

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

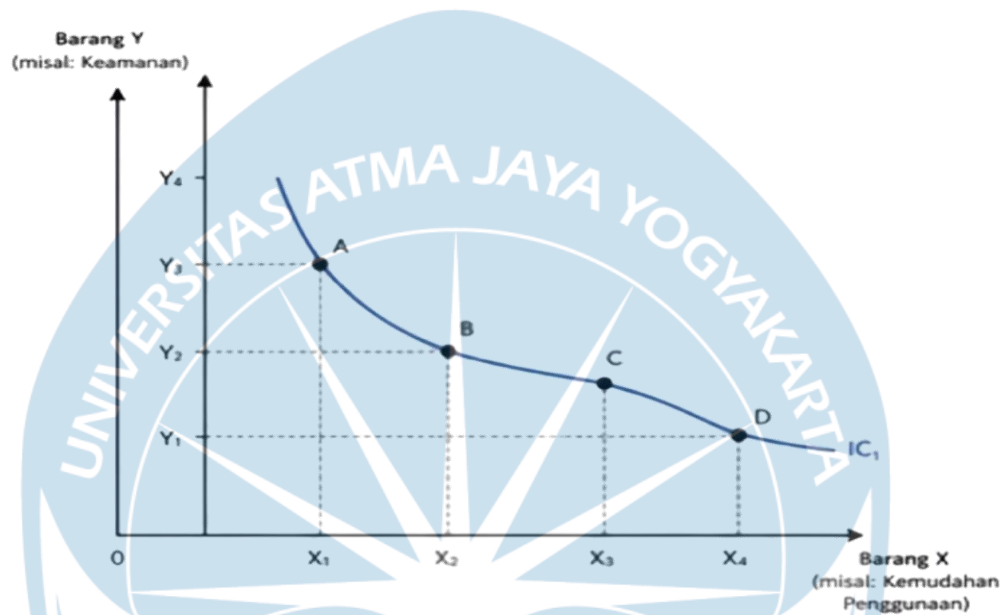
2.1.1 Teori Preferensi Konsumen

Teori preferensi konsumen merupakan salah satu teori dasar dalam ekonomi mikro yang menjelaskan bagaimana individu menentukan pilihan terhadap barang atau jasa untuk memperoleh tingkat kepuasan (*utility*) yang maksimal. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa sebagai konsumen layanan keuangan digital akan memilih bank digital yang dianggap paling mampu memberikan manfaat, kenyamanan, keamanan, dan kepuasan sesuai dengan preferensi masing-masing.

Menurut Mankiw (1997) dalam buku *Principles of Economics*, preferensi konsumen menggambarkan kecenderungan individu dalam memilih suatu produk dibandingkan produk lainnya berdasarkan tingkat utilitas atau kepuasan yang diperoleh. Konsumen diasumsikan bersikap rasional, yaitu berusaha memaksimalkan kepuasan dengan mempertimbangkan berbagai alternatif yang tersedia.

Sementara itu, menurut Varian (1990) dalam buku *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach*, teori preferensi konsumen menjelaskan bahwa setiap individu memiliki urutan preferensi terhadap berbagai pilihan konsumsi. Preferensi tersebut dipengaruhi oleh kebutuhan, manfaat yang dirasakan, tingkat kenyamanan, kualitas layanan, serta persepsi terhadap suatu produk atau

jasa. Secara teoritis, preferensi konsumen dapat digambarkan melalui kurva indiferensi (*indifference curve*), yaitu kurva yang menunjukkan kombinasi dua barang atau jasa yang memberikan tingkat kepuasan yang sama bagi konsumen.



Sumber : Diolah kembali oleh peneliti (2026) berdasarkan Mankiw (1997)

Gambar 2. 1 Kurva Indeferensi

Pada kurva indiferensi, konsumen diasumsikan memiliki beberapa kombinasi pilihan yang memberikan tingkat kepuasan yang sama. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa dapat memiliki beberapa alternatif bank digital yang dianggap memberikan manfaat serupa, namun pada akhirnya akan memilih alternatif yang paling sesuai dengan preferensinya berdasarkan pertimbangan tertentu. Secara matematis, preferensi konsumen dapat dijelaskan melalui fungsi utilitas sebagai berikut:

$$U = f(X_1, X_2)$$

Keterangan:

U = tingkat utilitas atau kepuasan konsumen

X_1 = konsumsi barang/jasa pertama

X_2 = konsumsi barang/jasa kedua

Dalam penelitian ini, fungsi utilitas dapat diinterpretasikan sebagai tingkat kepuasan mahasiswa terhadap penggunaan bank digital berdasarkan kombinasi berbagai atribut layanan yang tersedia.

2.1.2 Teori Pengambilan Keputusan

Teori pengambilan keputusan menjelaskan bagaimana seseorang menentukan pilihan di antara berbagai alternatif yang tersedia dalam suatu situasi tertentu. Menurut Simon (1977) dalam bukunya *The New Science of Management Decision*, proses pengambilan keputusan tidak sepenuhnya dilakukan secara rasional, karena individu memiliki keterbatasan dalam memperoleh informasi, keterbatasan waktu, serta kemampuan dalam mengolah informasi tersebut. Kondisi ini dikenal dengan istilah *bounded rationality*, yaitu keadaan di mana seseorang tidak selalu mampu memilih alternatif yang paling optimal, melainkan cenderung memilih alternatif yang dianggap sudah cukup memuaskan (*satisficing*).

Simon (1977) juga menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan terdiri dari tiga tahapan utama. Tahap pertama adalah *intelligence*, yaitu proses mengenali dan memahami masalah atau kebutuhan yang dihadapi. Tahap kedua adalah *design*, yaitu tahap ketika individu mulai menyusun dan mempertimbangkan berbagai alternatif solusi yang tersedia. Tahap terakhir adalah

choice, yaitu proses pemilihan alternatif yang dianggap paling sesuai berdasarkan pertimbangan yang dimiliki.

2.1.3 Bank Digital

Bank digital merupakan salah satu bentuk transformasi dalam industri perbankan yang muncul seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Menurut Rinwanti (2023) dalam buku Mengenal Bank Digital, digitalisasi telah mendorong perubahan signifikan dalam sektor perbankan, terutama dalam cara bank menjalankan operasional serta berinteraksi dengan nasabah. Perbankan tidak lagi sepenuhnya bergantung pada layanan fisik di kantor cabang, melainkan telah beralih pada pemanfaatan *platform* digital seperti aplikasi seluler dan layanan online untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan pengguna.

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 12/POJK.03/2021, bank digital didefinisikan sebagai bank berbadan hukum Indonesia yang menjalankan kegiatan usaha perbankan terutama melalui saluran digital, baik tanpa kantor fisik selain kantor pusat maupun dengan kantor fisik yang sangat terbatas. Definisi ini menegaskan bahwa esensi utama bank digital terletak pada penggunaan teknologi sebagai media utama dalam operasional dan pelayanan kepada nasabah, sehingga berbeda secara mendasar dengan bank konvensional yang masih mengandalkan interaksi fisik di kantor cabang. Kemunculan bank digital tidak dapat dilepaskan dari proses digitalisasi yang telah mengubah perilaku masyarakat dalam mengakses layanan keuangan.

Perkembangan internet dan perangkat seluler memungkinkan nasabah

untuk melakukan berbagai transaksi secara mandiri tanpa harus datang ke bank. Sebagaimana dijelaskan oleh Rinwanti (2023), digitalisasi membuat layanan perbankan menjadi lebih praktis, cepat, dan fleksibel, di mana nasabah dapat melakukan transaksi seperti transfer dana, pembayaran tagihan, hingga pengecekan saldo kapan saja dan di mana saja melalui aplikasi *mobile banking*

2.1.4 Analytical Hierarchy Process (AHP)

Analytical Hierarchy Process (AHP) merupakan suatu metode pengambilan keputusan yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang bersifat kompleks dan melibatkan banyak kriteria. Metode ini digunakan sebagai model pendukung keputusan dengan cara menguraikan permasalahan yang memiliki banyak faktor atau kriteria ke dalam suatu struktur hierarki yang lebih sederhana dan sistematis.

Menurut Saaty (1980) dalam bukunya yang berjudul *The Analytic Hierarchy Process*, Saaty menjelaskan bahwa AHP merupakan suatu kerangka kerja yang digunakan untuk menguraikan masalah yang rumit menjadi struktur yang lebih sederhana dalam bentuk hierarki. Struktur tersebut dimulai dari tujuan utama pada level paling atas, kemudian diikuti oleh kriteria, subkriteria, hingga alternatif pada level paling bawah. Pendekatan hierarki ini bertujuan agar permasalahan yang awalnya kompleks dapat dipahami secara lebih terstruktur sehingga memudahkan proses analisis dan pengambilan keputusan.

Secara konseptual, AHP bekerja dengan menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dalam proses pengambilan keputusan. Penilaian yang bersifat subjektif dari pengambil keputusan atau responden diubah menjadi nilai

numerik melalui proses perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*). Dalam proses ini, setiap elemen dibandingkan satu sama lain berdasarkan tingkat kepentingannya terhadap tujuan yang ingin dicapai. Hasil dari perbandingan tersebut kemudian disusun dalam bentuk matriks yang digunakan untuk menghitung bobot atau prioritas masing-masing elemen, sehingga dapat diketahui faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan.

2.1.5 Kerangka Keputusan dalam Penggunaan Bank Digital

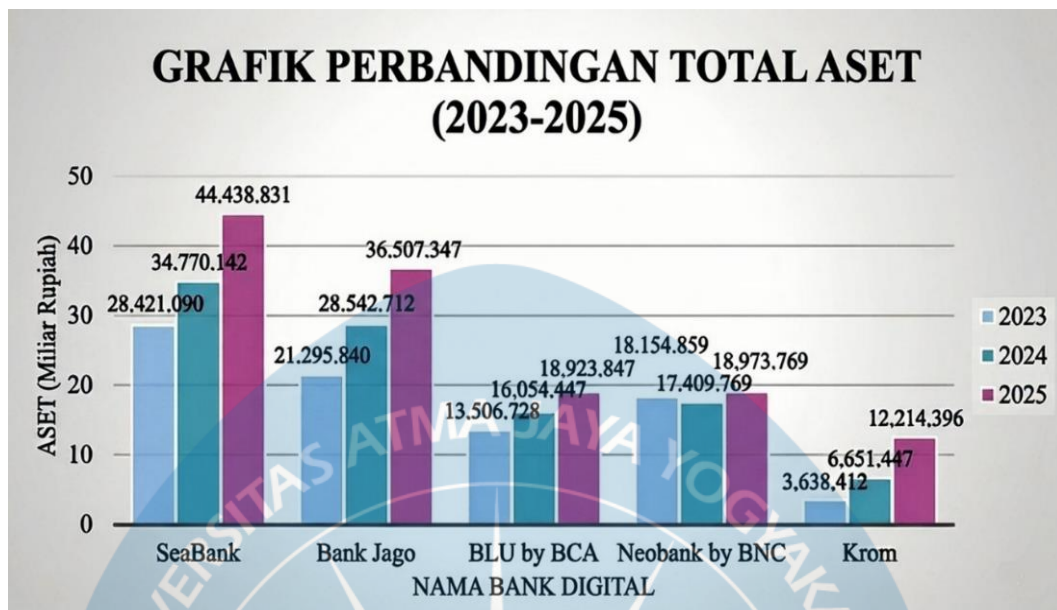
Penelitian ini menggunakan pendekatan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk mengkaji proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan bank digital. Dalam kerangka tersebut, tujuan utama (*goals*) yang ditetapkan adalah untuk mengetahui bank digital yang dipilih mahasiswa berdasarkan kriteria-kriteria yang dianggap paling penting dalam proses pengambilan keputusan penggunaan layanan bank digital.

Penentuan kriteria dalam penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Faizzudin dan Kamil (2025) yang berjudul *Factors Influencing the Adoption of Digital Banking Among University Students in Urban Areas : A Comparative Analysis Using Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Berdasarkan penelitian tersebut, terdapat empat kriteria yang dipilih yaitu kemudahan penggunaan, keamanan, kepercayaan, dan kegunaan. Selanjutnya, peneliti menambahkan satu kriteria tambahan, yaitu pengaruh sosial (*peer group*) Sehingga ditetapkanlah kelima kriteria tersebut yang dinilai relevan dalam menjelaskan keputusan mahasiswa dalam menggunakan bank digital.

Kemudahan penggunaan berkaitan dengan sejauh mana aplikasi dapat dioperasikan secara sederhana oleh pengguna. Keamanan mencerminkan perlindungan terhadap data dan transaksi pengguna. Kepercayaan berkaitan dengan keyakinan pengguna terhadap kredibilitas dan reputasi layanan bank digital. Sementara itu, kegunaan menunjukkan manfaat nyata yang dirasakan pengguna dalam mendukung aktivitas keuangan sehari-hari.

Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan kriteria pengaruh sosial (*peer group*), yang mengacu pada sejauh mana lingkungan pertemanan atau kelompok sosial memengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan bank digital. Dalam lingkup mahasiswa, rekomendasi dari teman, tren penggunaan di lingkungan kampus, serta pengalaman pengguna lain sering kali menjadi faktor pendorong dalam menentukan pilihan layanan keuangan digital. Secara keseluruhan, kriteria-kriteria ini dinilai mampu menggambarkan pertimbangan utama mahasiswa dalam memilih layanan bank digital.

Adapun alternatif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi SeaBank, Bank Jago, dan blu by BCA Digital. Ketiga alternatif tersebut dipilih karena merupakan bank digital yang cukup dikenal dan banyak digunakan di Indonesia, khususnya oleh kalangan generasi muda dan mahasiswa. Selain itu, masing-masing alternatif memiliki karakteristik layanan yang berbeda, sehingga memungkinkan adanya variasi preferensi dalam pengambilan keputusan.



Sumber : Diolah Dari Berbagai Sumber (2026)

Gambar 2. 2 Grafik Perbandingan Total Aset

Berdasarkan grafik perbandingan total aset bank digital tahun 2023–2025, dapat dilihat bahwa SeaBank menjadi bank digital dengan total aset terbesar dibandingkan alternatif lainnya. Pada tahun 2023, total aset SeaBank tercatat sebesar 28,4 triliun rupiah dan terus mengalami peningkatan menjadi 34,7 triliun rupiah pada tahun 2024, hingga mencapai 44,4 triliun rupiah pada tahun 2025. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa SeaBank memiliki pertumbuhan yang cukup signifikan serta kemampuan ekspansi yang kuat di industri perbankan digital Indonesia.

Selanjutnya, Bank Jago juga menunjukkan perkembangan aset yang konsisten selama periode penelitian. Total aset Bank Jago meningkat dari 21,3 triliun rupiah pada tahun 2023 menjadi 28,5 triliun rupiah pada tahun 2024 dan mencapai 36,5 triliun rupiah pada tahun 2025. Pertumbuhan tersebut mencerminkan bahwa Bank Jago mampu mempertahankan posisinya sebagai

salah satu bank digital dengan tingkat perkembangan yang cukup pesat dan memiliki daya tarik tersendiri bagi pengguna layanan digital, khususnya generasi muda.

Sementara itu, blu by BCA Digital juga mengalami peningkatan total aset dari tahun ke tahun. Pada tahun 2023, total aset blu by BCA Digital sebesar 13,5 triliun rupiah, kemudian meningkat menjadi 16,1 triliun rupiah pada tahun 2024 dan mencapai 18,9 triliun rupiah pada tahun 2025. Walaupun nilai asetnya masih berada di bawah SeaBank dan Bank Jago, pertumbuhan tersebut menunjukkan bahwa Blu by BCA Digital tetap memiliki perkembangan yang positif dan mampu bersaing di tengah pertumbuhan industri bank digital yang semakin kompetitif.

Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa ketiga alternatif yang digunakan dalam penelitian memiliki perkembangan kinerja yang baik, khususnya dilihat dari peningkatan total aset selama tiga tahun terakhir. Kondisi ini memperlihatkan bahwa SeaBank, Bank Jago, dan Blu by BCA Digital merupakan bank digital yang memiliki stabilitas dan pertumbuhan yang cukup kuat di Indonesia. Oleh karena itu, ketiga alternatif tersebut dinilai relevan dan representatif untuk digunakan dalam penelitian mengenai preferensi mahasiswa dalam memilih layanan bank digital.

2.2 Kajian Literatur

Tabel 2. 1 Matriks Studi Terkait

PENULIS	JUDUL	METODE	HASIL
Dwivedi et al. (2015)	<i>Factors Affecting Adoption of Online Banking: A Meta-Analytic Structural Equation Modeling Study</i>	<i>Meta analysis dan Structural Equation Modeling (SEM)</i>	Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan <i>online banking</i> melalui meta-analisis berbagai penelitian empiris dengan lebih dari 25.000 responden. Menggunakan metode <i>Meta-Analytic Structural Equation Modeling (MASEM)</i>, hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan menggunakan layanan perbankan digital dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kepercayaan, risiko, pengaruh sosial, kesesuaian kebutuhan, dan sikap pengguna

			terhadap teknologi. Selain itu, pengaruh faktor-faktor tersebut dapat berbeda sebelum dan setelah seseorang menggunakan layanan secara berkelanjutan.
Amalia (2023)	<i>Factors Analysis that Influence Decisions on the Use of Digital Banks Among POLBAN Students</i>	Analisis faktor	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih bank digital. Pertama, faktor citra dan keamanan memiliki pengaruh yang signifikan. Kedua, faktor kemudahan juga berpengaruh positif dan signifikan. Dan yang terakhir, faktor sosial memiliki

			oengaruh yang positif namun tidak signifikan.
Pramana dan Suryani (2023)	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Digital Banking di Indonesia Menggunakan Model UTAUT 2	Kuantitatif dengan model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>	Penelitian menunjukkan bahwa keputusan penggunaan bank digital dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu ekspektasi kinerja (manfaat layanan yang diperoleh), kemudahan penggunaan, kebiasaan pengguna, pengaruh sosial, dan nilai manfaat yang dirasakan. Hasilnya menunjukkan bahwa semakin mudah digunakan, semakin besar manfaat yang dirasakan, serta semakin kuat pengaruh lingkungan dan kebiasaan pengguna, maka semakin tinggi kecenderungan seseorang untuk mengadopsi dan menggunakan layanan bank digital.

Faizuddin dan Kamil (2025)	<i>Factor Influencing the Adoption of Digital Banking among University Students in Urban Areas: A Comparative Analysis Using Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	Kuantitatif dengan pendekatan <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan dalam adopsi bank digital adalah <i>usefulness</i> (kegunaan/manfaat), diikuti oleh <i>security</i> (keamanan) dan <i>trust</i> (kepercayaan). Sementara itu, faktor seperti <i>online responsiveness</i> dan <i>ease of use</i> memiliki pengaruh yang lebih rendah. Selain itu, terdapat perbedaan preferensi berdasarkan gender dan tingkat pendidikan, di mana laki-laki cenderung lebih memprioritaskan keamanan, sedangkan perempuan lebih menekankan pada manfaat.
Nugroho et al. (2025)	<i>Digital Bank Adoption in Indonesia: The role of Price Value, Perceived Risk, and</i>	Kuantitatif dengan analisis <i>Partial</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>price value</i> (nilai harga) berpengaruh positif

	<i>Intention to Use</i>	<i>Least Squares Structural Equation Modeling</i>	signifikan terhadap niat menggunakan bank digital, sedangkan <i>perceived risk</i> (persepsi risiko) berpengaruh negatif terhadap niat penggunaan. Selain itu, <i>intention to use</i> terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap adopsi bank digital. Artinya, semakin tinggi persepsi manfaat dan semakin rendah risiko yang dirasakan, maka semakin besar kemungkinan masyarakat mengadopsi bank digital.
--	-------------------------	---	--

Sumber : Peneliti (2026)