

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan pesat dalam teknologi informasi telah membawa masyarakat ke era baru revolusi industri 4.0 dimana penggunaan teknologi dalam berbagai layanan keuangan telah menciptakan perubahan besar pada industri perbankan sehingga semakin banyak masyarakat yang melakukan transaksi finansial secara online daripada langsung datang ke kantor bank terdekat sehingga perubahan perilaku konsumen ini mendorong perbankan mempercepat transformasi digital dengan layanan digital seperti *internet banking* dan *mobile banking* merupakan cara bank meningkatkan layanan kepada nasabah, sekaligus mengurangi biaya operasional seperti jumlah staf dan jumlah kantor cabang yang diperlukan untuk melayani nasabah (Barquin, S. and Vinayak, 2015).

Secara prinsip terdapat perbedaan antara bank digital dan bank konvensional yang menawarkan layanan digital, seperti internet banking dan *mobile banking*. Bank digital memiliki kemampuan untuk melakukan seluruh aktivitas perbankan, mulai dari pembukaan akun, transfer, deposito, hingga penutupan akun melalui perangkat elektronik seperti smartphone tanpa harus berkunjung ke bank secara fisik. Peraturan OJK No. 12 tahun 2021, perbedaan paling signifikan antara keduanya adalah bahwa bank digital tidak memiliki banyak kantor cabang secara fisik, melainkan hanya menggunakan kantor pusat yang terbatas. Di sisi lain bank konvensional yang menawarkan layanan digital

belum dapat memberikan semua layanannya secara digital, dan masih memiliki banyak kantor cabang secara fisik, sehingga dengan murahnya biaya operasional sederet Bank Digital mencatatkan peningkatan aset perusahaan pada kuartal I tahun 2024 sehingga Statistik Perbankan Indonesia yang dirilis Otoritas Jasa Keuangan (OJK), total aset perbankan di Indonesia per Februari 2024 mencapai Rp11.708,02 triliun, naik 6,95% secara tahunan dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya Rp10.947,53 triliun.(Bisnis Finansial, 2024)

Menurut Direktur Utama Bank Jago Arief Harris Tandjung menyebut kan bahwa “pertumbuhan penyaluran kredit terdorong strategi kolaborasi dengan berbagai mitra, seperti *platform digital*, perusahaan pembiayaan, dan lembaga keuangan lainnya sehingga tidak terpengaruh ketidakpastian perekonomian global, strategi bisnis dan fundamental kuat Bank Jago mampu membawa pertumbuhan yang positif dan berkualitas”.(Tanjung, 2025)

Tabel 1.1

Daftar 7 Bank Digital dengan Aset Terbesar sampai Kuartal I/2024

Nama	Aset Kuartal I/2023	Aset Kuartal I/2024
(Rp triliun)	(Rp triliun)	(Rp triliun)
Seabank	32,72	32,34
Bank Jago	18,02	22,5
Bank Neo Commerce	19,11	18,91
Hibank	11,63	15,14
BCA Digital (blu)	11,64	14,34
Allo Bank	12,07	12,74

Sumber: Laporan Keuangan Bank Digital, (www.bisnisfinansial, 2025)

Lebih dipilihnya Bank Digital oleh masyarakat *millennial* Indonesia karena sesuai dengan karakteristik nasabah bank digital saat ini yang umumnya merupakan generasi muda dan tinggal di perkotaan yang ingin mengkehendaki layanan perbankan yang disesuaikan dengan kebutuhan atau aktifitasnya sehingga dari segi reputasi telah dipercaya oleh mereka bahwa sampai saat ini Bank Digital mempunyai reputasi yang baik karena belum banyak dikeluhkan saldo tabungan hilang seperti yang sering terjadi pada Bank Konvensional.

Kemudian dari aspek keamanan yang merupakan faktor utama yang menjadi perhatian bagi pengguna aplikasi Bank Digital, karena dapat diandalkan menyimpan data pribadi maupun terkait dengan jumlah uang yang disimpan di dalam aplikasi tersebut.(Rajendran dan Pandey, 2017)

Selanjutnya terakhir dari aspek Kualitas layanan, layanan Bank Digital tidak kalah dengan layanan yang diberikan oleh Bank Konvensional, apalagi pada sektor retail dan lifestyle yang merupakan bidang utama yang digeluti mayoritas Bank Digital saat ini, contohnya strategi kualitas layanan yang sama baiknya dengan bank konvensional namun dengan biaya administrasi lebih murah dan biaya transfer gratis yang dilakukan oleh TMRW dari Bank UOB dengan syarat punya saldo minimal sebesar Rp.1000.000 cukup menarik minat kaum *millennial* untuk membuka rekening sehingga kelebihan reputasi, keamanan dan kualitas layanan inilah yang mempengaruhi atau menjadi dasar pertimbangan bagi calon konsumen ketika memilih bank digital.(www.tmrwbyuob.com, 2025)

Salah satu bank digital yang sudah membuka kantor fisik di Kota Banjarmasin adalah SeaBank. Cikal bakal SeaBank sebenarnya berasal dari PT Bank Kesejahteraan Ekonomi (BKE), sebuah institusi perbankan yang didirikan pada 4 Oktober 1991 oleh Prof. Dr. Soemitro Djojohadikusumo yang fokus pada pembiayaan untuk Pegawai Negeri Sipil (PNS) melalui Koperasi Primer Pegawai Negeri (KP-RI), dengan tujuan memberikan solusi finansial bagi pegawai pemerintah dan memberdayakan koperasi sebagai bank konvensional, terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan lanskap perbankan di Indonesia. Namun, seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, kebutuhan akan transformasi digital menjadi semakin mendesak.

Titik balik besar terjadi pada awal tahun 2020 ketika Sea Group, perusahaan teknologi global yang berbasis di Singapura, mengakuisisi mayoritas saham BKE. Akuisisi ini menandai awal dari transformasi besar-besaran BKE menuju era digital. Pada 15 Januari 2021, berdasarkan Surat Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, PT Bank Kesejahteraan Ekonomi resmi berganti nama menjadi PT Bank Seabank Indonesia dan memanfaatkan keahlian teknologi dan pengalaman Sea Group dalam membangun platform digital yang sukses untuk merevolusi layanan perbankannya sebagai bank digital, SeaBank telah menunjukkan pertumbuhan yang pesat karena terhubung dengan *platform e-commerce Shopee*, memberikan SeaBank keunggulan kompetitif yang signifikan dan terintegrasi sehingga

memberikan nilai tambah bagi penggunanya, seperti kemudahan top-up saldo Shopee dan berbagai promo belanja eksklusif lainnya.

Di Kota Banjarmasin SeaBank mendirikan kantor cabang yang beralamat di Ruko GKPRI Jl. Pangeran Hidayatullah No.18-19 Kota Banjarmasin Provinsi Kalimantan Selatan, berdasarkan keterangan Rahmawati selaku Customer service bahwa sejak di kantor cabang di buka pada bulan desember tahun 2024 jumlah nasabah di Kota Banjarmasin sampai bulan Maret 2025 adalah sebanyak 9.521 nasabah dan angka ini akan terus meningkat seiring dengan harapan masyarakat akan biaya administrasi yang lebih murah yang dimiliki SeaBank di bandingkan bank digital atau bank konvensional lain.

Atas pesatnya perkembangan Bank Digital karena menawarkan biaya administrasi yang lebih murah dan terintegrasi dengan group shopee yang merupakan situs jual beli online terbesar di Indonesia menyebabkan banyak nasabah yang umumnya berasal dari generasi muda membuka rekening di SeaBank karena telah memiliki reputasi, keamanan dan kualitas layanan yang baik saat mereka melakukan belanja online sehingga berdasarkan latar belakang inilah maka penulis ingin melakukan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Reputasi, Keamanan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank Digital”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah reputasi berpengaruh secara parsial terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank Digital ?

2. Apakah keamanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank Digital ?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank Digital ?
4. Apakah reputasi, keamanan dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank Digital ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian diatas, maka dapat dibuat tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh reputasi secara parsial terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank Digital
2. Untuk mengetahui pengaruh keamanan secara parsial terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank Digital
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank Digital
4. Untuk mengetahui pengaruh reputasi, keamanan dan kualitas layanan secara simultan terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank Digital

D. Signifikansi Penelitian

Signifikansi penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu Signifikansi teoritis dan Signifikansi praktis, yang dijelaskan sebagai berikut

1. Signifikansi teoritis
 - a. Bagi Akademis, Diharapkan dapat memberi wawasan dibidang ekonomi khususnya dalam bidang Bank Digital.
 - b. Bagi penulis, sebagai media bagi penulis untuk dapat meningkatkan kemampuan berfikir dan memperdalam pengetahuan yang berkaitan dengan Bank Digital.
2. Signifikansi praktis
 - a. Diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat dari perkembangan ilmu pengetahuan serta sebagai bahan perbandingan dengan penelitian yang lain, sehingga segala kekurangan yang ada dapat diperbaiki dan disempurnakan.
 - b. Bagi pemerintah, Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang berguna untuk pemerintah sebagai saran untuk mengambil kebijakan agar terciptanya kemajuan dalam pembangunan ekonomi digital.

E. Definisi Operasional

1. Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan Nasabah adalah Tingkat kepercayaan pelanggan merupakan hasil reaksi mereka terhadap kesenjangan antara tingkat ketertarikan mendasar dengan presentasi aktual yang mereka temui setelah menggunakan produk (Ali Hasan, 2019, Hal.91).

2. Reputasi

Menurut Afdhal (dalam Suwardi & Kurniawan, 2020), reputasi perusahaan adalah asset yang tidak nyata (intangible asset). Keadaan reputasi akan tergantung kepada apa yang dilakukan perusahaan sebagai entitas. Lebih jauh dari itu, akan tergantung kepada komunikasi dan tandatanda yang dipilih untuk diberikan kepada pasar. Simbol dari reputasi, nama perusahaan, jika dikelola dengan baik, akan mempresentasikan perusahaan agar didukung oleh masyarakat. Bahkan akan sangat bernilai bagi konsumen.

3. Keamanan

Keamanan informasi adalah proses melindungi data dari segala potensi bahaya dalam upaya meminimalkan risiko terhadap bisnis, memaksimalkan peluang investasi dan bisnis, serta menjamin kelangsungan bisnis. Kerahasiaan transaksi konsumen dan data pribadi terjamin dalam hal ini (Riyanto dan Irsyat, 2008,hal.92).

4. Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono (2017) dalam (Ayuningtyas & Zaini, 2021) kualitas layanan adalah ukuran reputasi mengenai seberapa baik standar pelayanan yang diberikan memenuhi persyaratan dan harapan pelanggan sehingga definisi ini mendefinisikan kualitas layanan sebagai kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggannya sekaligus memenuhi harapan mereka.

F. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pikir di atas dapat dibuat hipotesis Penelitian sebagai berikut:

1. Hipotesis Terkait Dengan pengaruh Reputasi Terhadap Kepercayaan Nasabah

H_0 : Reputasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Pada Bank Digital

H_1 : Reputasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Pada Bank Digital

2. Hipotesis Terkait Dengan pengaruh Keamanan terhadap Kepercayaan Nasabah

H_0 : Keamanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Pada Bank Digital.

H_1 : Keamanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Pada Bank Digital.

3. Hipotesis Terkait Dengan pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Nasabah

H_0 : Kualitas Layanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Pada Bank Digital.

H_1 : Kualitas Layanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Pada Bank Digital.

4. Hipotesis Terkait Dengan Reputasi, keamanan dan Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Nasabah (secara simultan)

H_0 : Reputasi, keamanan dan Kualitas Layanan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank Digital

H_1 : Reputasi, keamanan dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank Digital

G. Kajian Penelitian Terdahulu

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
1	Reni Tiara Ikawati (2018).Pengaruh reputasi perusahaan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pengguna ATM pasca peristiwa Cybercrime	Topik penelitian sama-sama eneliti mengenai transaksi online dan metode regresi linier berganda yang digunakan	Selain perbedaan lokasi dan waktu penelitian, serta variabel penelitian	Reputasi perusahaan (X1) dan kepercayaan (X2) berpengaruh positif secara simultan dan parsial terhadap kepercayaan nasabah pengguna ATM pasca peristiwa cybercrime
2	Aldani Fachri Fatnur, 2022, pengaruh keamanan, kepercayaan dan Reputasi perusahaan terhadap loyalitas Nasabah mobile banking BRImo (Studi Pada Mahasiswa Universitas	Topik penelitian sama-sama meneliti mengenai keamanan, kepercayaan dan reputasi	Selain perbedaan lokasi dan waktu penelitian, perbedaan juga terdapat pada jumlah dan variabel yang digunakan	Hasil penelitian menunjukkan variabel keamanan secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan, namun variabel kepercayaan dan reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan

	Muhammadiyah Semarang)			terhadap loyalitas nasabah.
3	Yulia Widi Astuti, 2020, pengaruh kualitas layanan, nilai nasabah, kepercayaan, dan Kepuasan terhadap kepercayaan nasabah pengguna layanan mobile Banking syariah	Topik penelitian sama-sama meneliti mengenai kualitas layanan dan loyalitas nasabah	Berbeda jumlah variabel, lokasi penelitian dan metode analisi data menggunakan VLS sedangkan penelitian ini menggunakan Program SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Kualitas Layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.
4	Yuyun, (2022), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Menabung Di BSI Masamba Dengan Kepuasan Sebagai Pemoderasi.	Topik penelitian sama-sama meneliti mengenai kualitas layanan, kepercayaan dan loyalitas nasabah	Berbeda lokasi penelitian dan jumlah variabel yang digunakan	Hasil dari penelitian menunjukkan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah
5	Nurul Husna, (2023) Pengaruh Layanan Prima Dan Reputasi Bank Terhadap Kepercayaan Nasabah (Bank Syariah Indonesia KCP Balikpapan Sepinggan)	Topik penelitian sama-sama meneliti mengenai pengaruh layanan , reputasi dan kepercayaan nasabah	Berbeda lokasi penelitian, jumlah dan nama variabel penelitian	Hasil penelitian menunjukkan variabel layanan prima memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah dan variabel reputasi bank memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah,

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah rangkaian pembahasan yang mencakup isi penelitian dalam bab demi bab yang saling berhubungan antara bab I dan seterusnya. Sistematika penulisan antara lain:

Bab I Pendahuluan, pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, dan penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

Bab II yaitu landasan teori yang berisi tentang teori kepercayaan nasabah, reputasi, keamanan, kualitas layanan, kerangka pikir, dan Hipotesis Penelitian.

Bab III yaitu metode penelitian, disajikan informasi secara deskriptif tentang bagaimana penelitian dilaksanakan, dan metode analisis.

Bab IV yaitu penyajian data dan analisis, disajikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Reputasi, Keamanan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank Digital.

Bab V yaitu penutup, bab terakhir yang mengungkapkan kesimpulan dan saran.