

BAB I

PENDAHULUAN

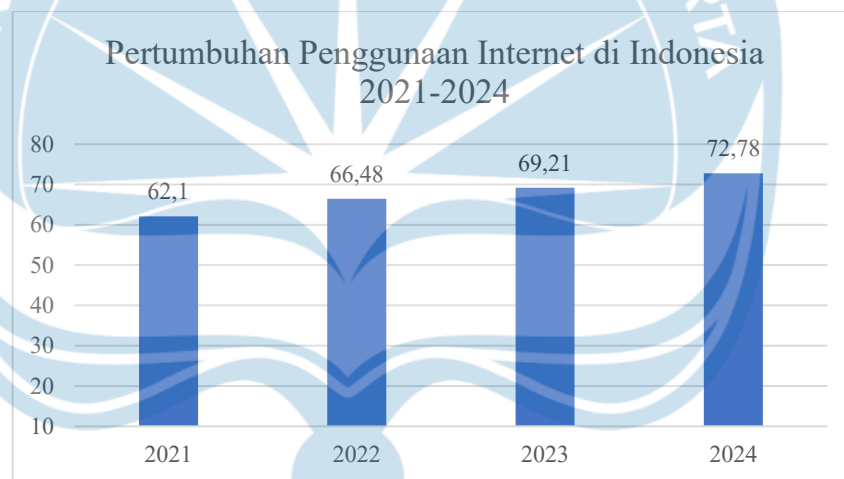
Dalam bab ini membahas latar belakang penelitian yang menjelaskan fenomena dan alasan pemilihan topik penelitian. Dalam bab ini juga menjelaskan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, serta sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi digital yang sangat cepat, membawa perubahan yang sangat besar terutama bagi industri perbankan di Indonesia, dimana mengubah cara masyarakat dalam bertransaksi, yang sebelumnya dilakukan dengan datang langsung ke kantor cabang fisik bank konvensional, menjadi layanan yang berbasis digital yang dapat digunakan kapan saja dan dimana saja menggunakan *handphone*. Perubahan ini mendorong perbankan-perbankan konvensional berlomba-lomba beralih ke perbankan digital (Sayekti, 2025). Dimana perubahan ini untuk memenuhi kebutuhan bagi nasabah, memberikan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi, yaitu dengan meningkatkan fasilitas layanan bagi nasabahnya seperti layanan pembayaran online, transfer dana, *mobile banking*, layanan *internet banking*, serta layanan dompet digital (*e-wallet*), sehingga nasabah dapat memanfaatkan layanan perbankan yang ada tanpa harus datang langsung ke kantor cabang fisik (Rosalika, 2024).

Perkembangan layanan perbankan digital dapat dilihat dari kenaikan jumlah transaksi digital di Indonesia sebanyak Rp 59.410,73 T pada tahun 2023 yang

tumbuh 116,6% dibandingkan tahun 2019. Lalu volume transaksi ritel melalui *mobile banking*, uang elektronik (UE) dan QRIS semakin meningkat di tahun 2024, dimana transaksi menggunakan *mobile banking* tumbuh sebanyak 39,1% *year on year*, transaksi melalui uang elektronik (UE) mencapai Rp 1.129,8 M transaksi dimana tumbuh sebanyak 34,9% *year on year*, dan transaksi melalui QRIS mencapai Rp 55,4 juta, dimana tumbuh sebanyak 191,8%. Sehingga hampir 90% bank konvensional di Indonesia sekarang sudah beralih ke layanan perbankan digital melalui *mobile banking* untuk memenuhi serta memfasilitasi kebutuhan transaksi keuangan masyarakat (Bank Indonesia, 2025).



Sumber: Badan Pusat Statistik.go.id (diakses 5 Maret 2026)

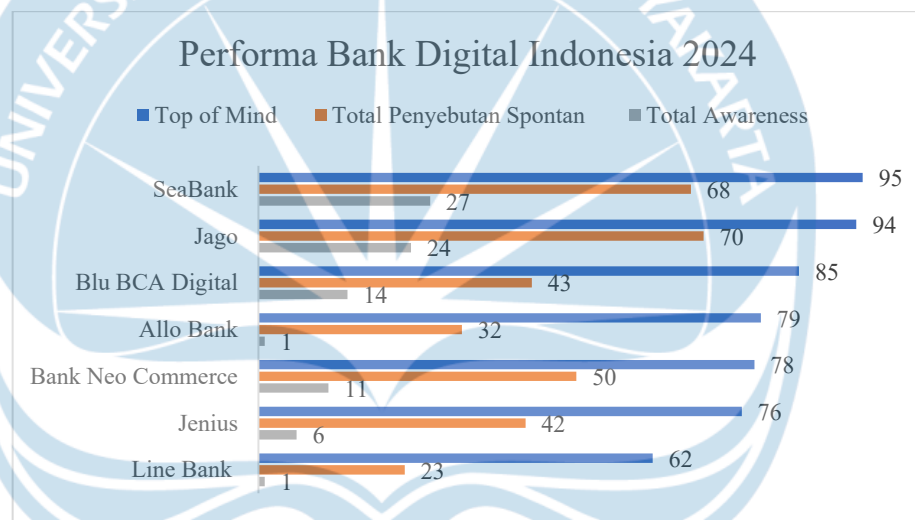
Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Penggunaan Internet di Indonesia 2021-2024

Meningkatnya penggunaan layanan perbankan digital juga didukung dengan pertumbuhan jumlah pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan gambar grafik 1.1 menurut Badan Pusat Statistik, pada tahun 2021 sebanyak 62,1% masyarakat berusia 5 tahun ke atas sudah mengakses internet dalam tiga bulan

terakhir, dan jumlah ini meningkat pada tahun 2024 menjadi 72,78% baik di wilayah perkotaan dan perdesaan. Selain itu, berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS, 2025) sebagian besar pengguna internet di Indonesia juga didominasi oleh generasi Z sebanyak 34,49% dan generasi milenial sebanyak 31,56%, dua generasi inilah yang memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap teknologi. Sehingga tingkat adaptasi ini mendorong transformasi digital khususnya di sektor perbankan digital. Generasi yang sudah terbiasa dengan teknologi digital biasanya akan lebih memilih menggunakan layanan perbankan digital yang menawarkan kemudahan, cepat dan praktis, seperti produk layanan *mobile banking*, layanan dompet digital, layanan pembayaran *online* dan layanan *internet banking*. Dibandingkan menggunakan layanan perbankan yang masih tradisional, dimana mengharuskan nasabah datang langsung ke kantor cabang fisik untuk melakukan transaksi, yang cukup menguras waktu dan tenaga, serta layanan bank tradisional juga hanya tersedia di jam operasional tertentu (Rosalika 2024; Ali et al. 2022).

Seiring dengan terus berkembangnya industri perbankan di Indonesia dan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan perbankan digital, perkembangan ini ditandai dengan munculnya Bank Digital yang merupakan institusi keuangan yang seluruh layanannya menggunakan platform digital melalui *handphone*, baik mulai dari pembukaan rekening, investasi, transfer serta pembayaran, semuanya melalui aplikasi karena bank digital pada dasarnya tidak memiliki layanan kantor cabang fisik dan tanpa layanan ATM (Purwanto, 2021). Bank Digital pertama di Indonesia pada tahun 2016 yaitu, dari Jenius oleh Bank BTPN yang sekarang menjadi PT. Bank SMBC Indonesia Tbk, lalu bermunculan

bank digital lainnya seperti Jago oleh PT. Bank Jago Tbk, blu oleh BCA Digital, SeaBank oleh PT. Bank Seabank Indonesia (Sea Group), Neobank oleh PT. Bank Neo Commerce Tbk, Allo Bank oleh PT. Allo Bank Indonesia Tbk, Line bank oleh PT. Bank KEB Hana Indonesia, Digibank oleh PT. Bank DBS Indonesia, Motion banking oleh PT. Bank MNC Internasional Tbk, Krom oleh PT. Krom Bank Indonesia Tbk, Superbank oleh PT. Super Bank Indonesia Tbk, dan lainnya (Amalia, 2025).



Sumber: Goodstats.id (2024)

Gambar 1. 2 Performa Bank Digital Indonesia 2024

Berdasarkan gambar 1.2, hasil survei yang diadakan Populix dengan 250 responden yang terlibat, menunjukkan bank digital yang terlintas di pikiran orang-orang (*top of mind*) yaitu SeaBank sebanyak 95%, penyebutan spontan terhadap SeaBank sebesar 68%, dan total *awareness* SeaBank yaitu 27%, dan disusul bank Jago, Blu BCA, Allo Bank, dan lainnya. Lalu dalam hasil survei, sebanyak 57% responden memilih SeaBank menjadi bank digital yang paling banyak digunakan

dalam 1 bulan terakhir, yaitu karena SeaBank mudah digunakan aplikasinya, menawarkan biaya admin dan transfer yang rendah serta gratis dan bentuk promosinya yang menarik. Lalu posisi kedua ada Jago dimana keunggulannya yaitu pada integrasinya yang mulus dengan antar aplikasi lain, dan blu by BCA ada di posisi ketiga dimana unggul karena layanan pelanggannya yang responsif dan fitur-fitur yang lengkap. Dari data tersebut alasan utama dalam memilih menggunakan bank digital yaitu untuk mengisi saldo *e-wallet*, mentransfer data, dan pembayaran di *e-commerce*. Hal ini didukung juga dengan hasil survei Ipsos dari Hafiiyyan (2025), mengenai tingkat kepercayaan masyarakat terhadap layanan bank digital, dimana SeaBank menjadi urutan pertama bank digital yang dipilih 47% responden karena proses berbagai transaksi sehari-harinya aman dan mudah digunakan, lalu urutan kedua ada Jago dipilih 30% responden, dan urutan ketiga yaitu Neo Bank dipilih 27% responden. Lalu hal yang mendorong masyarakat dalam memilih bank digital didorong dari bentuk kepuasan dalam bertransaksi sehari-hari pertama, seperti mudahnya dalam pembayaran menggunakan QRIS: dimana 48% responden puas dengan kemudahan dari SeaBank, lalu Superbank sebanyak 45% responden dan Neo Bank 42% responden. Kedua, gratis transfer ke antar bank: dimana 51% responden merasa puas dengan promo yang diberikan oleh SeaBank, lalu Superbank sebanyak 48% responden, dan Neo Bank 42% responden. Ketiga, kemudahan dalam *top up e-wallet*: dimana 53% responden puas dengan kemudahan SeaBank dalam *top up e-wallet*, lalu Jago sebanyak 46% responden, dan Superbank 44% responden. Keempat, keamanan dan kemudahan interkoneksi antar aplikasi

digital lainnya: dimana 53% responden SeaBank puas dengan keamanan yang ada, lalu Jago sebanyak 45% responden, dan Allo Bank sebanyak 41% responden.

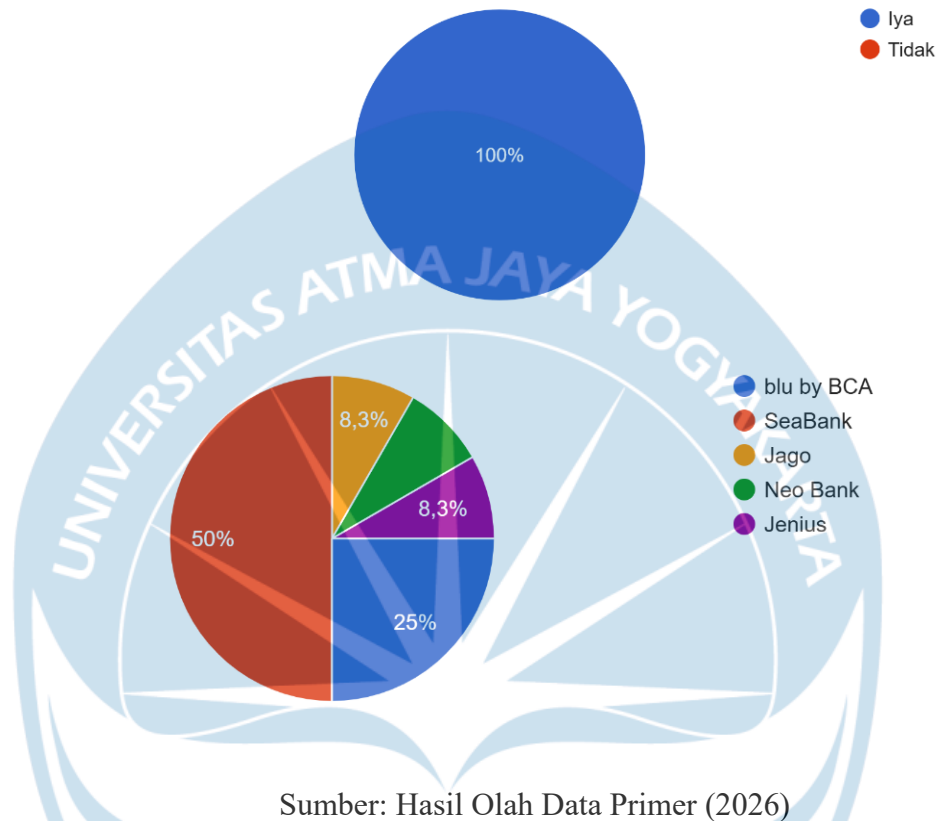
PT. Bank Seabank Indonesia (SeaBank) merupakan lembaga keuangan digital yang dimiliki oleh Sea Limited (Sea Group) yang merupakan perusahaan induk berasal dari Singapura, yang didirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li, yang bergerak di bidang hiburan, *e-commerce*, dan layanan keuangan digital. Anak perusahaannya sendiri ada Shopee yang bergerak di bidang *e-commerce*, Garena di bidang gim dan hiburan digital, dan SeaMoney (Monee) di bidang layanan keuangan digital.

PT Bank SeaBank Indonesia (SeaBank) yang sebelumnya bernama Bank Kesejahteraan Ekonomi diakuisisi oleh Sea Limited (Sea Group) pada tahun 2021, sehingga berganti nama menjadi PT Bank SeaBank Indonesia atau lebih dikenal dengan SeaBank, dimana beroperasi sebagai bank digital dan menyediakan semua layanan dalam bentuk aplikasi, seperti transfer antar bank, tabungan, deposito, setor dan tarik tunai, *top up* (*e-wallet*, pulsa, data), pembayaran tagihan, QRIS, serta pembayaran yang terintegrasi dengan Shopee. Sejak berdirinya PT. Bank SeaBank Indonesia, pertumbuhannya terus meningkat seiring berjalannya waktu, dimana pada semester 1/2025 tercatat jumlah aset PT. Bank SeaBank Indonesia sudah mencapai Rp 37.03 T dibandingkan asetnya pada semester 1/2024, yang dimana terdapat kenaikan sebesar 18,5% *year on year*, sehingga menjadikan SeaBank Indonesia menjadi bank digital terbesar di Indonesia berdasarkan jumlah aset (Rini, 2025).

Sebagai bank digital yang semua layanannya diakses melalui aplikasi SeaBank, kualitas sistem jadi faktor penting yang dapat mempengaruhi pengalaman pengguna dalam melakukan berbagai transaksi. Kualitas sistem aplikasi yang mudah digunakan, akses yang cepat, dan bisa bekerja dengan stabil, akan membuat pengguna merasa nyaman dalam melakukan aktivitas keuangan mereka sehari-hari lewat aplikasi digital. Lalu penggunaan bank digital melalui aplikasi ini juga dapat meningkatkan efisiensi serta efektivitas pengguna dalam melakukan dan menyelesaikan aktivitas keuangan sehari-harinya, sehingga peningkatan kinerja individu akan meningkat dalam memanfaatkan teknologi digital (Wiryan et al., 2022). Ketika suatu pengguna merasakan kemudahan, keamanan, dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dalam penggunaan aplikasi bank digital, maka hal tersebut akan meningkatkan kepuasan pengguna terhadap layanan yang diberikan, dan kepuasan yang tinggi ini dapat mendorong konsumen atau pengguna untuk membagikan pengalaman positif serta merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain (Chu & Zhan, 2024). Oleh karena itu bagaimana kualitas sistem dan kinerja individu dalam menggunakan aplikasi SeaBank dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan dampaknya bagi *word of mouth*.

Apakah Anda pernah menggunakan layanan Bank Digital?

12 jawaban



Gambar 1. 3 Pilot Test Bank Digital yang Diketahui

Berdasarkan hasil pilot test yang sudah dilakukan dengan 12 responden, dimana hasil seluruh responden 100% pernah menggunakan layanan bank digital, hal ini menunjukkan bahwa layanan bank digital sudah cukup dikenal dan digunakan oleh masyarakat, khususnya oleh generasi yang terbiasa dengan teknologi digital yaitu generasi Z dan milenial. Dari hasil juga dapat kita lihat bahwa beberapa layanan bank digital yang pernah digunakan oleh responden antara lain SeaBank, blu by BCA, Jenius, Neo Bank, dan Jago. Dan di antara layanan tersebut, SeaBank menjadi salah satu bank digital yang paling banyak digunakan oleh responden, dengan total 6 responden atau sebesar 50%, blu by BCA dengan 3

responden atau 25%, Jago dengan 1 responden atau 8,3%, Neo Bank dengan 1 responden atau 8,3% dan Jenius juga sama dengan 1 responden atau 8,3 %. Hasil pilot test ini menunjukkan bahwa responden cukup kenal dengan layanan bank digital, khususnya aplikasi SeaBank, sehingga objek penelitian terhadap aplikasi SeaBank akan relevan dan dapat memudahkan proses pengumpulan data pada penelitian nanti.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Thuy et al. (2024) dimana meneliti pengaruh kualitas sistem dan kinerja individu terhadap kepuasan konsumen serta bagaimana dampaknya dalam membentuk *word of mouth* pada pengguna *mobile banking* di Vietnam. Penelitian sebelumnya juga hanya fokus pada perilaku pengguna *mobile banking* secara umum tanpa meneliti atau membahas secara spesifik pada layanan bank digital tertentu, lalu konteks penelitian sebelumnya dilakukan di Vietnam yang dimana karakteristik perkembangan industri perbankan digitalnya berbeda dengan di Indonesia. Oleh karena itu penelitian ini mengembangkan penelitian sebelumnya dengan menguji lagi hubungan antar variabel tetapi pada objek yang lebih spesifik, bukan pengguna *mobile banking* dari bank tradisional yang merubah layanannya ke perbankan digital, melainkan pada pengguna bank digital PT. Bank SeaBank Indonesia (SeaBank) yang tidak memiliki kantor cabang fisik dan sebagai salah satu bank digital yang berkembang pesat di Indonesia-

Penelitian yang berkaitan dengan bank digital biasanya membahas mengenai *service quality*, *banking image*, *perceived ease of use*, *intention to use*, dan *reliability* (Hikmah et al. 2025; Al-Kamal et al. 2025; Nugroho et al. 2023)

yang menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) atau *SERVQUAL*. Penelitian yang secara spesifik menguji pengaruh hubungan antara kualitas sistem dan kinerja individu terhadap *word of mouth* melalui mediasi kepuasan konsumen dalam satu model yang sama bisa dibilang masih sangat terbatas. Dan penelitian yang hampir sama dengan topik ini yaitu penelitian Thuy et al. (2024) yang dimana meneliti pengaruh kualitas sistem dan kinerja individu terhadap *word of mouth* melalui mediasi kepuasan pada pengguna *mobile banking* di Vietnam. Tetapi dalam penelitiannya dilakukan pada pengguna *mobile banking* dari bank konvensional yang beralih atau beradaptasi ke *mobile banking*, bukan pada pengguna bank digital asli yang memang tidak memiliki kantor cabang fisik, dan juga penelitiannya dilakukan di Vietnam dimana dari segi karakteristik ekosistem perbankan digitalnya berbeda dengan Indonesia. Lalu hubungan mediasi kepuasan antara kinerja individu dan *word of mouth*, masih jarang diteliti hubungannya secara bersamaan, sehingga menjadi celah penelitian yang belum banyak diteliti oleh penelitian sebelumnya.

Oleh sebab itu, penelitian ini menguji kembali dan mengembangkan penelitian dari Thuy et al. (2024) pada objek yang lebih spesifik yaitu pengguna aplikasi SeaBank. Dalam penelitian ini juga nantinya akan menguji sejauh mana kualitas sistem dan manfaat yang dirasakan atau kinerja individu, dapat membentuk kepuasan konsumen, serta menguji apakah kepuasan tersebut memediasi pengaruh variabel kualitas sistem dan kinerja individu, dalam mendorong suatu konsumen agar sukarela mau berbagi pengalaman yang dirasakan serta merekomendasikan aplikasi kepada orang lain *word of mouth*. Dengan begitu, penelitian ini diharapkan

dapat memberikan kontribusi empiris bagi para bank digital di Indonesia, serta memperkuat pemahaman mengenai mediasi kepuasan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas sistem memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi SeaBank?
2. Apakah kinerja individu memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi SeaBank?
3. Apakah kualitas sistem memiliki pengaruh positif terhadap *word of mouth* pada pengguna aplikasi SeaBank?
4. Apakah kinerja individu memiliki pengaruh positif terhadap *word of mouth* pada pengguna aplikasi SeaBank?
5. Apakah kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap *word of mouth* pada pengguna aplikasi SeaBank?
6. Apakah kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas sistem terhadap *word of mouth* pada pengguna aplikasi SeaBank?
7. Apakah kepuasan konsumen memediasi pengaruh kinerja individu terhadap *word of mouth* pada pengguna aplikasi SeaBank?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi SeaBank.
2. Untuk mengetahui pengaruh kinerja individu terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi SeaBank.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas sistem terhadap *word of mouth* pada pengguna aplikasi SeaBank.
4. Untuk mengetahui pengaruh kinerja individu terhadap *word of mouth* pada pengguna aplikasi SeaBank.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap *word of mouth* pada pengguna aplikasi SeaBank.
6. Untuk menguji peran kepuasan konsumen sebagai mediasi antara kualitas sistem dan *word of mouth* pada pengguna aplikasi SeaBank.
7. Untuk menguji peran kepuasan konsumen sebagai mediasi antara kinerja individu dan *word of mouth* pada pengguna aplikasi SeaBank.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas penerapan model *Hierarchy of Effects Model* (HEM) dan *Signaling Theory* dalam konteks bank digital di Indonesia khususnya pada layanan aplikasi SeaBank. Dengan kualitas sistem dan kinerja individu sebagai bentuk sinyal yang diterima pengguna pada tahap kognitif, sehingga menambah pemahaman tentang

bagaimana kedua faktor tersebut mempengaruhi kepuasan pengguna sebagai tahap afektif, serta berdampak pada *word of mouth* sebagai tahap konatif. Penelitian ini juga, memberikan kontribusi teoritis dengan menguji kembali peran mediasi kepuasan pengguna dalam hubungan antara kualitas sistem dan kinerja individu terhadap *word of mouth* dalam konteks bank digital Indonesia, yang secara karakteristik berbeda dengan layanan *mobile banking* dari bank konvensional yang menjadi objek pada penelitian sebelumnya. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat memperluas generalisasi model *Hierarchy of Effects Model* (HEM) dan *Signaling Theory* pada negara dan objek yang berbeda atau lebih beragam, serta menambah literatur mengenai perilaku pengguna pada layanan keuangan di era transformasi digital.

B. Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi manajemen SeaBank untuk meningkatkan kualitas layanan aplikasi bank digital, dan menjadi acuan dalam mengembangkan kualitas sistem yang lebih stabil, aman, mudah digunakan, serta pembaharuan fitur-fitur yang dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan kinerja individu dalam melakukan aktivitas transaksi keuangan secara cepat dan efisien. Sehingga dari aspek tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengguna, sehingga akan mendorong terbentuknya *word of mouth* yang positif dalam merekomendasikan aplikasi SeaBank kepada orang lain. Dengan demikian

SeaBank dapat memperkuat kepercayaan pengguna dan meningkatkan daya saing di industri perbankan digital Indonesia.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas latar belakang penelitian yang menjelaskan fenomena dan alasan pemilihan topik penelitian. Dalam bab ini juga menjelaskan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, serta sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini berisi landasan teori yang dimana sebagai dasar dalam penelitian, pemaparan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini, lalu pengembangan hipotesis berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, serta kerangka penelitian yang menggambarkan hubungan antar variabel yang akan diteliti.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, baik itu dari jenis penelitian, objek, subjek, dan lokasi penelitian. Lalu menjelaskan populasi dan sampel, metode sampling, definisi operasional, bagaimana skala pengukurannya, pengumpulan data, dan *face validity*, serta metode analisis data.

BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil pengolahan data yang telah didapat dari responden, mulai dari filter responden, demografi responden, statistik deskriptif, hasil analisis data, serta pembahasan mengenai hasil analisis yang telah dilakukan.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup dari hasil penelitian, dan kesimpulan yang didapat dari hasil analisis penelitian yang sudah dilakukan dan keterbatasan penelitian. Selain itu, bab ini juga memberikan saran serta rekomendasi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.