

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu agen pembangunan terpenting dalam kehidupan berbangsa dan bernegara adalah perbankan. Hal ini disebabkan oleh peran bank sebagai lembaga intermediasi keuangan. Lembaga-lembaga ini menerima simpanan dari masyarakat dan mengembalikan simpanan tersebut kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan (Aryanti et al., 2022). Tugas utama bank, sebagai lembaga intermediasi keuangan, adalah menjamin kelancaran arus modal dalam perekonomian. Berbagai lapisan masyarakat dapat menyimpan uang di bank dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, atau jenis simpanan lainnya. Melalui pinjaman atau pendanaan proyek, dana yang terkumpul ini kemudian disalurkan kepada masyarakat, organisasi, dan pemerintah yang membutuhkannya (Nilamsari, 2025). Seiring perkembangan zaman, peran perbankan juga dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi agar tetap mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin dinamis.

Kemajuan di era digital telah merevolusi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk cara bekerja, berinteraksi, dan mengelola keuangan. Layanan keuangan berbasis digital menjadi pilihan utama karena dianggap lebih praktis, efisien, dan cepat. Perkembangan ini mendorong bank-bank konvensional melakukan transformasi menuju digital banking. SeaBank hadir sebagai bank digital yang memberikan kemudahan akses sekaligus terintegrasi

dengan layanan *e-commerce* (Puspadewi et al., 2025). Solusi inovatif yang menyediakan beragam kemudahan layanan perbankan disediakan oleh bank digital SeaBank. Keberadaan perbankan digital telah memberikan dampak besar terhadap perilaku keuangan mahasiswa, selain cara mereka bertransaksi. SeaBank telah mempelopori penyediaan layanan perbankan yang lebih efektif dan mudah diakses oleh masyarakat umum, tak terkecuali mahasiswa. Dalam memilih bank untuk menyimpan tabungan, mahasiswa yang memiliki pemahaman tentang sistem keuangan sangat mengutamakan layanan dan kemudahan bertransaksi (Wiyono et al., 2024)

Bank digital memberikan banyak manfaat bagi pengguna, termasuk kemudahan akses transaksi kapan pun dan di mana pun, transparansi proses transaksi, biaya yang lebih terjangkau, serta membantu bank membangun ekosistem yang terhubung dengan layanan *e-commerce* untuk menciptakan super app bagi pengguna (Rosa Indah et al., 2023).

Aplikasi perbankan digital bernama SeaBank diciptakan melalui kerja sama dengan Shopee. Intinya, pengguna dapat melakukan transaksi keuangan digital, termasuk tabungan dan transfer uang antarbank, layaknya aplikasi perbankan digital lainnya. Sebagai pemain baru di pasar aplikasi perbankan digital, SeaBank telah menarik minat publik. Dengan tampilan yang mirip dengan aplikasi belanja online, mereka juga menyertakan fitur-fitur yang memudahkan transaksi di Shopee. SeaBank sebenarnya bukanlah bank baru. Didirikan pada tahun 1991 di Jakarta, SeaBank sebelumnya dikenal sebagai Bank Kesejahteraan Ekonomi (BKE). Perusahaan induk marketplace Shopee,

PT Bank SeaBank Indonesia, secara resmi mengubah nama Bank BKE menjadi SeaBank pada 10 Februari 2021. Produk pertama SeaBank, rekening tabungan, memberi kesempatan untuk menabung dalam satu rekening dengan suku bunga tinggi dan memudahkan pengelolaan aktivitas keuangan sehari-hari (Lestari et al., 2023). Seiring berjalannya waktu, SeaBank tidak hanya memperkenalkan produk tabungan, tetapi juga terus mengembangkan strategi untuk memperluas jangkauan layanannya dan memperkuat posisinya di industri perbankan digital.

PT Bank Seabank Indonesia (SeaBank) menargetkan ekspansi yang luar biasa di tahun 2024, mengukuhkan posisinya sebagai penyedia layanan digital terkemuka. SeaBank berkomitmen untuk menciptakan gaya hidup digital, menawarkan kemudahan, dan memperluas kapabilitasnya melalui inovasi digital. Membangun basis klien yang solid di Indonesia, menciptakan produk baru untuk meningkatkan pengalaman nasabah, serta meningkatkan keamanan dan perlindungan konsumen merupakan tiga prioritas utama SeaBank dalam menanggapi ketidakpastian ekonomi yang memengaruhi semua industri, termasuk perbankan. Melalui pengembangan inovasi, peningkatan ketahanan, dan penciptaan nilai jangka panjang bagi para pemangku kepentingan, program-program ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan berkelanjutan (Seabank, 2024)

Bisnis induk Shopee dan SeaBank adalah Sea LTD (Shopee, 2025). SeaBank dan Shopee telah berintegrasi untuk memberikan sejumlah keuntungan kepada klien di platform Shopee, termasuk kemudahan pendaftaran rekening bank digital dan pembayaran e-commerce (Purwitasari, 2025).

Meskipun SeaBank dan Shopee berada dalam satu ekosistem bisnis yang sama di bawah naungan Sea LTD, keduanya merupakan entitas yang berbeda secara fungsi dan regulasi. SeaBank beroperasi sebagai bank digital resmi yang berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), sedangkan Shopee berperan sebagai platform *e-commerce*, dan ShopeePay adalah dompet digital (e-wallet) yang digunakan untuk transaksi pembayaran di dalam platform tersebut. Integrasi antara SeaBank dan Shopee bersifat kolaboratif, bukan penggabungan sistem rekening seperti hubungan Shopee dengan ShopeePay. Artinya, akun SeaBank tidak secara otomatis terhubung atau menjadi bagian dari akun Shopee, melainkan hanya terintegrasi melalui fitur tertentu seperti “SeaBank x ShopeePay Account Linkage” yang memungkinkan pengguna memindahkan dana antar platform dengan lebih mudah. Oleh karena itu, penelitian terhadap SeaBank berfokus pada layanan perbankan digital (digital banking) yang menyediakan produk keuangan seperti tabungan, transfer antarbank, dan bunga simpanan bukan pada layanan pembayaran elektronik seperti ShopeePay.



Gambar 1. 1 Siapa Digital Banking Paling Bertumbuh 2021-2025?

Sumber: KabarBursa.com (2025)

Berdasarkan data KabarBursa hingga Mei 2025, SeaBank menonjol sebagai bank digital dengan pertumbuhan paling pesat di Indonesia selama periode 2021-2025. Pertumbuhan ini terlihat dari peningkatan jumlah pengguna aktif yang diperkirakan mencapai 25 juta pengguna, jauh lebih tinggi dibandingkan pesaingnya seperti Jago (10 juta), Bank Neo Commerce (8 juta), blu by BCA Digital (6 juta), dan Krom (4 juta). Selain itu, SeaBank juga mencatat estimasi volume transaksi digital sebesar 1.200 triliun rupiah dan pendapatan sebesar 1.800 miliar rupiah, menempatkannya di posisi teratas dalam industri bank digital.

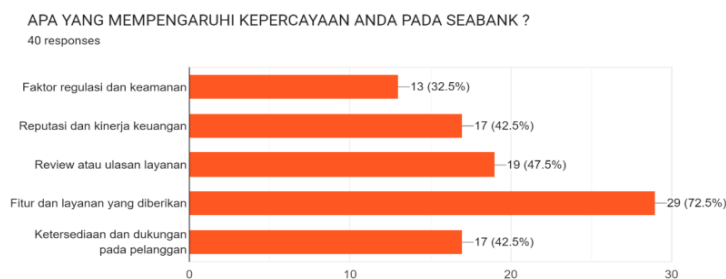
Berkat ekspansi nasabahnya yang telah mempercepat penghimpunan dana pihak ketiga dan penyaluran kredit, kinerja SeaBank pun membaik. Per Mei 2023, SeaBank melaporkan dana pihak ketiga (DPK) sebesar Rp 24,51 triliun, naik 61,5% dari Rp 15,18 triliun pada Mei 2022. Dana pihak ketiga bank

afiliasi Shopee ini terdiri dari Rp 7,75 triliun dalam bentuk giro, Rp 8,27 triliun dalam bentuk tabungan, dan Rp 8,48 triliun dalam bentuk deposito, menurut laporan bulanan SeaBank (Dina Mirayanti Hutaauruk, 2023).

Namun, tingginya angka pertumbuhan tersebut tidak serta-merta menjamin adopsi pengguna yang merata, sehingga masih diperlukan upaya untuk memahami hambatan yang menghalangi masyarakat dalam memanfaatkan layanan perbankan digital. Meskipun pertumbuhan bank digital sangat pesat, adopsi yang lebih luas masih menghadapi sejumlah tantangan. Kekhawatiran tentang keamanan, privasi, dan kualitas layanan masih menjadi hambatan utama meskipun infrastruktur teknologi sudah memadai. Menurut studi Kontan.id (2024), hanya sekitar 20% hingga 25% bank digital di Indonesia yang memiliki nasabah aktif, menunjukkan bahwa mempertahankan pengguna tetap aktif merupakan tantangan besar. Studi CPAS tahun 2022 juga menyoroti ketidakstabilan jaringan, potensi penipuan transaksi, dan risiko peretasan sebagai kekhawatiran utama masyarakat terhadap layanan perbankan digital. Bahkan, berdasarkan Studi Sikap Pembayaran Konsumen Visa, 51% konsumen masih lebih memilih bank tradisional, sehingga penetrasi perbankan digital di Indonesia dapat dikatakan masih relatif rendah (Pandawa, 2024). Kondisi ini memperkuat urgensi penelitian untuk mengidentifikasi faktor yang dapat mendorong minat menabung masyarakat pada platform perbankan digital.

Menurut (Maharani 2021) Membangun kepercayaan dan meningkatkan kualitas perusahaan di mata pelanggan merupakan tujuan dari proyek layanan ini. Memprioritaskan kualitas layanan digital merupakan taktik krusial bagi

bisnis yang ingin tetap kompetitif di dunia perbankan digital. Kemampuan bank untuk memenuhi tuntutan dan harapan nasabah menentukan kualitas layanannya. Nasabah cenderung ingin terus menggunakan layanan berlangganan perusahaan, terutama SeaBank, ketika mereka menerima layanan berkualitas tinggi (Nilamsari, 2025)



Gambar 1. 2 Apa yang Mempengaruhi Kepercayaan Anda pada SeaBank?

Sumber: Katadata.co.id. (2022)

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa kualitas layanan digital berperan penting dalam mendorong pengguna untuk memilih SeaBank. Semakin baik keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang diberikan, semakin besar ketertarikan mahasiswa untuk menggunakan aplikasi ini.

Selain kualitas layanan digital, tingkat literasi keuangan juga menjadi aspek penting yang memengaruhi keputusan pengguna dalam memanfaatkan layanan perbankan digital. Tingkat literasi digital dan keuangan memengaruhi pilihan pengguna untuk menggunakan bank digital, selain kegunaan aplikasinya. Menurut (Sari 2021) sebuah aplikasi harus

mudah digunakan dan mampu membangun hubungan yang kuat dengan pengguna untuk menjamin layanan perbankan seluler yang efisien. Memahami bagaimana fitur teknologi keuangan dan literasi keuangan memengaruhi pilihan sangatlah penting dalam situasi ini (Puspadewi et al., 2025). Pengetahuan, keterampilan, kepercayaan diri, dan bakat pengguna teknologi secara kolektif disebut sebagai literasi keuangan. Memahami prinsip-prinsip ekonomi fundamental, mengelola keuangan, dan membuat keputusan yang meningkatkan kualitas hidup merupakan komponen literasi keuangan (Arrahman, 2024). Kemampuan untuk memahami dan menggunakan berbagai konsep dan keterampilan keuangan secara efektif dikenal sebagai literasi keuangan. Selain membantu orang mencapai tujuan keuangan jangka panjang dan stabilitas keuangan, literasi keuangan memberdayakan mereka untuk membuat keputusan keuangan yang bijaksana dan bertanggung jawab. Karena mereka memahami dasar-dasar keuangan, perencanaan keuangan, kesadaran keuangan, risiko dan keamanan, serta manajemen keuangan, nasabah bank digital dengan literasi keuangan yang tinggi akan lebih tertarik menggunakan lembaga-lembaga ini.

Kemudahan penggunaan yang dirasakan merupakan ukuran persepsi pengguna atau penerima teknologi tentang seberapa mudah memahami, menggunakan, dan berinteraksi dengan sistem pembayaran (Arrahman, 2024). Ini bisa tercapai apabila sistem yang diberikan menawarkan kemudahan kepada pengguna mulai dari panduan penggunaan yang mudah

ditemukan di internet, dan fitur-fitur yang mudah dipahami. Persepsi seseorang tentang nilai atau keuntungan suatu teknologi, layanan, atau produk dikenal sebagai kegunaan yang dirasakan, dan hal ini seringkali memengaruhi minat mereka untuk memanfaatkannya (Rahmadghani 2024). Keinginan untuk mencoba dan terus menggunakan sesuatu cenderung tumbuh ketika seseorang yakin hal tersebut dapat meningkatkan kualitas hidup mereka atau membuat aktivitas mereka lebih berhasil. Pengalaman sebelumnya dengan teknologi yang sebanding juga dapat memengaruhi kegunaan yang dirasakan, karena orang-orang lebih cenderung menerima teknologi yang telah terbukti praktis (Zubaidi, 2025)

(Nilamsari, 2025) mendapatkan hasil bahwa kualitas layanan digital secara positif dan signifikan terhadap *brand image* pada SeaBank. Artinya, semakin kualitas pelayanan elektronik suatu sistem ditingkatkan maka akan sangat berdampak pada peningkatan citra merek. Hipotesis selanjutnya menemukan hasil bahwa *brand image* berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* pada nasabah SeaBank. Artinya, peningkatan suatu citra merek terhadap kualitas layanan yang berdampak pada peningkatan loyalitas nasabah, juga penelitian (Hana, 2025) terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna dan terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kualitas sistem pemrosesan transaksi terhadap kepuasan pengguna. Sementara (Pandawa, 2024) memperoleh hasil kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan bank digital

Menurut penelitian dari (Puspadewi et al., 2025), (Wardani et al., 2025), (Arrahman, 2024) literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan bank digital SeaBank. Sedangkan (Lestari et al., 2023) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Karawang timur dalam menggunakan bank digital SeaBank

Menurut (Putra, 2025) dan (Supoyo, 2024) kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh terhadap keputusan pengguna dalam memilih bank digital SeaBank, juga menurut (Arrahman, 2024) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital. Di sisi lain, (Kartika et al., 2025) menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pengguna dan (Saputro & Ikaningtyas, 2025) menunjukkan bahwa faktor kemudahan penggunaan (*ease of use*) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna dalam menggunakan SeaBank di Kota Mojokerto, kemungkinan karena mayoritas responden adalah generasi Z yang sudah terbiasa dengan layanan digital.

Berbagai penelitian sebelumnya telah membahas pengaruh kualitas layanan digital, literasi keuangan, maupun kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan perbankan digital. Namun, sebagian besar penelitian tersebut hanya meneliti satu atau dua variabel secara terpisah dan belum mengkaji ketiga variabel tersebut secara bersamaan. Selain itu, penelitian yang secara khusus menggunakan aplikasi SeaBank

sebagai objek kajian juga masih terbatas dibandingkan aplikasi perbankan digital lainnya.

SeaBank dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki karakteristik yang menarik untuk dikaji. Bank digital ini menunjukkan pertumbuhan pengguna yang sangat pesat sejak resmi beroperasi pada tahun 2021 setelah bertransformasi dari Bank BKE, dan kini telah terintegrasi dengan ekosistem *e-commerce* Shopee. Integrasi tersebut menjadikan SeaBank berbeda dari bank digital lain karena mampu menarik pengguna melalui aktivitas belanja daring sekaligus memperluas akses terhadap layanan keuangan. Namun, di balik pertumbuhan yang tinggi, SeaBank juga menghadapi tantangan dalam mempertahankan nasabah aktif, menjaga kualitas layanan digital, serta meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap keamanan data dan transaksi. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang perlu diisi dengan menganalisis pengaruh kualitas layanan digital, literasi keuangan, dan kemudahan penggunaan secara simultan terhadap minat menabung mahasiswa melalui aplikasi SeaBank, khususnya di Universitas Trunodjoyo Madura.

Mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura dipilih sebagai responden dalam penelitian ini karena merupakan kelompok yang aktif menggunakan layanan digital, khususnya layanan perbankan digital, sehingga relevan dengan objek penelitian. Selain itu, mahasiswa memiliki tingkat pendidikan yang memadai sehingga mampu memahami instrumen penelitian dan memberikan jawaban secara rasional dan objektif. Pemilihan

responden ini juga didasarkan pada kemudahan akses peneliti terhadap mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura, baik dari segi waktu, biaya, maupun efektivitas pengumpulan data, tanpa mengurangi kualitas penelitian. Di samping itu, mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura berasal dari berbagai fakultas dan latar belakang yang beragam, sehingga mampu merepresentasikan sudut pandang yang heterogen. Dengan karakteristik tersebut, mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura dinilai sesuai untuk mendukung metode penelitian kuantitatif dalam menguji hubungan dan pengaruh antar variabel yang diteliti.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan digital, literasi keuangan, dan kemudahan penggunaan merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan layanan perbankan digital, termasuk SeaBank. Namun, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan adanya temuan yang beragam, di mana beberapa penelitian menemukan pengaruh positif dan signifikan, sedangkan penelitian lain menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Perbedaan temuan ini menunjukkan bahwa masih diperlukan penelitian lanjutan yang menguji ketiga variabel tersebut secara simultan, khususnya pada kalangan mahasiswa yang merupakan segmen pengguna potensial dan aktif dalam memanfaatkan layanan keuangan digital. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis **Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Literasi Keuangan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat**

Menggunakan Bank Digital SeaBank pada Mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura.

B. Rumusan Masalah

Menurut konteks masalah sebelumnya, rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan digital berpengaruh terhadap minat mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura dalam menggunakan bank digital SeaBank?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura dalam menggunakan bank digital SeaBank?
3. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura dalam menggunakan bank digital SeaBank?
4. Apakah kualitas layanan digital, literasi keuangan dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura dalam menggunakan bank digital SeaBank?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini jika ditinjau dari rumusan masalah adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan digital terhadap minat mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura dalam menggunakan bank digital SeaBank

2. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura dalam menggunakan bank digital SeaBank
3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura dalam menggunakan bank digital SeaBank
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan digital, literasi keuangan dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura dalam menggunakan bank digital SeaBank?

D. Manfaat Penelitian

Jika penelitian telah mencapai tujuannya, maka keuntungan yang akan diperoleh adalah:

1. Bagi penulis

Hasil penelitian ini juga bisa dijadikan sebagai praktik untuk mengaplikasikan kosep yang dipelajari selama perkuliahan, memperkuat pemahaman konsep secara praktis.

2. Bagi Akademisi

Diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan memberikan informasi dan dasar untuk penelitian terkait kualitas layanan digital, edukasi keuangan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat menabung melalui aplikasi keuangan digital SeaBank

3. Bagi Masyarakat

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini akan menjadi pertimbangan penting bagi masyarakat dalam memperoleh pemahaman dan informasi terkait kualitas layanan digital yang ditawarkan oleh bank digital SeaBank, memperoleh pemahaman dan penerapan edukasi keuangan serta mengetahui kemudahan penggunaan bank digital SeaBank untuk pengambilan keputusan dalam memilih layanan keuangan digital.