

# BAB I

## PENDAHULUAN

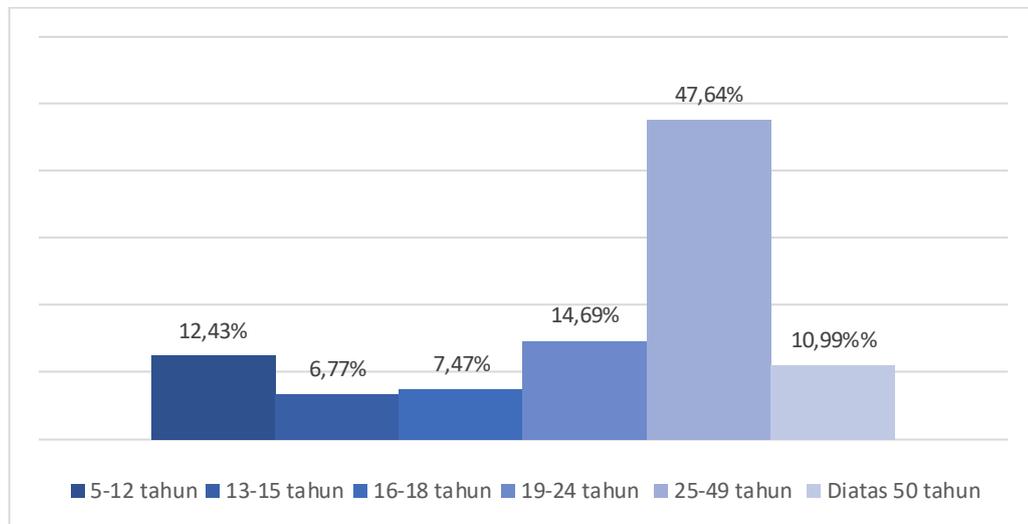
### 1.1 Latar Belakang

Sejak dua puluh tahun terakhir, munculnya digitalisasi turut mempermudah kegiatan setiap orang menjadi semakin produktif. Finansial Teknologi (*FinTech*) hadir untuk memfasilitasi layanan keuangan terbaru yang lebih inovatif dan dapat dinikmati setiap penggunanya (Laksita Respati *et al.*, 2022). Keberadaan *FinTech* diperlukan untuk mengakomodasi layanan finansial, terutama kemudahan dalam transaksi keuangan” (Siswanti, 2022). Terdapat beberapa macam *FinTech* seperti *Digital Payment*, *Peer to peer Lending*, *Crowdfunding*, Asuransi dan Investasi (Adji *et al.*, 2023). Saat ini jumlah perusahaan *lending FinTech* di Indonesia yang sudah berizin OJK sebanyak 101 perusahaan per tanggal 09 Oktober 2023” (OJK, 2023). Terdapat Lebih dari 366 perusahaan menjadi anggota Asosiasi *FinTech* Indonesia (AFTECH). Diantaranya adalah 102 *FinTech* yang khusus bergerak di bidang pinjaman online, 84 di bidang inovasi keuangan digital, 39 di bidang sistem pembayaran, 6 di bidang pasar modal, 4 di bidang aset digital, 13 di bidang kemitraan teknologi, 8 di bidang lembaga keuangan, dan 79 di industri lainnya.. (Indonesia *FinTech*, 2023).

Menurut Satria, pertumbuhan nilai transaksi perbankan digital di Indonesia terus meningkat secara signifikan selama dua tahun terakhir. Dari sisi jumlah transaksi uang elektronik sendiri, tingkat kenaikan jumlah transaksi pada Agustus 2021 mencapai 43,66% (dibandingkan tahun sebelumnya)”, sementara nilai transaksi perbankan digital mencatatkan peningkatan signifikan hingga 61,8% (YoY), ini menunjukkan perluasan pembayaran digital dan percepatan perbankan digital menjadi faktor utama yang mendorong pertumbuhan ini” (Satria Chandra Putra & Ginting Amanda, 2022). Sedangkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan, “pengguna internet di Indonesia sebesar 171,17 juta orang atau mencapai 64,8%” (Adji *et al.*, 2023).

Badan Pusat Statistik (BPS) turut memberikan data, dimana terdapat kelompok usia 25-49 tahun pengguna internet mencapai 50 persen (47,64%)

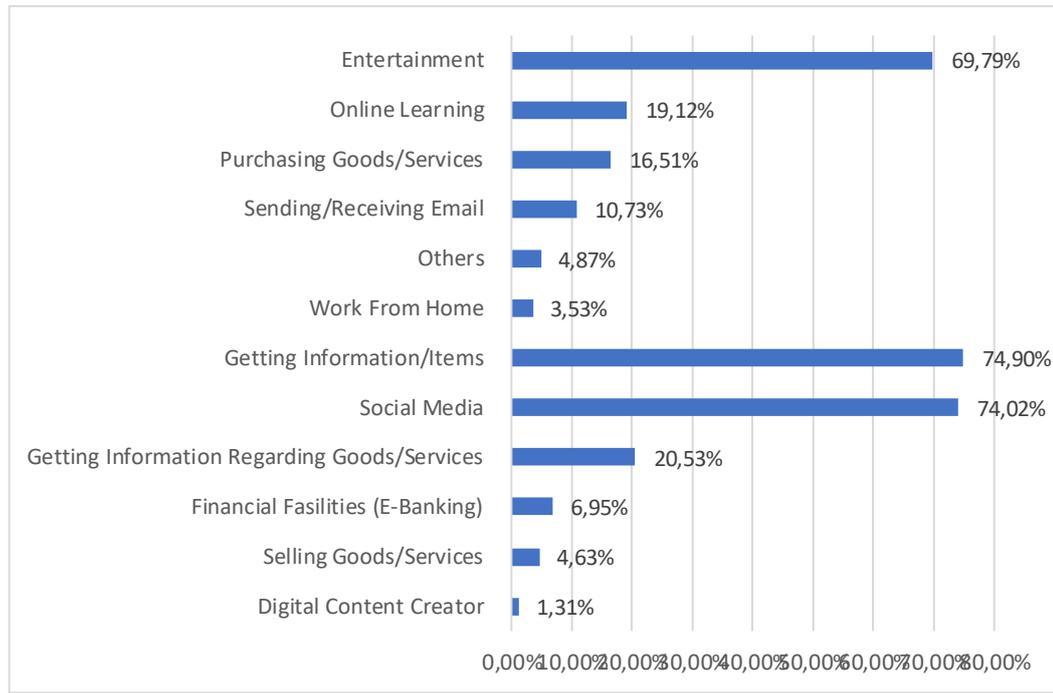
Sementara itu, pengguna internet terendah usia 13-15 tahun dengan tingkat penggunaan internet 6,77% (BPS, 2022).



**Gambar 1.1 Data Pengguna Internet**  
(Sumber: Nasional Ekonomi Survey, BPS; 2022)

Dapat disimpulkan, bahwa tingkat pengguna internet terbanyak adalah usia 25 hingga 49 tahun, yang mencapai 47% dari total pengguna internet, mencerminkan tren signifikan dalam penggunaan teknologi digital di kalangan kelompok usia produktif ini. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok usia ini memiliki tingkat penetrasi internet yang tinggi, di dorong oleh teknologi dan kebutuhan untuk berbagai aktivitas online seperti bekerja, belajar, berkomunikasi, dan mengakses informasi. Fenomena ini juga mencerminkan perubahan dalam perilaku konsumen yang semakin terhubung ke arah digital. Sedangkan pengguna internet terendah di antara kelompok usia 13-15 tahun, sebesar 6,77%, mengindikasikan bahwa meskipun generasi muda ini umumnya terbiasa dengan teknologi digital, namun proporsi penggunaan internet secara teratur masih relatif kecil. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, pengawasan orang tua terhadap waktu penggunaan internet oleh anak-anak mereka, serta preferensi aktivitas offline yang mungkin lebih dominan di kalangan kelompok usia ini. Fenomena ini menunjukkan pentingnya memahami perbedaan dalam adopsi teknologi digital di

kalangan berbagai kelompok usia, serta implikasinya terhadap kebijakan publik, pendidikan digital, dan perlindungan anak di dunia maya (BPS, 2022).



**Gambar 1.2 Data Tujuan Penggunaan Internet**  
(Sumber: Nasional Ekonomi Survey, BPS; 2022)

Berdasarkan gambar tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas orang menggunakan internet untuk dua tujuan utama: pertama, untuk mendapatkan informasi dan berita sebesar 74,90%, menunjukkan bahwa banyak orang mengandalkan internet sebagai sumber utama untuk mengakses berbagai informasi terkini, ini mencerminkan peran penting internet dalam memenuhi kebutuhan informasi. Kedua, menggunakan media sosial sebesar 74,02%. Mencerminkan bagaimana *platform-platform* seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lainnya telah menjadi pusat interaksi sosial, komunikasi, dan pembagian konten di era digital. Media sosial tidak hanya digunakan untuk menjaga hubungan sosial, tetapi juga untuk membagikan pengalaman, mengekspresikan diri, dan terlibat dalam berbagai isu dan tren yang sedang berlangsung. Ketiga, tujuan penggunaan internet pada layanan keuangan hanya mencapai 6,95%, dapat disebabkan oleh beberapa faktor berikut: 1) Kepercayaan dan keamanan, banyak individu yang kurang percaya terhadap keamanan transaksi keuangan secara online; 2) Keterbatasan

akses pengetahuan, beberapa orang diketahui tidak memiliki akses internet memadai sebagaimana data BPS yang menunjukkan hanya 64,8% ini menunjukkan daerah-daerah terpencil masih memiliki tingkat pendidikan dan literasi digital yang rendah; 3) Preferensi transaksi langsung, beberapa orang lebih memilih melakukan transaksi keuangan langsung dan merasa nyaman dengan interaksi tatap muka atau bertransaksi secara fisik daripada melalui *platform* digital, dan 4) Kesadaran dan pendidikan konsumen, kurangnya kesadaran terhadap penggunaan layanan keuangan dan faktor beberapa generasi yang tidak melek teknologi menjadi salah satu penyebabnya. Namun, generasi Z memiliki minat yang signifikan dalam bertransaksi keuangan secara digital, dengan berbagai faktor seperti kemudahan penggunaan dimanapun dan kapanpun, gen Z yang mudah beradaptasi dan tertarik pada perkembangan teknologi baru, dan adopsi perilaku digital dengan kecenderungan gen Z menggunakan media sosial, berinteraksi online, mengonsumsi konten digital secara luas, dan keterbukaan terhadap teknologi termasuk di bidang keuangan (BPS, 2022).

Terdapat beberapa karakteristik gen Z diantaranya mampu mengoperasikan segala sesuatu di dunia maya secara bersamaan dikarenakan gen Z terlahir dengan akses internet yang sudah ada menjadikan personalisasi gen Z kurang sabar dan menyukai sesuatu yang cepat, kepekaan terhadap pengalaman pengguna, dimana gen Z sangat menyukai pengalaman penggunaan (*user experience*) yang sederhana dan mudah di gunakan (Puspita N, 2024). Keterkaitan karakteristik dengan minat bertransaksi bahwa *platform* digital yang mudah di gunakan, aman, transparan dan mendukung kebutuhan serta gaya hidup akan menarik minat gen Z.

Gen Z merupakan segmen investasi jangka panjang bagi perbankan di masa yang akan datang (OJK, 2023). Pada sektor keuangan lain seperti investasi pun generasi Z berkontribusi cukup signifikan, di bidang investasi reksa dana mencapai 60%, namun untuk sektor bank digital sendiri. Ini masih perlu perhatian lebih karena gen Z generasi yang cepat memperoleh informasi sekaligus kritis dan mudah bosan (Satria Chandra Putra & Ginting Amanda, 2022) Jadi, meskipun terdapat penetrasi pengguna internet yang cukup tinggi dikuasai gen Z, namun bukan berarti

turut mempengaruhi penggunaan *FinTech*. Terutama *FinTech* bank digital di Indonesia. Meskipun pada faktanya, perbankan digital di Indonesia sudah mulai banyak bermunculan seperti Line Bank, Bank Jago, Bank Neo Commerce, SeaBank, Bank blu by BCA Digital, TMRW by UOB dan sebagainya.

Minat bertransaksi merupakan suatu hal yang membuat suatu individu merasa senang setelah menggunakan objek tersebut (Rohila & Yusuf, 2020). Pada penelitian ini disebutkan bahwa ketertarikan individu bertransaksi menggunakan *FinTech*, di pengaruhi faktor internal dan eksternal. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi minat individu diantaranya: 1) Faktor yang berasal dari individu, kebutuhan untuk melakukan sesuatu secara cepat dan efisien; 2) Faktor motif sosial, yaitu kebutuhan untuk mendapatkan aktualisasi dari individu tersebut berasal, dan 3) Faktor emosional, adalah kesungguhan individu dalam memberikan perhatiannya terhadap objek tertentu.

Terkait minat Gen Z terhadap transaksi *FinTech*, ada dua pertimbangan utama yaitu kemudahan dan risiko. Nurdin menyebutkan bahwa menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan banyak pekerjaan (Nurdin *et al.*, 2020a). Namun, Penggunaan teknologi masih sering menyebabkan terjadinya kejahatan di dunia maya sehingga dapat mengakibatkan terjadinya penyalah-gunaan data pribadi (Aditya & Putu Mahyuni, 2022). Selain itu, adopsi *FinTech* dapat terhambat apabila pengguna tidak memperhatikan resiko menggunakannya (Siswanti, 2022). Oleh karena itu, *Technology Acceptance Model* (TAM) hadir sebagai model yang di kembangkan oleh Davis *et al* (1989). TAM memiliki pendapat tersendiri bahwa penerimaan individu seseorang terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh kedua komponen utama tersebut.

Penelitian ini didasarkan pada teori TAM dari (Prima Citra *et al.*, 2020) yang dikembangkan oleh Davis (1989) dalam Jogiyanto (2020) menjelaskan bahwa tingkat penerimaan pengguna teknologi informasi (*information technology acceptance*) ditentukan oleh 5 konstruk, diantaranya: 1) Kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*); 2) Kemudahan persepsian (*perceived ease of use*); 3) Sikap

terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*); 4) Minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*); dan 5) Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*). Dari 5 konstruk tersebut konstruk ke-4 Minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) adalah yang paling utama disebabkan faktor keterampilan dan penggunaan teknologi, teknologi digital seperti *smartphone* dan aplikasi telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari pengguna.

Bank digital didirikan dengan berbagai keunggulan seperti penggunaannya yang dapat diakses secara online 24 jam yang dapat memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk dapat mengatur keuangan mereka lebih efisien tanpa perlu mendatangi kantor fisik bank (Darmawan *et al.*, 2023). Bank digital juga hadir dan menggantikan kantor fisik bank dan mengurangi kebutuhan nasabah untuk mengunjungi cabang jika sewaktu-waktu terdapat kendala dan lain sebagainya karena semua dilakukan secara *online* melalui *smartphone* nasabah (Haralayya, 2021).

Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian terdahulu yang relevan seperti penelitian oleh Zikriatul Ulya, Safwandi, dan Miftahul Jannah (2023), tentang bagaimana faktor-faktor seperti keakraban, kemudahan, dan bahaya yang dirasakan memengaruhi pilihan penggunaan QRIS. Berdasarkan penelitian ini, pilihan penggunaan QRIS di supermarket di Kota Langsa dipengaruhi secara signifikan oleh faktor pengetahuan, kenyamanan, dan risiko. Gen Z di Indonesia tertarik mengadopsi aplikasi perbankan digital, menurut penelitian I Gede Wisnu Satria Chandra Putra dan Jusia Amanda Gintings (2022). Menurut penelitian ini, generasi milenial lebih tertarik pada aplikasi perbankan digital yang memiliki dampak positif terhadap citra merek dan desain antarmuka dibandingkan mereka yang berfokus pada fitur produk. Mengenai dampak fitur, persepsi legitimasi, dan persepsi utilitas terhadap minat penggunaan bank digital Seabank di Jabodetabek, penelitian ini akan membandingkan dan membedakan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nafra Veraniazzahra dan Rodianan Listiawati (2023).

Minat nasabah dalam memanfaatkan bank digital Seabank dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel persepsi utilitas dan persepsi legitimasi, menurut penelitian ini. Namun fitur tidak menghasilkan sesuatu yang baik atau penting. Ada imbalan ekonomi, keamanan, dan bahaya, sehingga dapat dikatakan berdampak baik; Penelitian lain yang dilakukan oleh Alfath Prima Citra dan Agung Kuswantoro (2020) berjudul “Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Pemerintahan Desa/SMART” menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara seluruh variabel. Dapat dilihat juga pada penelitian Restiana Le Tjoe Linggadjaya, Bontor Sitio dan Patar Situmorang (2022), menunjukkan Transformasi Digital PT Bank Jago Tbk dari Bank Konvensional menjadi Bank Digital berpengaruh positif dan signifikan dengan asumsi 5 ranah yang menjadi acuannya yaitu ranah nasabah, *competition*, *data*, *innovation*, dan *value*. Sedangkan pada penelitian ini, tidak menjelaskan asal-usul transformasi bank karena hadir sebagai bank digital sejak kemunculannya.

Pada penelitian Sirajul Fuad Zis, Nursyirwan Effendi, Elva Ronaning Roem (2021). Berjudul Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial (Y) dan Generasi Z di Era Digital, menunjukkan bahwa kedua variabel memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Generasi Y dan Generasi Z di Era Digital. Penelitian Ini sejalan dengan lahirnya bank digital yang umumnya lebih mudah diketahui generasi yang melek dengan teknologi. Namun Pada Penelitian Tutik Siswanti (2020). Berjudul Analisis Pengaruh Manfaat Ekonomi, Keamanan Dan Risiko, risiko mempunyai pengaruh negatif, terhadap minat penggunaan Financial Technology (*FinTech*) bisa disebabkan *human error* maupun risiko operasional atas aplikasi *FinTech* yang digunakan. Oleh karena itu, literasi untuk memahami penggunaan *FinTech*, serta mengenali cara mengoperasionalkannya dapat menghindari atau mengurangi terjadinya risiko. Jika penggunaan *FinTech* tersebut memiliki kecenderungan menimbulkan risiko, maka akan berdampak kepada berkurangnya minat penggunaan *FinTech* dalam bertransaksi. Karena adanya gap antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini, maka penelitian ini disusun untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan dan risiko terhadap minat

gen Z bertransaksi menggunakan bank digital yang memiliki kontribusi besar pada penggunaan internet untuk mengetahui dalam penggunaan layanan keuangan *FinTech* berbasis digital di kota Bandung.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kemudahan dapat mempengaruhi minat gen Z bertransaksi *FinTech* bank digital di Kota Bandung?
2. Bagaimana risiko dapat mempengaruhi minat gen Z bertransaksi *FinTech* bank digital di Kota Bandung?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kemudahan terhadap minat gen Z bertransaksi *FinTech* di bank digital di Kota Bandung?
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh risiko terhadap minat gen Z bertransaksi *FinTech* di bank digital di Kota Bandung?

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Setiap orang yang berkepentingan dengan perekonomian dan keuangan akan memperoleh manfaat dari temuan studi ini. Kemungkinan keuntungannya meliputi:

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

- 1) Digunakan sebagai literatur untuk lebih memahami penggunaan *FinTech* sebagai media transaksi elektronik
- 2) Memberi pengetahuan kepada mahasiswa berpikir secara ilmiah, dan konseptual ketika menjelaskan dan mendiskusikan masalah.
- 3) Mengasah kemampuan menulis mahasiswa yang sedang menyusun, supaya kami terbiasa memproses sumber informasi dan menerjemahkannya dalam kata-kata dan kalimat. Dari berbagai macam buku dan referensi, agar memperoleh tambahan wawasan.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

- 1) Dijadikan tambahan informasi bagi lembaga tempat pengambilan data terutama kepada para *stakeholder*.
- 2) Memberikan masukan dan informasi dalam mengembangkan strategi bisnis khususnya di dunia *FinTech*.
- 3) Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan pengetahuan bagi masyarakat.

## 1.5 Sistematika penulisan

### **BAB I**                   Pendahuluan

BAB I Dalam penelitian ini menjelaskan tentang latar belakang masalah mengenai perlunya penelitian ini dilakukan. Kemudian pada bab ini juga menjelaskan tentang rumusan Masalah mengenai tentang apa saja yang akan di sajikan dalam penelitian ini selanjutnya pada bab ini dijelaskan tentang tujuan dan manfaat penelitian. Tujuan Penelitian ini menjelaskan mengenai suatu kegunaan yang dicapai dalam penelitian ini. Manfaat penelitian ini menjelaskan tentang apa yang akan diperoleh bagi pihak-pihak tertentu yang bersangkutan maupun pembaca agar semakin menambah pengetahuan dan berwawasan luas dengan adanya penelitian ini. Serta sistematika penulisan.

### **BAB II**                   Tinjauan Pustaka

Bab 2 dalam penelitian ini menjelaskan pembahasan beberapa pokok pembahasan yaitu landasan teori, hasil penelitian yang relevan, kerangka pemikiran, dan pengembangan hipotesis.

### **BAB III**                  Metode Penelitian

Bab 3 ini berisi tentang pembahasan metode penelitian, yang meliputi jenis penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data dan teknik

analisis data. Selain itu pada bab ini secara keseluruhan menjelaskan rencana dan prosedur penelitian tentang cara apa yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian.

#### **BAB IV**

##### Hasil dan Pembahasan

Bab IV ini berisi tentang deskripsi hasil analisis serta pembahasan yang lebih mendalam mengenai hasil penelitian dan menjelaskan kesesuaian hasilnya. Selain itu menjelaskan gambaran umum, tentang objek yang diteliti.

#### **BAB V**

##### Kesimpulan dan Saran

Bab V ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan menjelaskan tentang analisis data penelitian serta hasil dari pengujian hipotesis dan hasil terhadap penelitian yang telah dilakukan. Serta saran berisi tentang saran penelitian.