas dengan layanan *inovatif*. Maraknya bank digital baru ini sering kali menghadirkan fitur yang lebih beragam, seperti pembukaan rekening secara *online*, layanan pinjaman yang cepat, dan sistem pembayaran yang terintegrasi dengan berbagai platform digital lainnya.

Perubahan ini memberikan kemudahan serta kenyamanan bagi generasi milenial dan Gen Z, yang cenderung menginginkan kemudahan akses dalam mengatur keuangan pribadi. Keberadaan berbagai layanan perbankan digital memberikan kebebasan konsumen untuk memilih yang paling cocok dengan preferensi mereka. Untuk menawarkan gambaran yang lebih lengkap tentang tren

ini, berikut disajikan grafik mengenai jumlah pengguna layanan bank digital di Indonesia:

Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Bank Digital di Indonesia

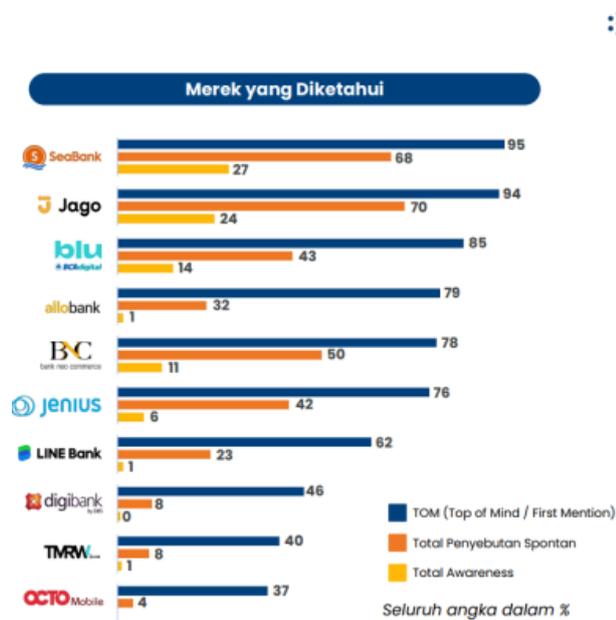


Sumber: databoks.katadata.co.id

Mengacu pada proyeksi dari situs keuangan Finder.com yang dikutip melalui (www.databoks.katadata.co.id), jumlah pengguna bank digital di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Pada tahun 2021, sekitar seperempat (25%) populasi dewasa Indonesia telah memiliki akun bank digital, setara dengan kurang lebih 47,7 juta orang. Angka ini diperkirakan meningkat menjadi 31% atau sekitar 59,9 juta pengguna pada tahun 2022. Bahkan, diproyeksikan pada tahun 2026 mendatang, persentasenya akan naik menjadi 39%, atau sekitar 74,8 juta pengguna layanan perbankan digital. (Yulianti,2024).

Berikut data bank *digital* yang diketahui khalayak Indonesia (Juli 2024):

Gambar 1. 2 Data Bank Digital yang Diketahui Khalayak Indonesia



Sumber: info.populix.co

Menurut hasil riset populix pada grafik tersebut menunjukkan data mengenai merek bank digital yang diketahui konsumen di Indonesia. Data tersebut ditampilkan dalam 3 kategori menggunakan bentuk *persentase*, yakni TOM (*Top of Mind/First Mention*) atau dengan kata lain merek mana yang pertama kali terlintas di pikiran konsumen ketika ditanya mengenai bank *digital*, kategori yang kedua yakni total penyebutan spontan, serta total *awareness*. Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa Seabank merupakan bank *digital* yang paling dikenal, dengan 95% responden mengetahui merek tersebut. Di urutan kedua, Jago dan Blu by BCA masing-masing dikenal oleh 94% dan 85% responden. Di urutan bawah, OCTO Mobile merupakan merek yang paling sedikit dikenal, dengan hanya 37% responden yang mengetahui merek tersebut.

Bank digital saat ini merupakan kekuatan pendorong utama transformasi industri perbankan menuju era digital yang lebih *modern*. Model bisnis mereka dirancang dengan fokus pada teknologi dan kemudahan akses bagi pelanggannya. Dengan memanfaatkan teknologi, Bank digital hadir dengan maksud untuk menyediakan layanan finansial yang lebih praktis, terjangkau, serta mudah diakses oleh berbagai kalangan. Dengan mengurangi ketergantungan pada sumber daya manusia serta fasilitas fisik, bank digital mampu menekan biaya operasional. Efisiensi ini memungkinkan mereka menawarkan berbagai keuntungan seperti tarif layanan yang lebih rendah, fitur pelaporan transaksi yang modern, serta layanan pelanggan yang tanggap melalui platform digital. Dengan demikian, kehadiran bank digital berkontribusi besar terhadap peningkatan efisiensi, kemudahan akses, dan inovasi dalam industri perbankan saat ini.

Walaupun kemajuan teknologi informasi telah memberikan berbagai keuntungan bagi dunia perbankan, seperti peningkatan kemudahan akses dan efisiensi dalam operasional layanan. Namun, kemudahan ini juga melahirkan persaingan yang ketat, dengan munculnya bank digital yang menawarkan *fitur* serupa dan kompetitor lama yang mulai menerapkan digital banking. Persaingan dengan *e-wallet* juga semakin sengit. Bank digital menjadi pilihan utama bagi generasi milenial dan Gen Z, dan tantangan utama yang dihadapi oleh aplikasi perbankan adalah memahami faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen sebelum memilih untuk menggunakan bank digital.

Banyak pengguna yang masih mempertanyakan apakah teknologi informasi termasuk layanan bank digital, benar-benar bermanfaat dan mudah digunakan.

Untuk menjelaskan keraguan ini, Model Penerimaan Teknologi juga dikenal *Technology Acceptance Model* (TAM) karya Davis (1989) sering dijadikan acuan karena menekankan dua faktor utama, yakni persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) (Suhendry, 2021). Dalam konteks SeaBank, seseorang cenderung memilih dan terus menggunakan aplikasi bila merasa penggunaannya mudah dipahami dan manfaat finansialnya nyata.

Seiring dengan berkembangnya kompleksitas teknologi dan munculnya kekhawatiran pengguna terhadap risiko digital, model TAM kemudian dikembangkan menjadi Model Penerimaan Teknologi yang Menggabungkan Kepercayaan dan Resiko juga di kenal *Trust and Risk Integrated Technology Acceptance Model* atau TRITAM. Mengutip dari penelitian (Authar Barik Elsyam, 2020) Model ini pertama kali dibuat oleh Lui dan Jamieson (2003) dengan menggabungkan persepsi risiko dan persepsi kepercayaan (*trust*) sebagai variabel tambahan yang memengaruhi penerimaan teknologi. Persepsi risiko yang digunakan mengacu pada kekhawatiran pengguna atas ketidakpastian dan potensi kerugian yang mungkin terjadi selama penggunaan teknologi, seperti kesalahan transaksi, kehilangan dana, hingga kebocoran data pribadi (Jarvenpaa, Tractinsky, & Saarinen, 1999; Stone & Gronhaug, 1993). Sedangkan persepsi kepercayaan mengacu pada keyakinan pengguna bahwa sistem digital dapat beroperasi secara andal, aman, dan sesuai dengan harapan (Pavlou, 2001; Cheung & Lee, 2000).

Dalam konteks SeaBank sebagai bank digital yang sepenuhnya berbasis aplikasi online, pengguna tidak hanya menilai dari sisi kemudahan dan manfaat, tetapi juga mempertimbangkan apakah sistemnya aman dan terpercaya. Banyak

pengguna merasa ragu terhadap keamanan metode pembayaran digital serta perlindungan data pribadi yang tersimpan dalam aplikasi. Oleh karena itu, persepsi risiko dan kepercayaan memainkan peran penting dalam mengatasi keraguan pengguna. Ketika pengguna sangat percaya terhadap SeaBank, maka mereka lebih cenderung mengabaikan risiko yang dirasakan dan mengambil keputusan untuk menggunakan layanan tersebut. Dengan demikian, pendekatan TRITAM dianggap relevan untuk Mengkaji berbagai faktor yang berperan dalam menentukan keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan bank digital.

Menurut Kotler & Keller keputusan penggunaan adalah suatu kegiatan setelah memutuskan untuk menggunakan produk atau aplikasi, seseorang akan melalui beberapa tahap sebelum benar-benar menggunakannya. Mereka akan menilai apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka, dan kemudian memutuskan untuk menggunakannya atau tidak. Ini seperti memilih dari berbagai pilihan yang tersedia (Wahyuningsih, 2023). Keputusan penggunaan dapat juga diartikan sebagai keputusan penggunaan teknologi yang dipengaruhi oleh kepercayaan dan pengalaman pengguna. Pengguna lebih cenderung memilih teknologi yang sudah terbukti handal dan memberikan pengalaman *positif* (Kurnia,2020).

Dari pengertian tersebut, keputusan penggunaan dipengaruhi oleh kebutuhan, kepercayaan, dan pengalaman pengguna terhadap suatu produk atau teknologi. Keputusan penggunaan adalah satu aspek penting yang perlu diketahui dalam mengukur keberhasilan aplikasi perbankan. Jika aplikasi dirancang dengan baik dan memenuhi kebutuhan konsumen, mereka akan lebih cenderung

menggunakan, data keputusan penggunaan memberikan wawasan tentang bagaimana aplikasi digunakan, *fitur* mana yang populer, dan area mana yang membutuhkan perbaikan. Memahami berbagai faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan menjadi langkah penting dalam mendukung strategi keberlanjutan bank digital. Aplikasi yang sering digunakan cenderung memiliki peluang lebih besar dalam mempertahankan loyalitas pengguna sekaligus menarik minat calon pengguna baru.

Aspek teknis seperti kemudahan, risiko, dan keamanan menjadi unsur penting yang juga mempengaruhi preferensi konsumen dalam menentukan pilihan produk atau layanan. Tingkat kemudahan dalam penggunaan (*usability*) turut berperan dalam menentukan apakah seseorang akan menggunakan layanan bank digital. Davis menegaskan bahwa kemudahan penggunaan mencerminkan seberapa besar pengguna meyakini bahwa sistem atau teknologi dapat dioperasikan dengan mudah tanpa menghadapi kesulitan berarti. (Awwal, 2024).

Pendapat tersebut sama dengan pendapat Jogiyanto, bahwa Kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai tingkat keyakinan pengguna bahwa teknologi yang digunakan tidak memerlukan banyak upaya atau usaha dalam pengoperasiannya (Awwal,2024). Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin mudah suatu produk atau layanan untuk digunakan, semakin sering konsumen akan menggunakannya. Penerapan strategi yang memudahkan konsumen dalam menggunakan bank digital akan meningkatkan minat masyarakat terhadap layanan yang ada.

Selain faktor kemudahan penggunaan, kita dapat melihat sisi lain, yakni faktor *risk* (resiko). Banyak konsumen merasa cemas ketika melakukan aktivitas daring, terutama saat bertransaksi secara elektronik, karena mereka tidak dapat berinteraksi langsung dengan petugas untuk memastikan kelancaran proses transaksi. Ini terutama berlaku bagi konsumen yang baru pertama kali menggunakan bank digital. Risiko didefinisikan sebagai ketakutan yang dialami pelanggan ketika mereka tidak dapat memastikan hasil dari keputusan untuk membeli suatu produk. Konsumen merasa adanya risiko setelah pembelian, mereka tidak dapat memprediksi apa yang akan terjadi. Dua hal yang perlu diperhatikan adalah ketidakpastian dan konsekuensi. Yang mana konsumen merasa khawatir karena mereka tidak yakin apa yang akan terjadi setelah membeli produk dan khawatir akan dampak negatif yang mungkin terjadi akibat keputusan pembelian tersebut. Hal ini berarti, persepsi risiko sangat mempengaruhi konsumen, meskipun risiko tersebut mungkin tidak benar-benar ada (Pebriantje, 2023).

Berdasarkan penelitian Sari, nasabah mempertimbangkan berbagai risiko sebelum memutuskan menggunakan mobile banking. Persepsi risiko dari teknologi informasi termasuk bank digital, sangat mempengaruhi penilaian seseorang tentang kemungkinan dan konsekuensi negatif dari suatu situasi atau tindakan. Penilaian tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk pengalaman pribadi, keyakinan dan pengetahuan. Sehingga risiko merupakan hal yang penting bagi pengguna layanan perbankan digital (Supoyo, 2024)

Selain faktor risiko, faktor *security* (keamanan) juga memberikan pengaruh dalam keputusan penggunaan layanan bank digital. Menurut Marati, meskipun

teknologi berkembang pesat, kekhawatiran tentang keamanan uang *elektronik* masih akan terasa. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kejahatan *cyber* di era digital (Awwal,2024). Hal tersebut sejalan dengan data yang disajikan oleh (www.bpptik.kominfo.go.id) mengenai beberapa serangan *cyber* yang mengincar sistem pembayaran seperti, *phising*, serangan *ransomware*, *malware*, dll. *Phising* adalah Penipuan daring bertujuan untuk memperoleh data personal, seperti kata sandi dan nomor kredit. Serangan siber jenis *ransomware* terjadi ketika data korban dikunci melalui proses enkripsi, lalu pelaku meminta tebusan sebagai syarat untuk mengembalikan akses. Perangkat lunak berbahaya yang dikenal sebagai *malware* bertujuan merusak sistem komputer serta mencuri data dari pengguna.

Dengan adanya *case* tersebut faktor keamanan dari teknologi juga merupakan suatu hal yang mempengaruhi keputusan penggunaan bank digital. Menurut Sulmi, (2021) keamanan merupakan persepsi konsumen terhadap keamanan dalam melakukan berbagai macam transaksi *online* seperti *e-commerce*, *mobile banking*, serta layanan keuangan *elektronik* lainnya. Pelaku bisnis harus memprioritaskan keamanan dalam produk dan layanan mereka untuk meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan pengguna, yang pada akhirnya akan menarik lebih banyak konsumen untuk menggunakan produk dan layanan tersebut (Heriyana, 2020). Keamanan yang tinggi membuat pelanggan merasa terlindungi dan percaya diri bahwa menggunakan layanan tersebut menguntungkan bagi mereka.

Akibatnya, penelitian ini sangat relevan dengan kemajuan industri perbankan digital Indonesia. Dengan pertumbuhan ekonomi, kemajuan teknologi, dan perubahan perilaku konsumen, perusahaan dapat menawarkan pengalaman

perbankan digital yang lebih baik kepada masyarakat Indonesia. Dengan demikian, sektor perbankan digital dapat berkembang untuk memenuhi kebutuhan pengguna, yang pada gilirannya dapat memengaruhi pilihan konsumen untuk layanan perbankan digital.

Penelitian sebelumnya tentang bank digital di Indonesia dilakukan oleh Kurnia Dandy (2020), yang mengkaji pengaruh fitur, kemudahan penggunaan, keamanan, dan promosi terdampak pada keputusan penggunaan digital banking Jenius. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 96 responden nasabah Jenius, Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur, kemudahan penggunaan, keamanan, dan promosi memengaruhi keputusan untuk menggunakan digital banking Jenius secara parsial. Selain itu, semua variabel ini memengaruhi keputusan tersebut secara bersamaan, dengan kemudahan penggunaan menjadi yang paling penting.

Dalam konteks aplikasi bank digital, aplikasi yang memiliki antarmuka yang mudah dimengerti, mudah digunakan, tampilan menarik, serta ramah pengguna terbukti mampu meningkatkan ketertarikan nasabah dalam memanfaatkan layanan perbankan digital. Namun, banyak pengguna masih memiliki kekhawatiran tentang keamanan data pribadi, penipuan, atau hilangnya uang saat menggunakan bank digital, memahami tingkat resiko yang dirasakan oleh pengguna dapat membantu dalam membangun kepercayaan dan mendorong adopsi keberlanjutan. Dengan ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan menambahkan faktor resiko. Yakni bagaimana faktor-faktor seperti kemudahan, resiko, keamanan mempengaruhi keputusan untuk menggunakan

aplikasi bank digital.

Penelitian oleh Latief & Dirwan, (2020) Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melihat pengaruh kemudahan, promosi, dan kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan uang digital. Hasil penelitian kemudahan dan kemanfaatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan yang berkaitan dengan penggunaan uang digital, sementara faktor promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Meskipun demikian, ketiga komponen tersebut berdampak bersamaan pada keputusan untuk penggunaan uang digital. Untuk mempelajari lebih lanjut tentang variabel yang mempengaruhi keputusan penggunaan, penulis berencana untuk melanjutkan penelitian dengan menambahkan variabel risiko dan keamanan, serta berfokus pada bank digital SeaBank sebagai objek penelitian uang digital.

Seabank merupakan salah satu platform perbankan digital yang berkembang pesat di Indonesia, termasuk dalam bank digital yang cukup populer dikalangan generasi milenial dan Gen Z karena memiliki keterikatan dengan Shopee. Sesuai dengan “klaim”-nya Seabank berfokus untuk membantu dan mempermudah aktivitas finansial, dengan memiliki tampilan *user-friendly* dan mudah dipahami. Berdasarkan sumber (www.seabank.co.id) aplikasi seabank menawarkan berbagai layanan perbankan digital, seperti tabungan dengan bunga tabungan 3,5% p.a tanpa saldo minimum, bebas tarik kapan saja, serta perhitungan bunga akan dihitung dan dibayarkan setiap hari, kemudian terdapat layanan deposito: dengan suku bunga lebih tinggi hingga 6% p.a, pembukaan deposito dengan minimal saldo Rp 1 juta, serta terdapat pilihan jatuh tempo 1, 3, dan 6 bulan.

Terdapat juga layanan transaksi: *transfer* antar bank, *virtual account*, *top up e-wallet* tanpa biaya *admin* 100x per bulan, pembayaran diproses dan dikonfirmasi secara *real-time*, kemudian layanan pembayaran tagihan (listrik, air, internet, telepon, BPJS, PBB, dan angsuran kredit), Seabank juga memiliki *fitur* QRIS untuk mempermudah proses pembayaran. Selain layanan tersebut nasabah Seabank juga memiliki akses untuk menggunakan produk dan layanan dari ekosistem Sea, seperti Shopee, Tokopedia, dan Garena.

Penggunaan aplikasi bank digital kian berkembang di Indonesia, terutama di pusat-pusat kota besar seperti Surabaya. Aplikasi ini sudah berperan sebagai sarana utama bagi masyarakat dalam bertransaksi, mengelola rekening, dan memantau keuangan mereka dengan cara yang lebih efisien. Faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, keamanan, dan kenyamanan dalam mengakses layanan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam memilih aplikasi bank digital. Namun, SeaBank juga menghadapi tantangan dalam mempertahankan pelanggannya dan menarik pelanggan baru di tengah maraknya persaingan di industri bank digital. Untuk mempertahankan kepercayaan pengguna, SeaBank harus memastikan antarmuka yang mudah digunakan, konsisten mengembangkan *fitur-fitur* yang bermanfaat, dan membedakan dirinya dari pesaing dengan *fitur-fitur* unik.

Selain itu, dengan terus mengikuti perkembangan teknologi dan berinovasi juga penting dalam industri perbankan digital yang semakin sengit. SeaBank perlu mempertimbangkan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau target konsumen yang lebih luas. Dengan mengatasi tantangan ini,

SeaBank diharapkan mampu meningkatkan kualitas sistem layanan digitalnya, seperti kemudahan akses, keamanan transaksi, dan keandalan aplikasi, agar dapat memberikan pengalaman perbankan yang optimal bagi pengguna di Surabaya dan sekitarnya, sekaligus memperkuat keputusan penggunaan di tengah persaingan layanan digital.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, teori-teori yang relevan, serta perbedaan temuan dari penelitian sebelumnya, penulis terdorong untuk melakukan penelitian mengenai **Pengaruh Kemudahan, Resiko, dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Bank Digital Seabank Pada Masyarakat Kota Surabaya.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang bisa diambil adalah:

1. Apakah secara simultan Kemudahan, Resiko, dan Keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Bank Digital Seabank Pada Masyarakat Kota Surabaya?
2. Apakah secara parsial Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Bank Digital Seabank Pada Masyarakat Kota Surabaya?
3. Apakah secara parsial Resiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Bank Digital Seabank Pada Masyarakat Kota Surabaya?
4. Apakah secara parsial Keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Bank Digital Seabank Pada Masyarakat Kota Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kemudahan, Resiko, Keamanan secara simultan terhadap keputusan penggunaan Bank Digital Seabank Pada Masyarakat Kota Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kemudahan secara parsial terhadap keputusan penggunaan Bank Digital Seabank Pada Masyarakat Kota Surabaya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Resiko secara parsial terhadap keputusan penggunaan Bank Digital Seabank Pada Masyarakat Kota Surabaya.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Keamanan secara parsial terhadap keputusan penggunaan Bank Digital Seabank Pada Masyarakat Kota Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi SeaBank dan bank digital lainnya, hasil penelitian dapat memberikan *insight* untuk meningkatkan layanan dan pengalaman pengguna, dengan memperbaiki fitur dan antarmuka aplikasi perbankan digital.
2. Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi peneliti berikutnya yang fokus pada aspek lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi perbankan digital.