

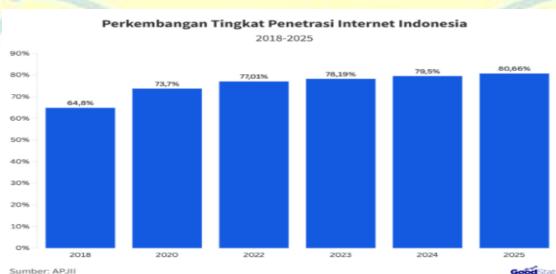
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan transformasi digital di Indonesia dianggap sebagai salah satu faktor krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu nasional. Pandangan ini sejalan dengan argumen yang dikemukakan oleh Saputri & Fitri (2025) yang menyebutkan bahwa transformasi digital merupakan komponen vital untuk meningkatkan efisiensi serta daya saing perusahaan atau lembaga. Lebih lanjut, transformasi teknologi digital juga dijadikan sebagai upaya penyesuaian terhadap perubahan perilaku konsumen dan tren pasar yang berkembang.

Senada dengan hal tersebut, OJK (2021) juga memaparkan bahwa penguatan digitalisasi merupakan hal yang penting, khususnya bagi industri perbankan di Indonesia. Peningkatan layanan digital pada era digitalisasi saat ini adalah disebabkan oleh karena pertumbuhan yang signifikan pada industri informasi dan teknologi. Seperti peningkatan pada penggunaan *internet* dalam kehidupan sehari-hari.



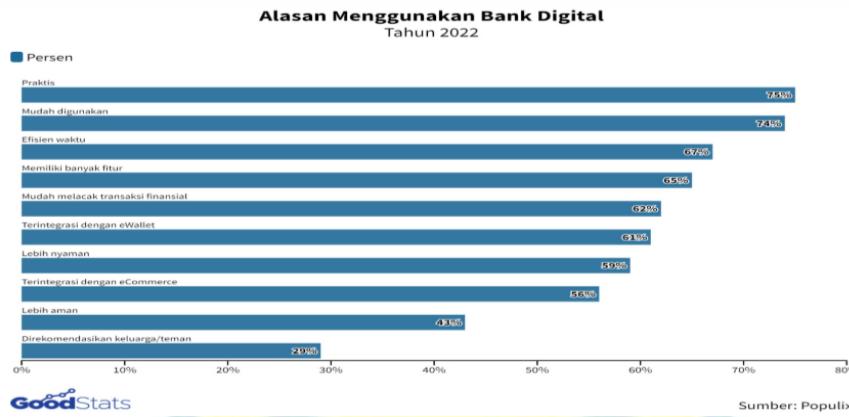
Gambar 1.1 Perkembangan Tingkat Penetrasi Internet Indonesia

Sumber: APJII (2025)

Hasil Riset Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia APJII (2025) menyatakan bahwa sebanyak 80,66% masyarakat Indonesia atau sekitar 229,43 juta dari total 284,44 juta jiwa telah terhubung dengan layanan *internet*. Jumlah penetrasi *internet* yang tinggi menandai potensi besar pada pengembangan digitalisasi perbankan.

Berdasarkan laporan *Market Research* Indonesia yang dilansir oleh IDN *Financial* (2025), pada 2022, tercatat hampir 13% masyarakat Indonesia aktif menggunakan layanan bank digital dan diprediksi meningkat menjadi 39% atau setara dengan 75 juta nasabah pada 2026. Tingginya persentase partisipasi masyarakat dalam pemanfaatan layanan bank digital mengindikasi bahwa penerapan teknologi telah meningkat.

Peningkatan penggunaan layanan perbankan digital ini berarti bahwa telah terjadi pertumbuhan yang menggambarkan dari transaksi perbankan digital, yaitu bertumbuh dari 1.373,63 juta transaksi pada tahun 2023 menjadi 1.929,33 juta pada tahun 2024. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya peningkatan 40,45% (Antara, 2024). Maka, dapat disimpulkan bahwa terjadinya peningkatan transaksi digital pada bank digital, *e-commerce* dan lain sebagainya menjadi salah satu pemicu dalam pertumbuhan perbankan digital di Indonesia. Sejalan dengan hal tersebut, Bank Indonesia (2021) menyatakan bahwa layanan digital mempermudah transaksi digital yang aman dan efisien.



Gambar 1.2 Alasan Menggunakan Bank Digital

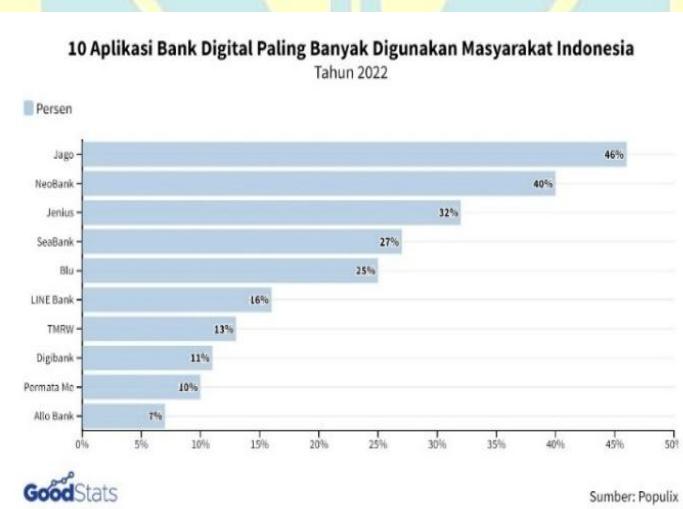
Sumber: Populix (2022)

Berdasarkan data dari Populix (2022) bahwa terdapat beberapa alasan dasar mengapa masyarakat atau nasabah menggunakan bank digital, yaitu praktis dalam penggunaannya, mudah digunakan, efisien waktu, memiliki banyak fitur, mudah dalam melacak keuangan, terintegrasi dengan *e-wallet*, nyaman, terintegrasi *e-commerce*, aman, serta mendapat rekomendasi dari lingkungan sekitar.

Menurut OJK (2016) bank digital merupakan aktivitas perbankan yang diterapkan melalui sarana elektronik milik bank atau melalui *platform* digital, sehingga nasabah dan calon nasabah dapat mengetahui berbagai informasi, melakukan komunikasi, pembukaan rekening, serta memungkinkan nasabah mengoperasikan berbagai aktivitas perbankan secara mandiri.

Berbeda dengan bank konvensional yang berfokus pada layanan langsung di kantor cabang, bank digital hadir dengan fasilitas layanan dan aktivitas perbankan yang dilakukan secara *online*, serta sepenuhnya kegiatan dilakukan melalui saluran elektronik (Rahul *et al.*, 2024). Pada penerapannya, bank digital adalah lembaga keuangan independen yang memfasilitasi layanan melalui *platform*

digital (Ayu & Dwi, 2025). Awalnya perbankan digital dimanfaatkan sebagai aplikasi transaksi dasar, namun kini telah berkembang menjadi *platform* multifungsi, mencakup pembukaan rekening tabungan dan investasi, belanja, penarikan dana tanpa kartu fisik, penebusan poin dan berbagai transaksi lainnya. Menurut hasil riset Ipsos Indonesia yang dimuat oleh Kontan (2025) menyatakan bahwa pengguna bank digital didominasi oleh dua kelompok usia, yaitu generasi milenial dengan generasi Z. Kedua generasi tersebut dikenal sebagai kelompok yang sangat responsif terhadap perkembangan teknologi. Hal tersebut membuka peluang bagi perbankan digital dalam menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, salah satunya adalah Bank Jago yang dikenal sebagai salah satu bank digital terkemuka di Indonesia.

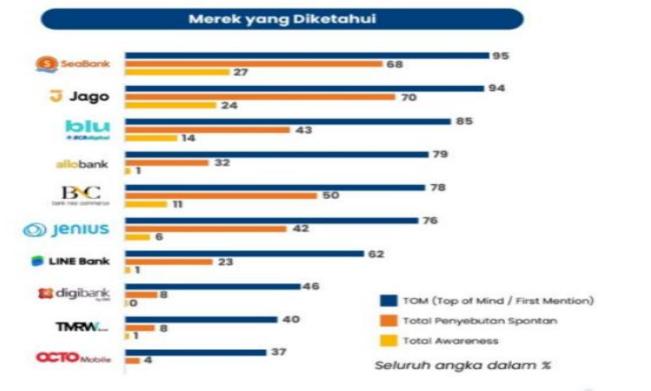


Gambar 1.3 Aplikasi Bank Digital di Indonesia

Sumber: Populix (2022)

Terlihat data bahwa dari hasil Populix pada tahun 2022, penetrasi perbankan pada bank Jago dari nasabah adalah sebesar 46%. Bank Jago menempati posisi ke 1 (satu) si tahun 2022. Kemudian disusul oleh NeoBank pada posisi kedua dengan capaian 40%. Bank Jenius diposisi ketiga dengan total pengguna 32%, Seabank

27%, Blu 25%, LINE Bank 16%, TMRW 13%, Digibank 11%, Permata Me 10%, dan Allo Bank 7%.



Gambar 1. 4 Merek Bank Digital yang Diketahui

Sumber: Populix (2024)

Meski begitu, merujuk pada data riset Populix (2024) menunjukkan bahwa Bank Jago menempati urutan popularitas ke 2 (dua) setelah *Seabank*. Hal ini menunjukkan bahwa telah terjadi penurunan popularitas Bank Jago pada perbankan digital di Indonesia.

Meskipun hasil riset Populix (2024) yang mengetahui bahwa popularitas Bank Jago terdapat penurunan, peningkatan jumlah nasabah dari tahun ke tahun sebaliknya mengalami tren yang berbeda.

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Bank Jago

Tahun	Jumlah Nasabah
2021	1,4 juta
2022	5,1 juta
2023	10,2 juta
2024	15,3 juta

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara peningkatan jumlah nasabah dan tingkat popularitas maupun persepsi pengguna terhadap Bank Jago. Walaupun jumlah nasabah Bank Jago terus meningkat dari tahun 2022 hingga 2024, persepsi pengguna terhadap kualitas layanan justru menunjukkan penurunan. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil riset Populix tahun 2024 bahwa terjadi penurunan peringkat popularitas pada Bank Jago. Hal ini diperparah dengan munculnya berbagai keluhan dan ulasan negatif yang diberikan pengguna pada aplikasi Bank Jago di *Play Store*. Hal tersebut menjadi perhatian penting oleh karena kesuksesan suatu *platform* digital bergantung pada kemampuan dalam menjaga niat pengguna agar selalu menggunakan layanan tersebut. Niat untuk terus menggunakan merupakan salah satu hal penting dalam menjaga kesuksesan suatu *platform* (Sun *et al.*, 2023).

Sesuai dengan kajian Arkanuddin *et al* (2023) yang menjelaskan bahwa *continuance intention to use* pada suatu sistem muncul pada saat pengguna teknologi informasi memiliki kepuasan terhadap sistem tersebut, dengan demikian hal ini menumbuhkan motivasi untuk melanjutkan pemakaian sistem yang bersangkutan pada periode-periode mendatang. Pada konteks bank digital, *continuance intention to use* merupakan hal yang penting karena menggambarkan sejauh mana pengguna menunjukkan tingkat kepuasan dan harapan pada aktivitas keuangannya.

Terjadinya penurunan popularitas Bank Jago menimbulkan pertanyaan terkait bagaimana pengguna dapat merasakan manfaat yang diinginkan. Kemudian, apakah pengalaman penggunaan sesuai dengan yang diharapkan. Pada kasus Bank

Jago, tingginya umpan balik yang tidak memuaskan terhadap penggunaan aplikasi menunjukkan adanya celah untuk tidak melanjutkan menggunakan layanan bank tersebut. Pangestu *et al.* (2025) menjelaskan ketika *continuance intention to use* menurun, maka terdapat permasalahan dari pengguna yang kemungkinan merasa tidak puas terhadap pelayanan perbankan tersebut.

Terdapat berbagai faktor yang memengaruhi *continuance intention to use* salah satunya adalah *perceived usefulness*. Faktor ini mengacu pada persepsi pengguna mengenai kinerja dan efektivitas aktivitas suatu teknologi dapat membantu mereka. Meskipun Bank Jago dipandang sebagai salah satu bank digital terkenal yang memiliki reputasi baik sebagai perbankan berbasis teknologi inovasi, tetapi sebagian nasabah tidak sepenuhnya merasakan layanan terbaik yang diberikan Bank Jago.



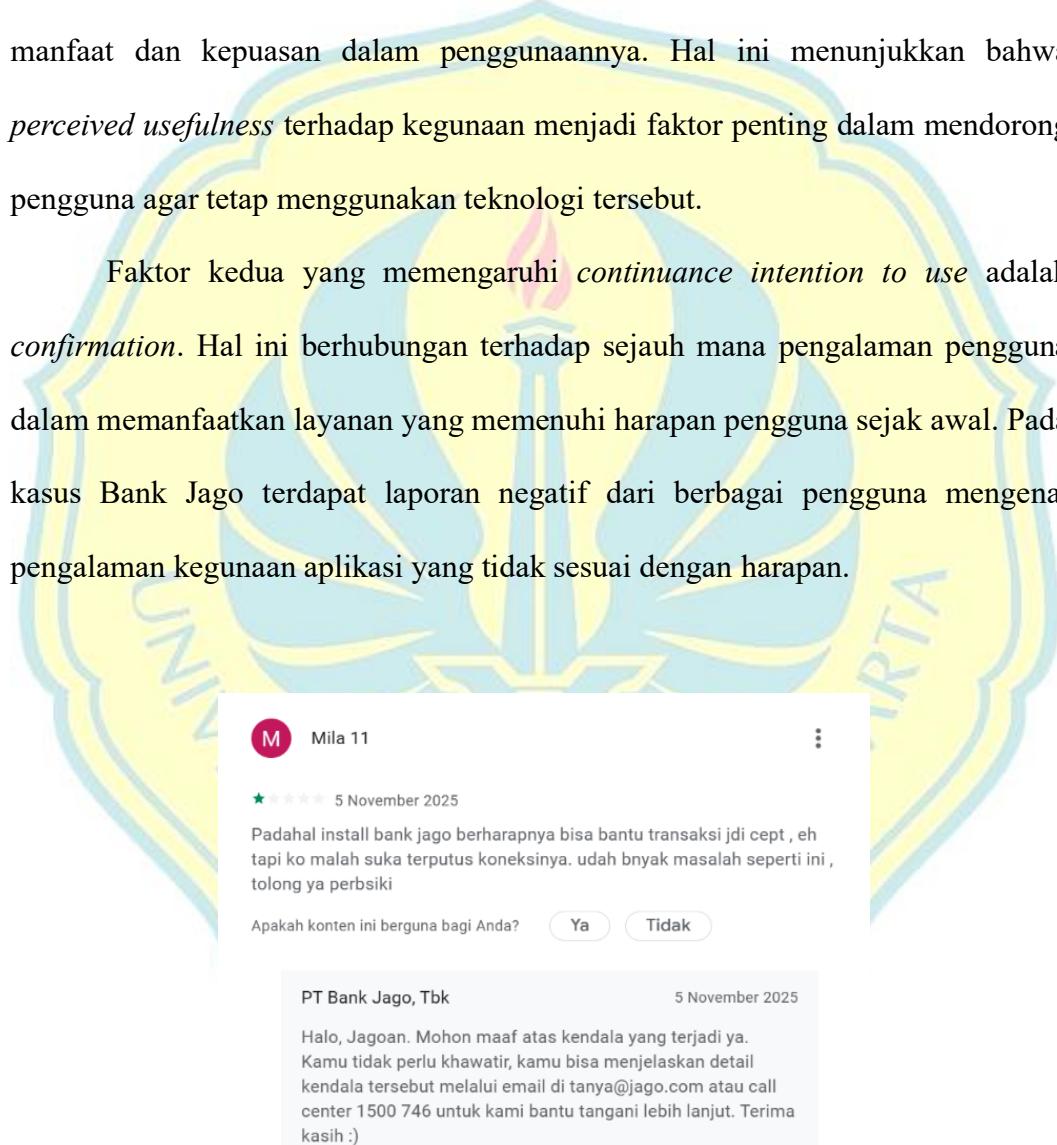
Gambar 1.5 Ulasan *Perceived Usefulness* Pada Pengguna Bank Jago

Sumber: Google Play Store (2025)

Sesuai dengan ualsan yang disampaikan oleh nasabah Bank Jago tersebut menunjukkan bahwa terdapat keluhan terkait seringnya kendala koneksi, sehingga pengguna mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi. Ulasan pengguna mengungkapkan keluhan bahwa “Aplikasi kerap mengalami *loading* lama serta proses transaksi yang sering berhenti di tengah jalan.” Permasalahan tersebut

mengindikasikan ancaman *perceived usefulness* terhadap Bank Jago oleh karena permasalahan ini, nasabah mempersepsikan bahwa layanan yang disediakan oleh institusi perbankan bersangkutan tidak memenuhi ekspektasi yang diharapkan. Melalui penelitian Savitha *et al.* (2022) dan Pradana & Yolanda (2024) mengaskan bahwa suatu teknologi akan terus digunakan jika individu merasa mendapatkan manfaat dan kepuasan dalam penggunaannya. Hal ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* terhadap kegunaan menjadi faktor penting dalam mendorong pengguna agar tetap menggunakan teknologi tersebut.

Faktor kedua yang memengaruhi *continuance intention to use* adalah *confirmation*. Hal ini berhubungan terhadap sejauh mana pengalaman pengguna dalam memanfaatkan layanan yang memenuhi harapan pengguna sejak awal. Pada kasus Bank Jago terdapat laporan negatif dari berbagai pengguna mengenai pengalaman kegunaan aplikasi yang tidak sesuai dengan harapan.

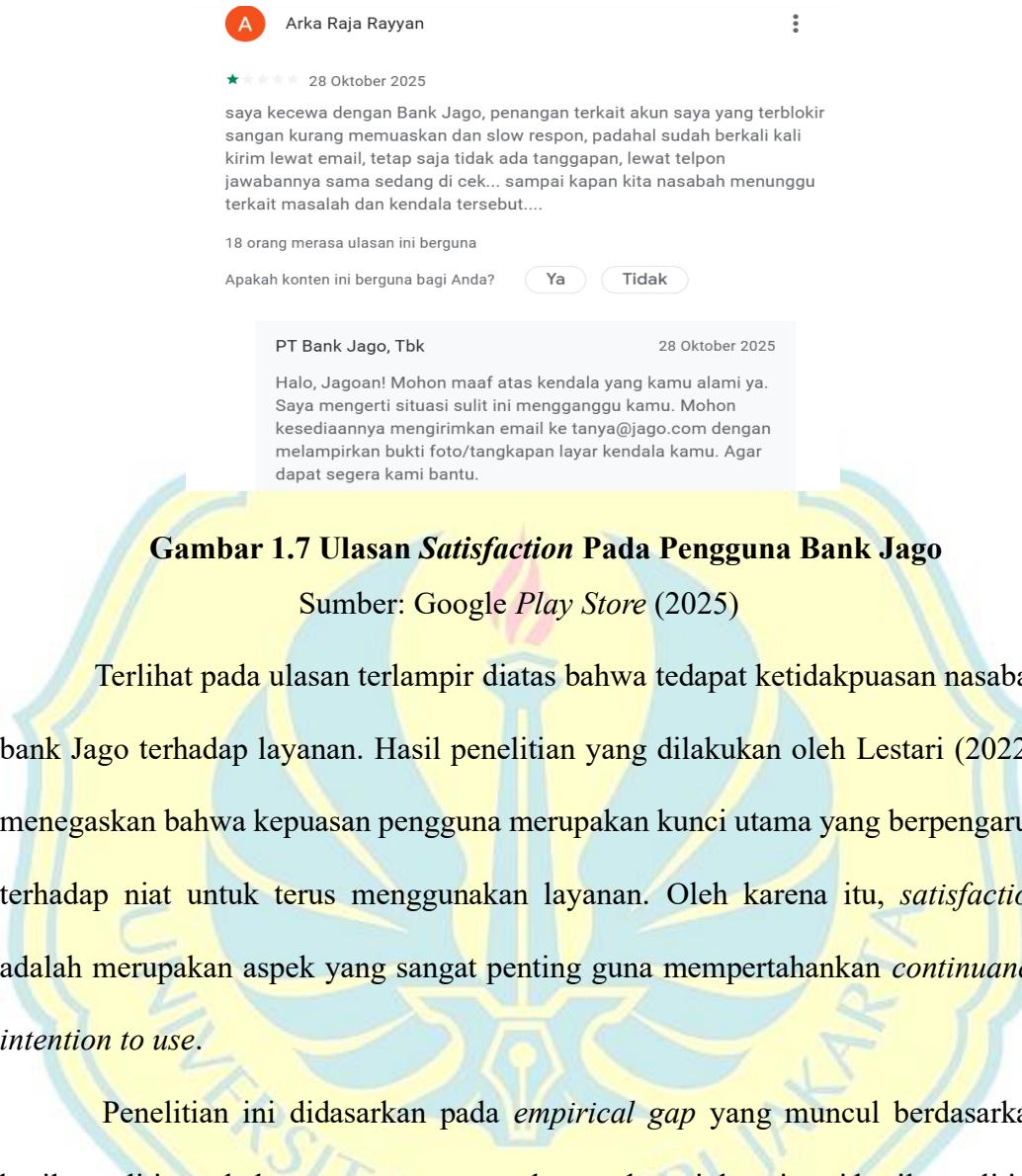


Gambar 1.6 Ulasan Confirmation Pada Pengguna Bank Jago

Sumber: Google Play Store (2025)

Permasalahan yang selanjutnya adalah terkait dengan *perceived usefulness* masalah *confirmation*. Terdapat pengguna yang mengalami ketidaksesuaian antara harapan dengan realita pemakaian aplikasi. Salah satu ulasan menunjukkan harapan terhadap *platform* Bank Jago agar dapat membantu mempercepat proses transaksi, tetapi realitanya pengguna mengalami kendala koneksi, sehingga proses menjadi lambat. Permasalahan ini menimbulkan menurunnya kepuasan, yang pada akhirnya kemungkinan akan memengaruhi *continuance intention to use*. Penelitian yang dilakukan Nguyen & Dao (2024) menjelaskan bahwa kepuasan pengguna dipengaruhi oleh sejauh mana individu terpenuhi harapan awalnya pada penggunaan suatu teknologi. Artinya, permasalahan Bank Jago tidak hanya disebabkan oleh karena tidak terpenuhinya nasabah terhadap *perceived usefulness* yang dirasakan, tetapi juga terdapat ketidaksesuaian antara harapan awal dengan harapan sebenarnya yang dirasakan oleh nasabah.

Selanjutnya, faktor ketiga yang dapat memengaruhi *continuance intention to use* adalah *satisfaction*. Hal ini menggambarkan respon afektif pengguna terhadap pengalaman pada saat memakai suatu layanan. Dalam konteks bank digital, *satisfaction* ini merupakan faktor penentu terhadap *continuance intention to use* karena pada saat pengguna merasakan tingkat kepuasan yang tinggiw maka akan berpotensi untuk terus menggunakan layanan, namun ketidakpuasaan yang dialami pengguna akan menyebabkan peralihan pada alternatif lain.



Penelitian ini didasarkan pada *empirical gap* yang muncul berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan terdapat inkonsistensi hasil penelitian mengenai pengaruh *confirmation*, *perceived usefulness* terhadap *continuance intention to use* dan *satisfaction* sebagai mediator yang menunjukkan bahwa hubungan antar variabel belum sepenuhnya tercapai pada seluruh konteks penelitian. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Puspasari (2023) mengungkapkan temuan bahwa *perceived usefulness* tidak memiliki pengaruh terhadap *continuance intention to use* yang dimediasi oleh *customer satisfaction*. Sementara itu, Andrew

& Ardianti (2022) dan Tjokrosaputro *et al.* (2023) menemukan dari hasil penelitiannya bahwa ada hubungan yang signifikan diantara *perceived usefulness* terhadap *continuance intention to use* dengan dimediasi oleh *satisfaction*. Selanjutnya, Al-hattami (2023) menunjukkan dari hasil penelitiannya bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara *confirmation* terhadap *satisfaction*. Sebaliknya, Herzallah *et al.* (2025) menemukan adanya pengaruh signifikan pada *confirmation* terhadap *satisfaction*. Adanya inkonsistensi ini mengindikasikan bahwa diperlukan penelitian lanjutan. Kajian ini bertujuan untuk menutup kekosongan tersebut melalui eksplorasi terhadap variabel-variabel yang memengaruhi *continuance intention to use* pada pengguna bank digital di Indonesia, khususnya Bank Jago.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan, fokus studi ini adalah untuk mengkaji pengaruh *perceived usefulness* dan *confirmation* terhadap *continuance intention to use* melalui *satisfaction* sebagai variabel mediasi di kalangan pengguna layanan perbankan digital di Indonesia. Maka dari itu, peneliti tertarik menggunakan judul: “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Continuance Intention to Use* pada Pengguna Bank Jago.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *continuance intention to use* pengguna Bank Jago?
2. Apakah *confirmation* berpengaruh terhadap *continuance intention to use* pengguna Bank Jago?

3. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *satisfaction* pengguna Bank Jago?
4. Apakah *confirmation* berpengaruh terhadap *satisfaction* pengguna Bank Jago?
5. Apakah *satisfaction* berpengaruh terhadap *continuance intention to use* pengguna Bank Jago?
6. Apakah *confirmation* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* pengguna Bank Jago?
7. Apakah *satisfaction* memediasi pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention to use* pengguna Bank Jago?
8. Apakah *satisfaction* memediasi pengaruh *confirmation* terhadap *continuance intention to use* pengguna Bank Jago?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan diatas, maka terdapat tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention to use* pengguna Bank Jago
2. Menganalisis pengaruh *confirmation* terhadap *continuance intention to use* pengguna Bank Jago
3. Menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *satisfaction* pengguna Bank Jago
4. Menganalisis pengaruh *confirmation* terhadap *satisfaction* pengguna Bank Jago

5. Menganalisis pengaruh *satisfaction* terhadap *continuance intention to use* pengguna Bank Jago
6. Menganalisis pengaruh *confirmation* terhadap *perceived usefulness* pengguna Bank Jago
7. Menganalisis pengaruh *satisfaction* sebagai variabel mediasi dalam pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention to use* pengguna Bank Jago
8. Menganalisis pengaruh *satisfaction* sebagai variabel mediasi dalam pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention to use* pengguna Bank Jago

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh antara *confirmation*, *perceived usefulness*, *satisfaction*, dan *continuance intention to use* pada pengguna Bank Jago. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai aspek sistem informasi serta perilaku pengguna teknologi keuangan digital, khususnya dalam penggunaan dan keberlangsungan layanan perbankan digital di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Selain itu studi ini memberikan kontribusi praktis yang signifikan bagi berbagai pihak terkait:

- a. Bagi Akademisi

Melalui temuan ini, mampu memberikan pemahaman mendalam terkait faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna pada niat berkelanjutan

dalam menggunakan layanan bank digital. Selain itu akademisi dapat terbantu dalam mengembangkan kemampuan menganalisis data serta penerapan teori yang relevan untuk mengetahui perilaku pengguna teknologi layanan digital.

b. Bagi Universitas

Penelitian ini diantisipasi mampu memperluas kajian literatur dan publikasi akademik, sekaligus berfungsi sebagai sumber rujukan dalam proses kegiatan pembelajaran dan pengembangan wawasan mengenai perilaku individu pada teknologi perbankan digital.

