

BAB I

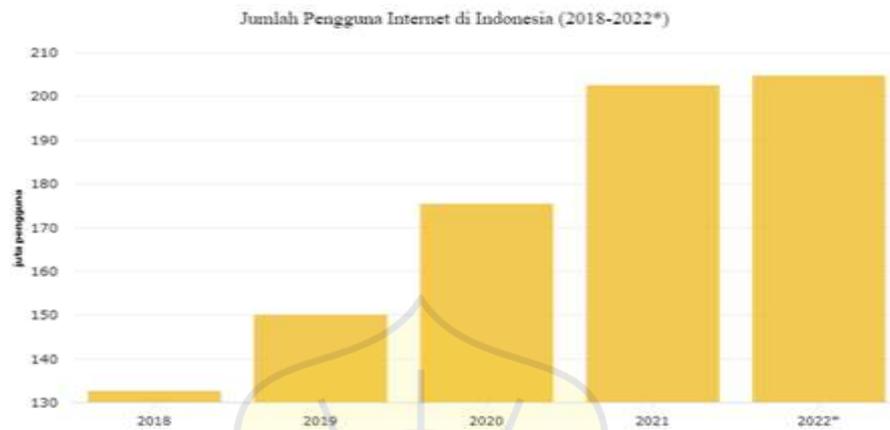
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital seperti saat ini, perkembangan media teknologi dan ekonomi digital berkembang sangat pesat, sehingga menimbulkan fenomena kehidupan yang serba digital di sejumlah bidang kehidupan. Kemajuan teknologi memberikan kemudahan bagi manusia serta memiliki peran yang sangat penting di dalam kegiatan dan aktivitas jual beli, dengan merubah sistem dimana sistem yang awalnya digunakan yaitu konvensional berubah menjadi digital. Terlebih perkembangan internet di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang pesat (Pasaribu, 2021).

Indonesia saat ini tidak hanya berpotensi menjadi konsumen yang besar di pasar dunia, tetapi juga berpotensi untuk menjadi *powerhouse* bagi ekonomi digital dilihat dari pengguna internet yang terus meningkat setiap tahunnya. Tentunya banyak orang melakukan aktivitasnya dengan menggunakan internet sebab internet memberikan kemudahan setiap saat. Menurut Annur (2022), dalam laporan *we are social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet di tanah air per januari 2022. Jumlah itu naik 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya.

Berikut disajikan grafik mengenai peningkatan pengguna internet dari tahun 2018 hingga 2022 :



Sumber : Annur, 2022

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia (2018-2022*)

Dapat dilihat berdasarkan gambar 1.1 diatas, tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Dimana pada tahun 2018 terdapat 132,7 juta pengguna, lalu pada tahun 2019 meningkat menjadi 150 juta pengguna, kemudian tahun 2020 meningkat menjadi 175,4 juta pengguna, tahun 2021 meningkat menjadi 202,6 juta pengguna, dan tahun 2022 meningkat menjadi 204,7 juta pengguna. Jika dibandingkan dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet nasional sudah melonjak sebesar 54,25%. Sementara itu tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk pada awal 2022. Tercatat, total penduduk Indonesia berjumlah 277,7 juta orang pada Januari 2022 (Annur, 2022).

Berdasarkan data diatas menyatakan bahwa terdapat peningkatan pengguna internet di Indonesia, serta didukung oleh pesatnya perkembangan yang semakin digital membuat banyak perubahan pada berbagai sektor, salah satunya yaitu dunia

perbankan. Oleh karena itu, hal tersebut memberikan peluang bagi perusahaan-perusahaan perbankan untuk mengembangkan industri perbankan berbasis digital. Dapat dilihat juga bahwa terjadi pertumbuhan tahunan pada nilai transaksi uang elektronik dan juga perbankan digital yang disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. 1
Pertumbuhan Tahunan Nilai Transaksi Uang Elektronik Dan Perbankan Digital 2022

No	Nama	Nilai / Persen (Yoy)
1	Uang elektronik	50,3
2	Perbankan digital	71,4

 katadata.co.id

 [databoks](https://databoks.com)

Sumber : katadata.co.id, 2022

Berdasarkan data pada tabel 1.1 diatas, Nilai transaksi uang elektronik tumbuh 50,3% (*year to year/yoy*) ke 34,3 triliun pada April 2022 dibanding setahun sebelumnya. Diikuti oleh nilai transaksi perbankan digital yang juga tumbuh 71,4% (*year to year/yoy*) ke Rp 5,33 kuadriliun pada periode yang sama. Perry Warjiyo Selaku Gubernur Bank Indonesia mengatakan bahwa pada triwulan pertama 2022 nilai transaksi perbankan digital mengalami pertumbuhan pesat sebesar 34,9% secara *year to year (yoy)* dan diperkirakan nilai transaksi perbankan digital akan tumbuh sebesar 26,72% secara *year to year (yoy)* (Rahman, 2022). Bank Indonesia (BI) menilai salah satu faktor yang mendorong ekonomi tumbuh 7,07 % pada kuartal II- 2021 adalah kenaikan transaksi digital selama masa pandemi (kompas.com, 2021).

Bank Indonesia (BI) mencatat bahwa transaksi ekonomi dan keuangan digital terus tumbuh sejalan dengan meningkatnya ekspektasi dan preferensi masyarakat untuk berbelanja daring, perluasan pembayaran digital dan akselerasi *digital banking* (Maulidya & Afifah, 2021). Bank sebagai pilar utama dalam industri keuangan, mempunyai peran besar terhadap pembentukan ekonomi baru yang diciptakan oleh transformasi digital. Oleh karena itu, bank perlu dan harus ikut bertransformasi. Namun saat ini, masih banyak orang keliru menyamakan antara layanan bank online (*internet banking* atau *mobile banking*) dengan bank digital. Bank digital merupakan bank yang seluruh pelayanannya dilakukan secara online, sedangkan layanan bank online merupakan bank konvensional yang membuka layanan online untuk memudahkan nasabah (Lavenia, 2022).

Namun terlepas dari itu adanya pandemi covid-19 menyebabkan meningkatnya kesadaran masyarakat akan perbankan digital. Sehingga hal tersebut menimbulkan fenomena baru yaitu perubahan perilaku masyarakat dalam transaksi perbankan. Munculnya perubahan digitalisasi di sektor perbankan saat ini, membuat bank bergerak ke arah digital banking. *Digital banking* sendiri merupakan layanan perbankan yang seluruh kegiatan nasabahnya dilakukan melalui smartphone, mulai dari pembukaan rekening hingga transaksi lainnya (Kurnia, 2020).

Adanya perubahan kebiasaan nasabah bank di Indonesia saat ini bisa dilihat dari *digital bank* dan *mobile app* yang mengalami pertumbuhan serta dilihat dari adanya pengurangan cabang bank dan ATM. Lalu, sebanyak 56% masyarakat di Indonesia saat ini menyukai bank digital tersebut (wartaekonomi.co.id, 2021).

Bank digital menjadi salah satu solusi praktis sebagai layanan perbankan bagi masyarakat Indonesia saat ini. *Digital banking* digunakan untuk mempercepat transaksi perbankan, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui sebuah aplikasi atau *website* milik bank yang telah dilengkapi keamanan penggunaannya yang berguna menjadi penunjang masyarakat dalam bertransaksi. Seiring dengan berkembangnya teknologi, kegiatan bank konvensional yang mulai bergerak ke arah *digital banking*. Tidak sejalan dengan kenyataannya, masih banyak masyarakat yang belum pernah mengakses layanan tersebut. Berdasarkan survei indikator politik Indonesia yang dapat dilihat pada grafik berikut :



Gambar 1. 2 Pernahkah Mengakses Bank Digital (2022)

Dapat dilihat pada gambar 1.2 diatas, menunjukkan bahwa mayoritas atau 67,9% responden tidak pernah dan tidak memiliki aplikasi *digital banking*. Lalu, 30% responden menyatakan pernah mengakses aplikasi perbankan secara digital melalui *smartphone* mereka dalam sebulan terakhir. Sisanya sebanyak 2% responden lainnya mereka tidak tahu dan tidak menjawab. Dapat disimpulkan bahwa masih banyak masyarakat yang belum menggunakan aplikasi perbankan digital. Bahkan

diantara responden tersebut masih ada yang belum tahu mengenai aplikasi perbankan digital (Dhini, 2022).

Bank digital merupakan bank yang baru muncul satu dekade belakangan. Namun, trennya semakin tumbuh secara signifikan, baik jumlah pemain atau brand maupun nasabah. Peluang dan tren bank digital kini akan terus tumbuh seiring dengan adanya pertumbuhan penduduk. Penggunaannya pada tahun 2026 diprediksi akan mencapai 74 juta penduduk. Untuk saat ini ada 47 juta penduduk Indonesia dengan mayoritas adalah generasi milenial sebagai pengguna bank digital (Kompas.com, 2021).

Terdapat perbedaan preferensi atas bank digital yang diandalkan pada generasi milenial dan generasi z. Milenial sendiri kebanyakan masuk dalam usia bekerja, mereka bisa menggunakan lebih dari satu brand finansial. Generasi milenial memiliki aplikasi finansial lebih banyak dari generasi z, karena generasi z secara umum masih berkuliah dan memiliki pendapatan terbatas dan pendapatan masih difokuskan untuk kebutuhan transaksional. Sedangkan, generasi milenial mayoritas sudah memiliki pendapatan dan tanggung jawab atas perencanaan keuangannya. Namun, nyatanya milenial tidak menggunakan bank digital sebagai bank utama, tetapi milenial menjadikan bank digital sebagai *secondary bank* (Kompas.com, 2021).

Perkembangan penggunaan teknologi di Indonesia yang kian masif memunculkan tren maraknya bank digital. Tren maraknya bank digital ini muncul karena bermula adanya inovasi yang dilakukan bank tradisional beralih ke saluran digital dan berkolaborasi dengan perusahaan *fintech* untuk meningkatkan pengguna

internet dan *smartphone*, serta menghadirkan lebih banyak *platform mobile banking* yang produknya berpusat pada pelanggan, memberikan yang lebih baik pengalaman perbankan seperti pembayaran yang lebih cepat, aman, dan nyaman serta dapat mengurangi biaya operasional (Lee, et al., 2020).

Dengan begitu, keunggulan yang dimiliki menaikkan tren bank digital dalam beberapa tahun, dengan membawa *trademark* “dapat dilakukan kapan pun, dimana pun” dengan begitu bank digital mulai menjadi pilihan favorit bagi masyarakat Indonesia sebagai layanan keuangan. Hal tersebut juga dapat memberi peluang besar dari skala kecil hingga skala besar karena pasar di Indonesia sangat luas serta banyaknya pilihan bank digital saat ini membuat masyarakat berfikir untuk menggunakan bank digital tersebut (lokadata.id).



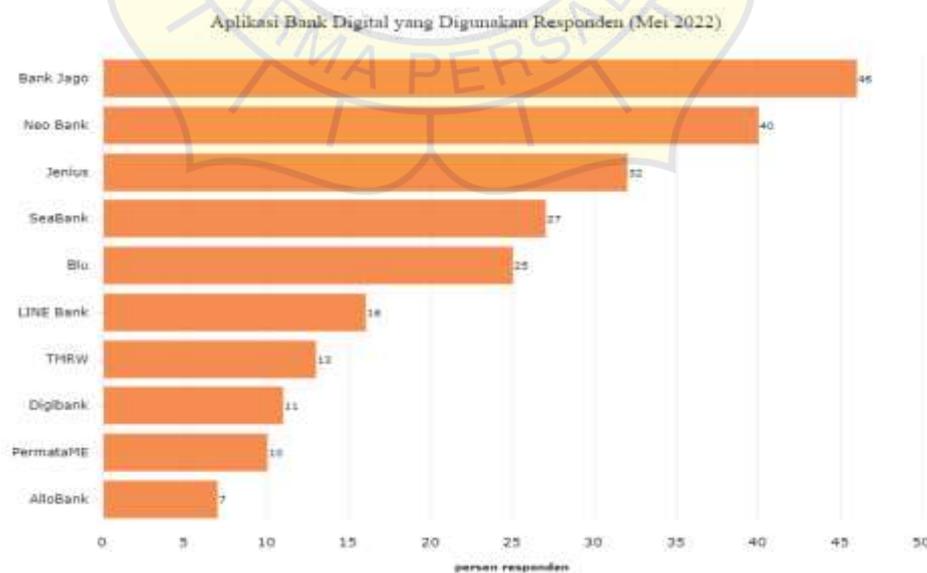
Sumber : lokadata.id, 2022

Gambar 1. 3 Bank Digital Di Indonesia 2021

Berdasarkan pada gambar 1.3 diatas, terdapat beberapa bank digital di Indonesia. Diantaranya terdapat 14 bank digital Indonesia versi OJK, yakni jenius, wokee, Digibank, Jago, TMRW, Neo+, Line Bank, Blu By BCA, *Motion Banking*,

Seabank dan Bank Aladin Syariah, sementara BRI Agroniaga, Bank Capital, dan Bank Harda Internasional sedang proses *go-digital*. Fenomena menjamurnya pertumbuhan bank digital baru diyakini bukanlah hanya tren sesaat, karena di masa mendatang sangat besar kemungkinan bank digital akan mengambil alih penguasaan pangsa pasar industri perbankan Indonesia. Piter Abdullah selaku Direktur Riset *Center Of Reform On Economics (CORE)* mengatakan persaingan bank dimasa depan adalah persaingan bank digital, dimana bank yang tidak mengembangkan layanan digital akan kalah dalam persaingan. Ekonomi digital di Indonesia diprediksi akan terus mengalami pertumbuhan, oleh sebab itu masyarakat dihadapkan pada sebuah keputusan dalam memilih aplikasi penyedia jasa keuangan yang akan digunakan (Lavenia, 2022).

Berikut daftar aplikasi bank digital yang digunakan oleh masyarakat pada survei terbaru bulan mei 2022, dimana Bank Digital Jago menjadi aplikasi bank digital nomer 1 yang paling banyak digunakan oleh responden (mei 2022):



Sumber : Pahlevi, 2022

Gambar 1. 4 Aplikasi Bank Digital Yang Digunakan Responden (Mei 2022)

Pada gambar 1.4 di atas, Bank Digital Jago masuk ke dalam 10 produk bank digital paling banyak digunakan mengalahkan pesaing-pesaingnya. Aplikasi Bank Digital Jago digunakan oleh 46% responden, selanjutnya dibawahnya yaitu Neo Bank dengan 43% responden yang menggunakannya, Jenius dengan 32% responden, SeaBank dengan 27%, Blu dengan 25%, Line Bank dengan 16%, TMRW 13%, Digibank 11%, PermataMe 10% dan yang diposisi terakhir AlloBank dengan 7% responden yang menggunakannya (Pahlevi, 2022). Aplikasi Bank Digital Jago yang terpilih menjadi aplikasi bank digital terpopuler merupakan aplikasi yang baru diluncurkan pada bulan April 2021. Hingga akhir juni 2022, sudah tercatat nasabah yang menggunakan aplikasi jago mencapai lebih dari 3 juta orang (Investasi.kontan.co.id, 2022).

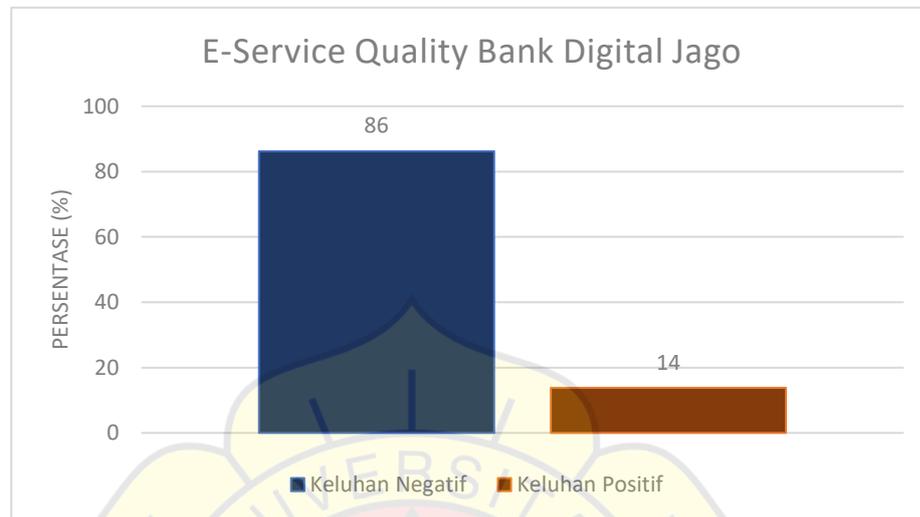
Berdasarkan hal tersebut, peneliti hendak meneliti JAGO sebagai objek dalam penelitian ini. Bank Digital Jago ialah salah satu perusahaan penyedia layanan perbankan berbasis digital. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apa yang mempengaruhi pengguna dalam memutuskan menggunakan aplikasi bank digital Jago. Bank Digital Jago sendiri merupakan aplikasi *financial* yang bekerja dengan prinsip *life-centric*. Dengan aplikasi Jago, mengelola keuangan menjadi lebih mudah, kolaboratif dan inovatif. Jago dikembangkan untuk menjadi pionir keuangan digital di Indonesia, dengan menghadirkan solusi keuangan yang berfokus pada kehidupan (*life-centric finance solution*) (Jago.com, 2020). Andy Djiwandono selaku *Head Of Sustainability* PT Bank Digital Jago Tbk mengatakan aplikasi Bank Digital Jago merupakan bentuk aspirasi yang membuat semua orang menjadi

mudah untuk mengatur keuangan, inovatif, serta kolaboratif (Firafiroh, 2022).

Tentunya perkembangan internet dan teknologi digital mendorong persaingan antar perusahaan perbankan. Hal tersebut tidak terlepas dari keputusan penggunaan konsumen dalam memilih suatu produk barang atau jasa. Keputusan penggunaan sendiri adalah suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan serta mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya (Kirana, 2018). Sedangkan menurut Tjiptono dalam Kartika & Ganarsih (2019), keputusan pembelian merupakan cara konsumen dalam mengenal persoalannya saat mencari informasi tentang suatu produk ataupun jasa tertentu serta menilai kegunaan dari masing-masing alternatif tersebut untuk menyelesaikan masalah, dan selanjutnya memfokuskan kepada keputusan pembelian. Dalam hal ini keputusan pembelian dapat diasumsikan sebagai keputusan penggunaan (Fatuh & Widyastuti, 2017).

Dalam keputusan penggunaan dipengaruhi oleh faktor *E-Service Quality*. Menurut Nasution (2019), *E-Service Quality* adalah penilaian konsumen terhadap kualitas layanan suatu perusahaan atau penyedia layanan yang dapat dilakukan dengan menggunakan jaringan internet. Sedangkan menurut Yeu dan Lu dalam Hasman, et al. (2019), *E-Service Quality* didefinisikan sebagai sebuah evaluasi dan penilaian pelanggan secara keseluruhan mengenai keunggulan serta kualitas layanan elektronik pada pasar dunia maya atau media sosial. Namun, nyatanya faktor *E-Service Quality* dalam mempengaruhi keputusan penggunaan tidak sejalan dengan keadaan sebenarnya. Nyatanya banyak pengguna bank digital yang

memberikan komentar buruk pada aplikasi Bank Digital Jago. Berikut disajikan grafik mengenai *E-Service Quality* pada bank digital jago:



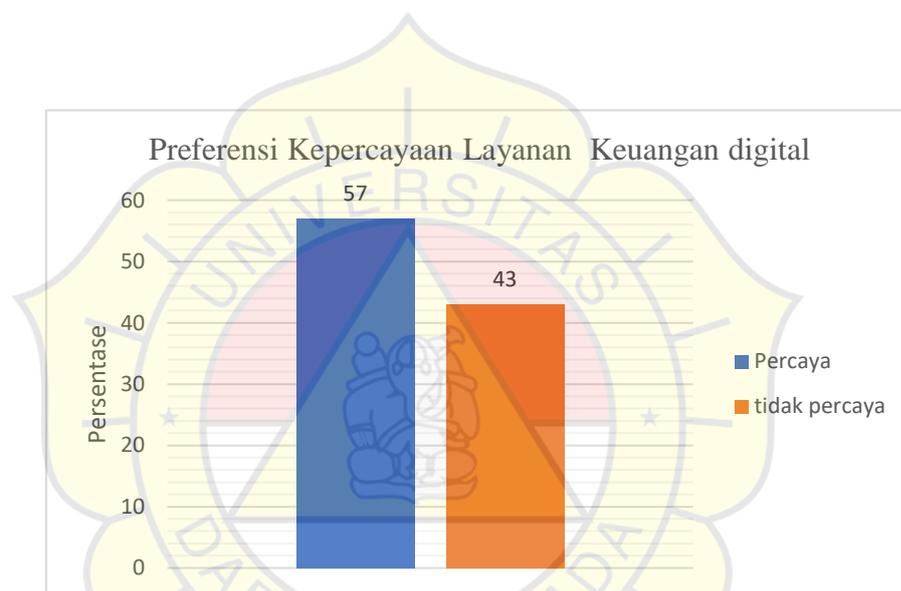
Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Gambar 1. 5 *E-Service Quality* Bank Digital Jago

Berdasarkan data pada gambar 1.5 diatas, dapat dilihat bahwa sekitar 86% konsumen memberikan keluhan negatif sedangkan sisanya 14% memberikan keluhan positif. Adapun diantara 86% keluhan negatif tersebut, konsumen mengeluhkan kualitas layanan aplikasi Bank Digital Jago sangat buruk. Karena saat melakukan transaksi, aplikasi Bank Digital Jago sering mengalami kendala eror serta penanganan yang dilakukan memakan waktu yang lama. Bahkan saldo pengguna sering kali hilang karena pada saat pengguna melakukan transfer ke bank lain saldo sudah kepotong oleh sistem, namun nyatanya saldo tersebut belum masuk ke bank penerima sehingga menyebabkan saldo nasabah hilang. Aplikasi Bank Digital Jago tetap memotong saldo nasabah pada saat layanan aplikasi sedang bermasalah. Dengan begitu banyak sekali nasabah yang mengeluhkan terkait *E-*

Service Quality pada aplikasi Bank Digital Jago (dikutip dari akun instagram Jadijago, 2023).

Selain itu kepercayaan (*trust*) juga menjadi faktor penting dalam keputusan penggunaan. Karena diperlukan adanya kepercayaan terhadap produk bank digital yang telah dirilis. Seiring pertumbuhan sektor keuangan yang masif, industri perbankan juga mengalami serangan siber dan aktivitas *fraud*.



Sumber : Kontan.co.id, 2021

Gambar 1. 6 Preferensi Kepercayaan Layanan Keuangan Digital

Berdasarkan gambar 1.6 diatas, menunjukkan bahwa hanya sekitar 57% konsumen di Indonesia yang percaya layanan keuangan digital cukup efektif dalam hal privasi data dan perlindungan pribadi sedangkan 43% lainnya masih belum mempercayai layanan keuangan digital (Kontan.co.id, 2021). Masih banyaknya serangan siber yang berbentuk umum seperti pembobolan data, dimana informasi sensitif mulai dari nama nasabah, alamat, hingga rekening bank dan nama ibu kandung pun bocor. Sehingga, didalam industri

layanan keuangan ini menjadi suatu masalah dalam kepercayaan terhadap keputusan penggunaan bank digital.

Kepercayaan konsumen terhadap aplikasi layanan perbankan juga harus diperhatikan oleh bank penyedia. Sebab, layanan digital tidak dapat menjangkau konsumen secara langsung. Kepercayaan juga menjadi salah satu elemen penting dalam membuat keputusan, agar konsumen memiliki ketertarikan untuk melakukan pembelian produk maupun jasa. Kepercayaan menjadi dasar bagi transaksi penjual dan pembeli yang membuat konsumen memiliki harapan besar untuk puas terhadap hubungan tukar menukar tersebut (Putra & Parmariza, 2021).

Kepercayaan terhadap bank digital menentukan putusan untuk melakukan hubungan penyedia bisnis yang berkaitan dengan transaksi. Dengan adanya kejahatan online, masa depan bank digital bergantung atas kepercayaan pada pengguna terhadap teknologi internet. Sehingga pengguna harus bergantung pada informasi yang tersedia, tanpa bisa memeriksa atau mencari informasi secara langsung. Oleh karena itu, sebuah kepercayaan menjadi faktor yang penting terhadap berlangsungnya bank digital.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *E-Service Quality* dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan, menunjukkan hasil yang berbeda-beda, hasil penelitian yang dilakukan peneliti terkadang tidak konsisten dengan penelitian yang sama dilakukan oleh penelitian lain. Hal tersebut kemungkinan dapat terjadi karena adanya perbedaan sampel, waktu penelitian dan juga populasi yang diteliti.

Dapat dilihat pada penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono, et al. (2021), menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *M-Banking* Mandiri Di Jakarta Selatan. Lalu, pada penelitian yang dilakukan oleh Fajrin (2020), juga menunjukkan bahwa *E-Service Quality* mempengaruhi keputusan penggunaan OVO. Dan menurut pendapat Hisyam (2022) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kepercayaan mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking.

Sementara pendapat berbeda disampaikan oleh Dayan (2020), dalam penelitiannya variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pada aplikasi pembayaran digital. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Kurnianingsih, et al. (2022) variabel kepercayaan juga tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet digital. Berarti kepercayaan tidak serta merta menjadi alasan seseorang memutuskan untuk menggunakan teknologi digital dalam melakukan transaksi keuangan.

Berdasarkan uraian diatas dan beberapa permasalahan yang melatarbelakangi penelitian ini serta adanya ketimpangan atau gap research. Maka, peneliti akan melakukan penelitian untuk menjawab permasalahan tersebut dengan judul **“Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Trust* Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Digital Jago (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Bank Digital Jago Di Wilayah DKI Jakarta)”**.

1.2 Identifikasi, Pembatasan Dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini yaitu kurangnya kepercayaan konsumen untuk menggunakan aplikasi Bank Digital Jago.

1. Perkembangan teknologi yang semakin cepat dan perubahan menjadikan semua serba digital memaksa sektor perbankan untuk terus melakukan inovasi, salah satunya dengan menciptakan produk bank digital yaitu sebuah aplikasi Bank Digital Jago Dari Bank Arto. Bank digital jago merupakan aplikasi yang paling banyak digunakan pada tahun 2022.
2. Banyak konsumen yang mengeluhkan terkait *E-Service Quality* aplikasi Bank Digital Jago.
3. Masih banyaknya masyarakat yang kurang percaya terhadap penggunaan bank digital
4. Salah satu faktor yang memutuskan pengguna untuk menggunakan aplikasi bank digital adalah *E-Service Quality* dan kepercayaan. Dimana hal tersebut yang mendorong konsumen memutuskan menggunakan aplikasi bank digital.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas dan untuk menghindari meluasnya permasalahan, maka penelitian ini dibatasi variabel *E-Service Quality*, *Trust*, dan keputusan penggunaan.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian adalah :

1. Apakah *E-Service Quality* Dan *Trust* Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Digital Jago ?
2. Apakah *E-Service Quality* Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Digital Jago ?
3. Apakah *Trust* Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Digital Jago ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari diadakannya penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Apakah *E-Service Quality* Dan *Trust* Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Digital Jago?
2. Untuk Mengetahui Apakah *E-Service Quality* Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Digital Jago ?
3. Untuk Mengetahui Apakah *Trust* Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Digital Jago ?

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai sambungan pemikiran bagi dunia pendidikan mengenai *e-service quality*, *trust*, dan keputusan penggunaan. Dengan adanya penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi pembaca serta dapat memberikan sambungan pemikiran bagi pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

2. Aspek Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat sumbangan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan *E-Service Quality*, *trust* dan keputusan penggunaan bagi perusahaan serta sebagai bahan masukan bagi pengambilan keputusan guna menentukan kebijaksanaan perusahaan.