

BAB I

PENDAHULUAN

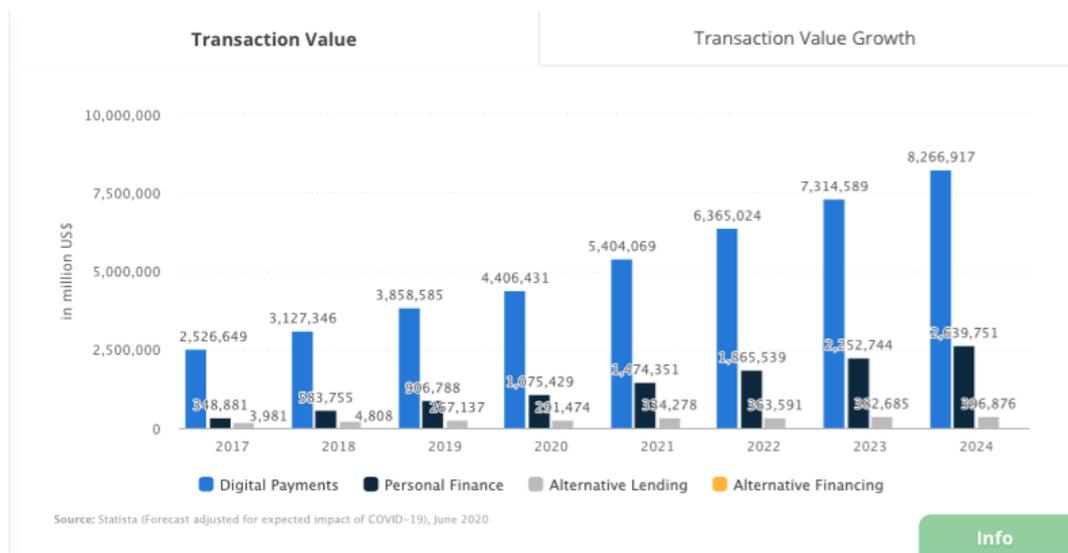
1.1 Latar Belakang Penelitian

Teknologi di era digital mengalami perkembangan yang sangat pesat. Teknologi sudah menjadi hal yang sangat penting dan memberikan banyak perubahan pada seluruh aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi terjadi sangat cepat dan banyak perubahan yang dapat dirasakan (Ardyanto, 2021). Perubahan ini dapat dirasakan dalam banyak aspek kehidupan manusia seperti dunia medis, sarana komunikasi, pendidikan, ekonomi, dan aspek-aspek kehidupan lainnya yang semakin tersentuh dengan teknologi. Tentunya dengan berkembangnya teknologi saat ini sangat mempermudah manusia dalam menghemat ruang dan waktu.

Salah satu target dari perubahan teknologi saat ini adalah industri keuangan. Kemajuan teknologi dan digitalisasi membuat proses bisnis pada industri jasa keuangan dan *virtual* menyatu dengan cepat. Industri jasa keuangan mengalami transformasi digital yang tidak hanya menghasilkan model dan proses bisnis yang lebih digital, tetapi juga menghasilkan produk dan layanan baru (Junger & Mietzner, 2020). Perkembangan teknologi yang kemudian dikenal sebagai *Financial technology* menyebabkan banyak perubahan dalam industri keuangan. *Financial technology* merupakan penggabungan teknologi keuangan dengan jasa keuangan yang memungkinkan transaksi digital dapat dilakukan dari mana saja dan kapan saja (Bank Indonesia, 2021). *Financial technology* terdiri dari beberapa produk seperti layanan pinjaman online yang menghubungkan pemberi pinjaman dengan peminjam melalui *peer-to-peer lending*, penggalangan dana untuk proyek atau usaha melalui *crowdfunding*, layanan investasi yang dapat diakses secara *online*, platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membeli dan menjual produk atau jasa melalui *marketplace*, layanan yang membantu pengguna dalam mengelola keuangan pribadi melalui *personal finance*, layanan yang memungkinkan pengguna untuk

membayar pajak secara *online*, layanan perbankan yang dapat diakses secara *online* melalui aplikasi, dan layanan pembayaran digital yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi finansial melalui aplikasi *mobile payments* (Wuisan, 2021).

Financial Technology telah banyak memberikan pengaruh bagi kehidupan manusia sehari-hari. Hal ini dapat terlihat dari meningkatnya penggunaan *financial technology* setiap tahunnya. Penggunaan *financial technology* dapat meningkat karena kelebihan yang ditawarkan seperti proses transaksi yang cepat, proses pelayanan yang efisien, kemudahan dalam mendaftar, dan kemudahan dalam mengakses informasi (Lestarini, 2023). Kemudahan dan efisiensi dari layanan yang ditawarkan oleh *financial technology* ini mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan *fintech* dalam kehidupan mereka sehari-hari. *Financial technology* diharapkan akan terus mengalami perkembangan ekosistem yang lebih luas seperti kolaborasi antara perusahaan *fintech*, lembaga keuangan, dan pemerintah. Hal ini akan memperluas akses dan layanan *fintech* bagi masyarakat (Aulivia,2022).

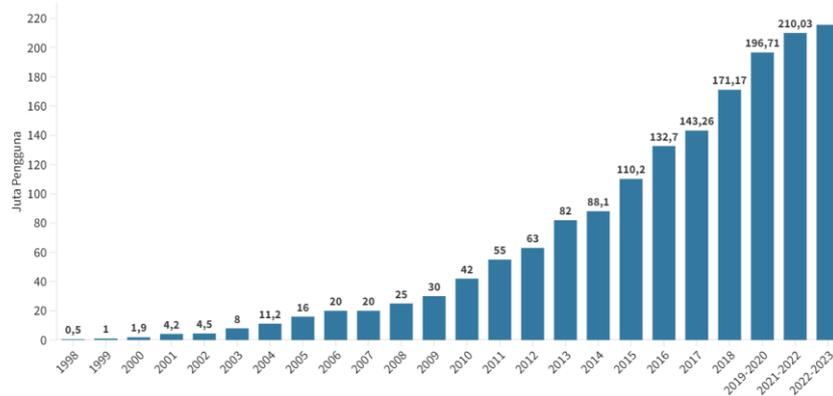


Gambar 1. 1 Nilai transaksi financial technology di Indonesia
Sumber: DuniaFintech

Perkembangan *financial technology* di Indonesia diprediksi akan mengalami peningkatan pengguna pada tahun 2023 dikarenakan *fintech* semakin didominasi oleh pengguna baru khususnya dari generasi muda (Wicaksono, 2023). Gambar 1.1 di atas merupakan hasil kutipan dari Dunia Fintech mengenai hasil penelitian yang dilakukan oleh Statista tentang nilai transaksi teknologi keuangan. Berdasarkan gambar 1.1 dapat terlihat bahwa *digital payments* yang didalamnya mencakup *digital banking* akan mengalami peningkatan dari tahun 2023 hingga tahun 2024. *Digital payment* terlihat lebih unggul dalam nilai transaksi jika dibandingkan dengan klaster lainnya. Diperkirakan nilai transaksi *digital payments* akan mendapatkan 8,2 juta dollar pada tahun 2024.

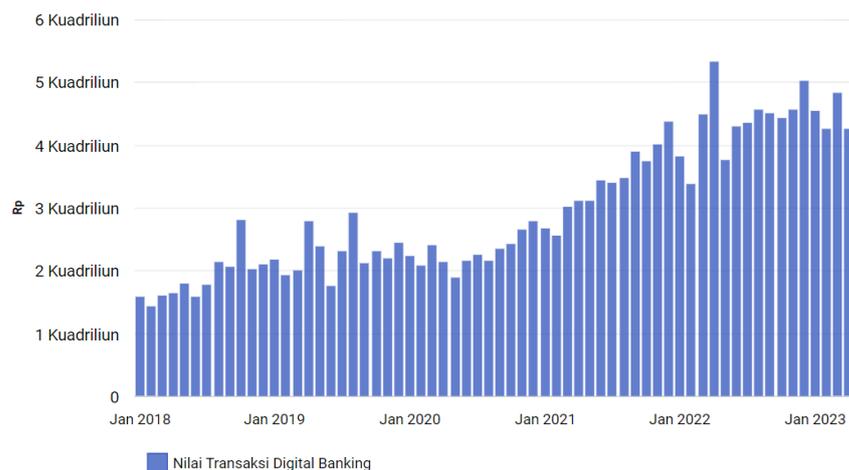
Indonesia merupakan negara yang mempunyai potensi perekonomian yang besar untuk menyerap arus digitalisasi. Peluang digital, perilaku digital, dan transaksi digital adalah tiga komponen utama yang mendorong pengembangan transformasi digital bank di Indonesia (OJK, 2022). Peluang digital yang dimaksud ini meliputi potensi demografis, potensi ekonomi, dan potensi peningkatan konsumen. Pada tahun 2020-2030 Indonesia diperkirakan akan memasuki puncak masa bonus demografi. Hal ini ditunjukkan oleh jumlah penduduk usia produktif yang meningkat dua kali lipat jika dibandingkan dengan jumlah penduduk non produktif. Besarnya penduduk usia produktif akan memberikan sumber tenaga kerja, pelaku usaha, dan konsumen potensial yang dapat mempercepat kemajuan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan akan terjadi penambahan penduduk usia produktif sebanyak 10 juta orang pada tahun 2025 yang membuat jumlah penduduk produktif menjadi 196 juta orang. Hal ini menunjukkan bahwa rasio ketergantungan pada tahun 2025 akan menurun menjadi 44% (Santika, 2023). Penduduk usia produktif yang terdiri dari generasi milenial memiliki karakteristik *digital minded* atau sangat mahir dan akrab dalam menggunakan teknologi. Hal ini tentu saja memiliki peluang untuk mendorong pertumbuhan sektor bank digital di Indonesia.

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia
(1998-2023)



Gambar 1. 2 Jumlah pengguna internet di Indonesia
Sumber: Data Indonesia (Bayu, 2023)

Pada faktor kedua yaitu perilaku digital diantaranya meliputi kepemilikan *gadget*, potensi penetrasi penggunaan internet dan penggunaan aplikasi *mobile* (OJK, 2022). Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia yang ditunjukkan pada Gambar 1.2 menunjukkan bahwa pada tahun 2022 hingga 2023 pengguna internet di Indonesia akan mencapai 210 juta pengguna atau setara dengan 78,19% dari total populasi. Selain itu survei yang dilakukan ini menunjukkan bahwa salah satu alasan masyarakat menggunakan internet adalah untuk mendapatkan layanan keuangan (Bayu, 2023).



Gambar 1. 3 Transaksi bank digital di Indonesia
Sumber: Databoks (Ahdiat, 2023)

Data yang diperoleh oleh Bank Indonesia menunjukkan bahwa pada bulan April 2023 jumlah nilai transaksi *digital banking* di dalam negeri mencapai Rp 4.200 triliun. *Digital banking* yang dimaksud mencakup *internet banking*, *mobile banking*, dan *phone banking* sesuai dengan klasifikasi Otoritas Jasa Keuangan yang mengacu pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 (Ahdiat, 2023). Walaupun gambar jika dilihat pada gambar 1.3 masih menunjukkan terjadinya fluktuasi dalam penggunaan *digital banking* secara bulanan. Namun jika dilihat dari Januari 2018 hingga Januari 2023 tren penggunaan *digital banking* di Indonesia cenderung menguat. Pertumbuhan transaksi digital ini melatarbelakangi faktor ketiga transformasi digital perbankan. Jika dilihat dari ketiga faktor diatas dapat terlihat bahwa pada saat ini perbankan sedang mengalami transformasi menuju era digital.

Bank digital merupakan layanan yang menawarkan pelanggan akses terhadap informasi dan transaksi perbankan melalui media elektronik yang mengoptimalkan penggunaan data nasabah. Layanan bank digital dapat menghasilkan pengalaman nasabah yang lebih mudah dan cepat serta dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Hal ini dapat membantu nasabah untuk menggunakan layanan secara mandiri dengan memperhatikan aspek keamanan (Ricardo, 2023). Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No.12/POJK.03/2021 bank digital merupakan bank berbadan hukum Indonesia yang sebagian besar bisnisnya beroperasi melalui saluran elektronik dan tidak mempunyai kantor fisik selain kantor pusat atau dengan jumlah kantor fisik yang terbatas (OJK, 2021). Bank digital melakukan segala jenis aktivitas bisnisnya secara *digital* dari awal hingga akhir. Bank digital dan bank konvensional menawarkan layanan perbankan yang serupa seperti tabungan, deposito, transfer dan pinjaman namun dengan biaya operasional yang lebih rendah dan suku bunga yang lebih kompetitif. Hal ini dapat terjadi karena bank digital tidak perlu banyak mengelola jaringan cabang fisik mereka. Bank digital tidak hanya untuk bank baru saja, tetapi juga bisa merupakan bank lama yang beralih ke bank digital (Pangesti, 2022). Bank digital menawarkan layanan yang

lebih cepat, mudah, dan efektif untuk pelanggan, yang menghasilkan kepuasan pelanggan (Ananda et al, 2020).

Bank digital terus melakukan inovasi yang berfokus pada kemudahan dan cara kerja yang menyesuaikan dengan gaya hidup masyarakat saat agar untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan (Qarsa, 2022). Bank digital menargetkan berbagai segmen dalam memasarkan produk mereka seperti generasi Z dan generasi Y (millennial). Bank digital juga menargetkan produk mereka terhadap pengguna internet aktif yang terbiasa dengan teknologi, individu yang mencari akses layanan keuangan yang mudah, cepat, dan aman, serta pengguna yang ingin mengakses layanan perbankan yang lebih baik (Lannquist, 2023). *Target market* bank digital merupakan masyarakat berumur 18 - 34 tahun yang merupakan generasi Z. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Visa pada Consumer Payment Attitudes Study 2022 menunjukkan bahwa generasi muda merupakan generasi yang paling berminat untuk menggunakan layanan digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa sebanyak 91% Generasi Z tertarik untuk menggunakan layanan digital banking. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa sebanyak 87,1% Generasi Z dan Generasi Y menyatakan tertarik untuk menggunakan bank digital dalam bertransaksi. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki minat yang tinggi untuk menggunakan bank digital (Ramadhani, 2023). Bank digital menawarkan fitur dan pengalaman yang memfokuskan pada sistem antarmuka yang intuitif, kemudahan akses, dan integrasi dengan platform lainnya untuk menyesuaikan preferensi dan kebutuhan salah satu target utama mereka yaitu generasi Z (Putra, 2022). Generasi Z menjadi salah satu target utama dari bank digital dikarenakan generasi ini tumbuh dengan teknologi dan cenderung lebih terbiasa dalam menggunakan layanan perbankan digital (Sugiarto, 2021). Generasi Y adalah generasi yang aktif secara digital dan cenderung mencari kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi. Bank digital menawarkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan generasi Y seperti pemasaran digital, pengalaman pengguna yang baik, serta integrasi dengan platform digital lainnya (Djumena, 2021).

Tabel 1. 1 Perbedaan bank digital dengan bank konvensional

No	Keterangan	Bank Digital	Bank Konvensional
1	Cara Beroperasi	Hanya memerlukan satu kantor pusat dan tidak perlu kantor cabang.	Memiliki beberapa kantor pusat dan banyak kantor cabang fisik.
2	Fasilitas	Semua fasilitas perbankan dapat digunakan dan dilakukan secara online.	Terdapat beberapa fasilitas yang memerlukan konsumen datang ke bank untuk menggunakannya.
3	Pendaftaran	Pendaftaran dapat dilakukan secara online dari awal hingga akhir.	Pendaftaran memerlukan kehadiran konsumen ke kantor.
4	Suku bunga dan admin	Menawarkan biaya admin yang lebih murah dan suku bunga yang lebih tinggi dikarenakan memiliki biaya operasional yang rendah.	Biaya admin yang lebih mahal dan suku bunga yang lebih rendah apabila dibandingkan dengan bank digital.
5	Layanan	Layanan bank digital dapat dinikmati oleh konsumen dari mana saja dan kapan saja secara 24 jam.	Tidak semua layanan bank konvensional dapat digunakan oleh konsumen jika diluar jam kerja bank.
6	Fitur	Memiliki fitur praktis seperti pengelolaan keuangan, notifikasi transaksi, dan berbagai fitur lainnya untuk membantu pengguna mengatur keuangan.	Memiliki fitur notifikasi keuangan namun tidak memiliki fitur pengelolaan keuangan.

Sumber: Sari (2022), Hadijah (2022), Satyagraha (2023), & OJK (2023)

Bank digital dan bank konvensional menawarkan jasa perbankan yang serupa seperti tabungan, penarikan dana, deposito, dan pinjaman. Namun bank konvensional tidak dapat menyediakan semua layanannya secara digital (Vincentia, 2021). Bank konvensional sudah memiliki aplikasi seperti *internet*

banking atau *mobile banking* namun tetap saja dalam beberapa transaksinya memerlukan keterlibatan sistem manual atau non digital agar bisa digunakan (Hadijah, 2022). Hal yang membedakan kedua bank ini adalah cara mereka beroperasi. Bank konvensional memiliki beberapa kantor pusat dan banyak kantor cabang fisik, sedangkan bank digital hanya memerlukan satu kantor pusat dan tidak perlu cabang. Bank digital memiliki kemampuan untuk melakukan semua aktivitas perbankan hanya menggunakan perangkat elektronik yang terhubung internet tanpa perlu datang secara fisik ke bank, mulai dari pembukaan akun, deposito, hingga penutupan akun (Sari, 2022). Bank digital juga memiliki fitur praktis seperti pengelolaan keuangan dan notifikasi transaksi yang membantu pengguna mengatur keuangan mereka dengan lebih baik. Selain itu, jika dibandingkan dari biaya operasional dan suku bunga. Bank digital menawarkan biaya transfer antar bank yang lebih murah dibandingkan bank konvensional. Bahkan bank digital menawarkan suku bunga yang lebih tinggi dibandingkan bank konvensional (Satyagraha, 2023).

Dalam beberapa tahun terakhir pertumbuhan bank digital di Indonesia telah meningkat pesat. Pertumbuhan ini didorong oleh beberapa faktor seperti adanya dukungan kuat dari regulasi yang dibuat oleh Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Indonesia mengenai perbankan digital, termasuk perizinan, pengawasan dan perlindungan. OJK juga mendapatkan dukungan dari negara untuk membuat peraturan baru mengenai pengoperasian bank digital yang lebih sederhana dan meningkatkan keamanan siber untuk mencegah data nasabah dicuri (Wareza, 2021). Dengan adanya dukungan yang kuat dari pemerintah saat ini membuat munculnya beberapa bank digital di Indonesia. Berikut beberapa bank digital yang ada di Indonesia.

Tabel 1. 2 Daftar Bank Digital di Indonesia

No	Nama Bank Digital	Perusahaan
1	Bank Jago	PT Bank Jago Tbk
2	Blu	PT Bank Digital BCA
3	Jenius	PT Bank BTPN Tbk

4	Livin	PT Bank Mandiri Tbk
5	Neo Bank	PT Bank Neo Commerce
6	Allo Bank	PT Allobank Indonesia Tbk
7	Line Bank	PT Bank KEB Hana Indonesia
8	Motion Banking	PT MNC Teknologi Nusantara
9	Digibank	PT Bank DBS Indonesia
10	TMRW	PT Bank UOB Indonesia
11	Bank Raya	PT Bank Rakyat Indonesia
12	Wokee	PT Bank Bukopin Tbk
13	Nyala	PT Bank OCBC NISP Tbk
14	PermataME	PT Bank Permata Tbk
15	SeaBank	PT Bank Seabank Indonesia
16.	D-Save	PT Bank Danamon Indonesia Tbk

Sumber: Setiawan (2023) & Asmaysi (2022)

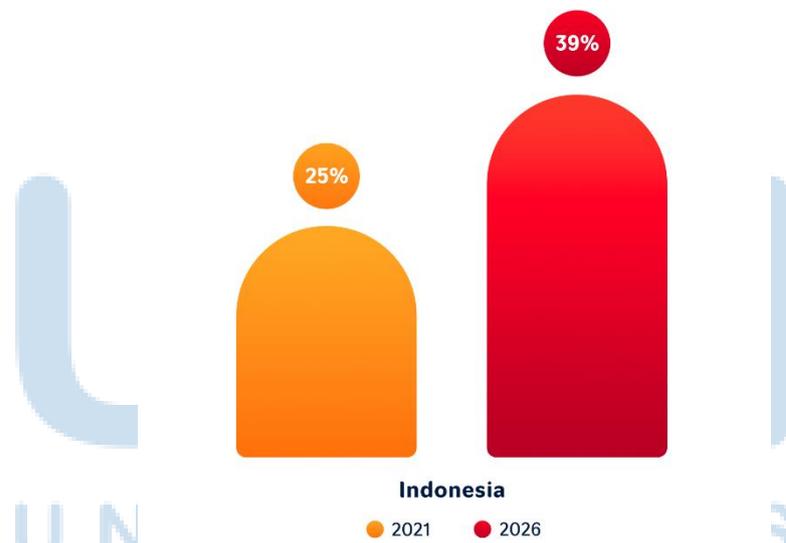
Berdasarkan penelitian oleh Populix pada tahun 2022, terdapat 10 bank digital dengan pengguna terbanyak di Indoensia. Bank Jago merupakan bank digital dengan pengguna terbanyak di Indonesia yang memiliki jumlah pengguna 46% dari total responden yang diteliti. Selanjutnya yang menempati posisi kedua adalah Neo Bank dan disusul oleh Jenius di urutan ketiga. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Populix terangkum pada gambar 1.4 dibawah ini.



Gambar 1. 4 Bank digital yang paling banyak digunakan di Indonesia
Sumber: GoodStats.id

Pada tahun 2021 ini tingkat *adoption rate* bank digital di Indonesia sudah mencapai 47,7 juta pengguna (Iskandar, 2023). *Adoption rate* merupakan kecepatan suatu teknologi, produk, atau inovasi baru diadopsi dan digunakan oleh masyarakat (Kenton, 2022). Sebagian besar pemilik akun bank digital berasal dari generasi Z dan generasi milenial yang sudah memasuki usia produktif bekerja sehingga sudah memiliki penghasilan dan memiliki tanggung jawab atas perencanaan keuangan mereka. Mereka perlu melakukan pembagian penghasilan atas biaya kebutuhan sehari-hari, tabungan, dan investasi. Bank digital dapat membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan pembagian keuangan ini (Lavenia, 2022). Hal ini dibuktikan dengan penelitian oleh Populix yang menunjukkan bahwa sebanyak 64% masyarakat mengaku telah mempunyai aplikasi bank digital di ponsel mereka. Namun hanya 33% responden yang telah menggunakan aplikasi bank digital (Widi, 2022).

Gambaran Penetrasi Bank Digital di Indonesia



Gambar 1.5 Penetrasi bank digital di Indonesia
Sumber: Telkomsel DigiAds (2022)

Berdasarkan data pada gambar 1.5 yang diperoleh dari Finder, pada tahun 2021 ada sekitar 47 juta orang atau 25% dari jumlah populasi di Indonesia yang sudah memiliki akun bank digital. Diperkirakan pada tahun 2026 pemilik akun

bank digital akan meningkat menjadi 39% atau sekitar 75 juta orang. Hal ini menunjukkan bahwa bank digital masih memiliki peluang pertumbuhan sebanyak 14% dari sisi pembukaan rekening bank digital hingga tahun 2026 nanti.

Fenomena ini diperkuat dengan hasil dari sensus penduduk tahun 2020 yang dimana jumlah populasi Generasi Z di Indonesia sebanyak 27,94% dari total seluruh populasi di Indonesia atau setara dengan 75,49 juta jiwa (Finaka, 2021). Dan berdasarkan data dari penelitian yang dilakukan oleh Finder pada tahun 2021 terdapat 47 juta orang sudah memiliki akun bank digital. Mayoritas pemilik bank digital ini merupakan generasi z dan generasi millennial (Farrel, 2021). Walaupun belum terdapat data mengenai jumlah generasi Z yang menggunakan bank digital di Indonesia. Namun data diatas menunjukkan bahwa bank digital masih memiliki potensi untuk menggarap Generasi Z selaku *target market* utama mereka. Hal ini ditunjukkan dari banyaknya pengguna bank digital pada tahun 2021 belum merangkul populasi Generasi Z saat ini di Indonesia. Bank digital masih memiliki peluang untuk menggarap sebanyak 28,49 juta jiwa untuk menggunakan produk mereka.

PT Bank Central Asia mencatat bahwa jumlah pengguna bank digital Blu pada tahun 2022 sudah mencapai 947.000 pengguna (Hutauruk, 2022). Sedangkan Bank Jago yang menawarkan produk serupa dengan Blu memiliki jumlah pengguna sebanyak 8,3 juta nasabah (Aprilia, 2023). Sementara Bank Neo Commerce mencatat sudah memiliki hampir 20 juta nasabah pada tahun 2022 (Hutauruk, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya Blu sebagai bank digital masih memiliki peluang untuk bertumbuh yang sangat besar.

Namun pada saat ini beberapa masyarakat memilih layanan bank konvensional yang sudah familiar, karena mereka belum memahami sepenuhnya mengenai keamanan dan keuntungan penggunaan bank digital (Irawati, 2023). Bank digital juga masih dianggap merepotkan dan tidak praktis, karena saat ini kebanyakan dari mereka mendapatkan pendapatan dari tempat kerja atau orang tua yang diberikan melalui bank konvensional.

Sehingga mereka merasa tidak praktis karena harus memindahkan uang dari rekening bank konvensional ke bank digital terlebih dahulu (Farrel, 2021).

Berdasarkan data dari *mini survey* yang dilakukan oleh peneliti kepada 31 responden. Memperoleh hasil bahwa 100% responden merupakan nasabah bank BCA (konvensional), namun hanya 36.7% responden saja yang sudah memiliki dan menggunakan aplikasi Blu. Jika dilihat dari jawaban responden, faktor penting yang mendorong mereka untuk menggunakan Blu adalah kegunaan dan fitur yang ditawarkan, kemudahan dalam menggunakan aplikasi, serta dapat digunakan dimana saja dan kapan saja. Sedangkan untuk 63.3% responden yang tidak menggunakan Blu beranggapan bahwa belum memerlukan fitur yang ditawarkan, masih ragu dengan keamanan dan resiko, dan merasa bahwa bank konvensional saja sudah cukup. Sebanyak 31.6% responden yang tidak menggunakan Blu merasa kemudahan dalam mengakses layanan mempengaruhi mereka untuk menggunakan aplikasi Blu. 36.8% responden merasa bahwa kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan aplikasi mempengaruhi mereka untuk memutuskan menggunakan aplikasi Blu. 57.9% responden merasa bahwa faktor keamanan dan resiko mempengaruhi mereka dalam memutuskan untuk menggunakan aplikasi Blu. Serta 36.8 % responden merasa bahwa kegunaan aplikasi mempengaruhi mereka dalam memutuskan untuk menggunakan aplikasi Blu. Dan 36.8 % responden merasa bahwa fitur yang ditawarkan mempengaruhi mereka dalam memutuskan untuk menggunakan aplikasi.

Walaupun bank digital memiliki banyak kelebihan dan mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah, namun belum semua masyarakat terdorong memilih bank digital sebagai alat dalam melakukan transaksi sehari-hari. Hal ini didukung dari tingkat *adoption rate* bank digital saat ini hanya mencapai 25% saja bila dibandingkan dengan bank konvensional (Finder, 2022). Fenomena ini yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan bank digital.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *trust*, *convenience*, dan *demographic variables* mempengaruhi *intention to use* bank digital di Indonesia. *Perceived usefulness* adalah persepsi pengguna terhadap kemampuan untuk meningkatkan efisiensi kerja, seperti menghemat waktu ketika memanfaatkan layanan dalam berbagai cara (Davis, 1993). Sementara itu, *Perceived ease of use* adalah tingkat kepercayaan konsumen terhadap layanan yang menawarkan kebebasan dan kenyamanan (Davis, 1989). Menurut Fortes & Rita (2016) *Perceived risk* adalah keyakinan bahwa pelanggan mungkin mengalami kerugian saat menggunakan suatu layanan, seperti hilangnya informasi atau transaksi. *Trust* merupakan faktor yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa aman dalam menggunakan layanan tanpa harus peduli dengan resiko atau masalah lainnya (Gefen, 2019). *Convenience* dapat ditunjukkan dengan menghemat waktu transaksi dan mengurangi kesalahan teknis (Chen, Sun, & Xu, 2016). *Demographic factor* adalah faktor-faktor seperti jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan status pekerjaan (Onyia & Tagg, 2011). Sementara itu, *Intention to use* adalah kecenderungan perilaku pengguna untuk memanfaatkan produk yang disediakan oleh perusahaan, dengan tingkat seberapa kuat keinginan untuk menggunakannya (Davis, 1989).

Penelitian ini akan menerapkan model penelitian yang didasarkan pada Technology Acceptance Model (TAM) yang telah dikembangkan oleh Venkatesh dan Davis. Venkatesh dan Davis telah menyederhanakan TAM dengan menghapus konstruk *attitude* yang di TRA (Venkatesh et. al., 2003). Technology Acceptance Model digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan suatu sistem. Technology Acceptance Model (TAM) dan berbagai model yang dibuat dari TAM sering menjadi dasar penelitian mengenai niat untuk menggunakan sebuah teknologi. Dalam kerangka Technology Acceptance Model (TAM), niat seseorang untuk menggunakan suatu sistem atau teknologi dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *attitude* (Nguyen, 2020).

Tugade (2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan perbankan digital. Sebaliknya *perceived risk* memiliki pengaruh negatif terhadap niat menggunakan layanan tersebut, menunjukkan bahwa semakin rendah *perceived risk*, semakin tinggi niat untuk menggunakan layanan perbankan digital. Sebuah studi oleh Wen Ni (2020) juga menegaskan bahwa *perceived ease of use* adalah salah satu dari dua komponen yang dapat meningkatkan penerimaan *branchless digital banking* di kalangan generasi Y di Malaysia.

Berdasarkan fenomena dan teori yang telah disebutkan, peneliti bertujuan untuk menjadikan topik ini sebagai fokus pengembangan penelitian. Penelitian ini akan mencari tahu faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan layanan perbankan digital, dengan fokus terbatas pada *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *trust*, *convenience*, dan *demographic factor*. Kerangka teoritis yang digunakan sebagai dasar adalah Technology Acceptance Model dengan menambahkan variabel-variabel tambahan untuk melengkapi pemahaman mengenai penerimaan dan penggunaan layanan perbankan digital.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, berikut adalah beberapa rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang dapat diajukan oleh peneliti:

1. Apakah *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use* bank digital pada generasi Z?
2. Apakah *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use* bank digital pada generasi Z?
3. Apakah *perceived risk* memiliki pengaruh negatif terhadap *intention to use* bank digital pada generasi Z?

4. Apakah *trust* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use* bank digital pada generasi Z?
5. Apakah *convenience* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use* bank digital pada generasi Z?
6. Apakah *demographic variables* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use* bank digital pada generasi Z?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah diajukan, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh positif *perceived usefulness* terhadap *intention to use* bank digital pada generasi Z.
2. Mengetahui pengaruh positif *perceived ease of use* terhadap *intention to use* bank digital pada generasi Z.
3. Mengetahui pengaruh negatif *perceived risk* terhadap *intention to use* bank digital pada generasi Z.
4. Mengetahui pengaruh positif *trust* terhadap *intention to use* bank digital pada generasi Z.
5. Mengetahui pengaruh positif *convenience* terhadap *intention to use* bank digital pada generasi Z.
6. Mengetahui pengaruh positif *demographic variables* terhadap *intention to use* bank digital pada generasi Z.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan pelaksanaan penelitian ini, diharapkan peneliti dapat menyumbangkan manfaat melalui temuan-temuan penelitian. Manfaat yang dapat diharapkan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

peneliti berharap penelitian ini dapat membantu perusahaan untuk lebih memahami faktor-faktor yang menyebabkan Generasi Z memilih bank digital sebagai sarana berbisnis. Peneliti juga berpendapat bahwa dengan mengarahkan penelitian ini dapat memberikan data tentang faktor-faktor yang mempengaruhi tujuan penggunaan Blu dan dapat menjadi acuan bagi BCA untuk membangun tujuan penggunaan Blu.

2. Bagi Akademik

Peneliti berharap dilakukannya penelitian dapat memberikan manfaat, data dan referensi untuk penelitian lain tentang tema-tema serupa dalam hal *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *trust*, *convenience*, *demographic variables*, dan *intention to use*.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki batasan dengan kriteria responden yang merupakan laki-laki dan perempuan yang termasuk dalam generasi Z, yaitu berusia 17 - 26 tahun yang merupakan target market utama dari bank digital. Penelitian ini akan menggunakan data primer yang diambil melalui hasil kuesioner pada Google Form yang disebarakan secara *online* dan sudah mulai dikumpulkan dari bulan Oktober 2023 sampai dengan bulan November 2023. Kriteria responden yang digunakan adalah responden yang sudah mempunyai akun pada bank konvensional dan sering menggunakan aplikasi perbankan dalam kegiatan transaksi mereka sehari-hari. Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *trust*, *convenience*, *demographic variables*, dan *intention to use*.

1.6 Sistematika Penulisan

Tesis ini mempunyai lima bab yang disusun sesuai dengan pedoman teknis yang telah ditetapkan. Bab-bab penelitian saling berkaitan dan saling berhubungan. Sinopsis singkat isi setiap bab dapat dilihat di bawah ini:

BAB I Pendahuluan

Peneliti memberikan penjelasan dan pembahasan latar belakang penelitian pada bab pertama. Bab ini membahas tentang fenomena dan permasalahan yang secara ringkas mengarah pada permasalahan pokok, rumusan masalah, tujuan penelitian, kelebihan dan kekurangan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Pada bagian selanjutnya, peneliti memahami faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini dan menyajikan penelitian terdahulu sebagai referensi hipotetis. Bagian ini juga mengkaji sistem hipotetis yang digunakan untuk menguji penelitian, model penelitian, dan perumusan hipotesis.

BAB III Metodologi Penelitian

Dalam bab tiga akan membahas dan menguraikan subjek dan desain penelitian, ruang lingkup, dan variabel penelitian. Pada bab ini juga akan membahas metode pengolahan data dan variabel yang digunakan.

BAB IV Analisis dan Pembahasan

Dalam bab empat akan memberikan penjelasan menyeluruh tentang temuan penelitian dan analisis data yang dikumpulkan dari pre-test dan main test.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Dalam bab lima, akan disajikan hasil dan analisis penelitian, serta diberikan rekomendasi kepada perusahaan dan penelitian selanjutnya.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A