

BAB I PENDAHULUAN

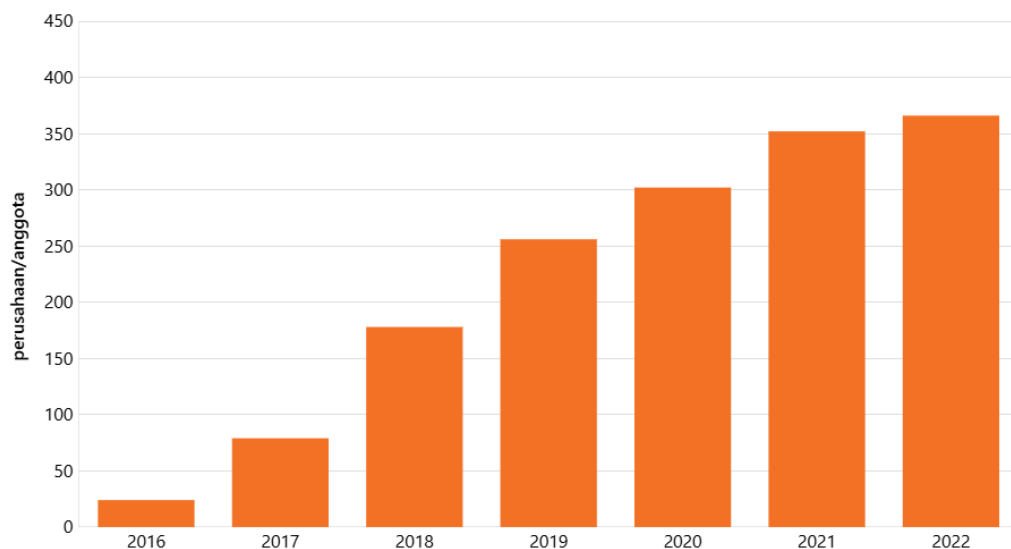
I.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan di berbagai sektor, termasuk dalam bidang ekonomi dan keuangan (Grozea & Troancă, 2023). Kemajuan ini mencakup inovasi seperti *Artificial Intelligence* (AI), *blockchain*, dan *big data* yang merevolusi cara kerja sistem keuangan global (E. Setiawati et al., 2024). Sebagai contoh, teknologi *blockchain* memungkinkan transaksi yang lebih transparan dan aman, sementara *big data* membantu dalam analisis perilaku konsumen untuk menawarkan layanan yang lebih personal (Zein, 2024). Menurut laporan Deloitte (2023), adopsi teknologi digital di sektor keuangan global tumbuh sebesar 15% per tahun, menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi kebutuhan utama untuk efisiensi operasional.

Di Indonesia, transformasi digital di sektor keuangan juga berkembang pesat. Berdasarkan data Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH, 2022), penggunaan teknologi digital tumbuh 25% per tahun sejak 2020. Hal ini menunjukkan pergeseran preferensi masyarakat dari layanan konvensional ke layanan digital. Teknologi telah memberikan akses keuangan yang lebih inklusif, terutama di daerah terpencil. Bank Indonesia (2023) melaporkan bahwa digitalisasi telah meningkatkan tingkat inklusi keuangan hingga 76% dari populasi pada 2022. Tidak hanya itu, teknologi juga mempermudah proses transaksi keuangan. Dengan adanya aplikasi dan layanan berbasis *web*, masyarakat kini dapat melakukan transaksi hanya dalam hitungan detik (Nurcahya & Dewi, 2019). Teknologi *Near-Field Communication* (NFC), misalnya, telah memudahkan pembayaran tanpa kontak, sementara *chatbot* berbasis *AI* memberikan layanan pelanggan yang cepat dan efisien (A. Hidayat, 2024). Perubahan ini mempercepat adaptasi masyarakat terhadap teknologi, khususnya pada generasi muda dan tren lainnya adalah integrasi ekosistem digital dengan layanan keuangan (Rifky & Veri, 2024). Misalnya, beberapa perusahaan *e-commerce* kini menyediakan layanan kredit mikro melalui teknologi digital. Hal ini membuka peluang bagi masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki akses ke perbankan tradisional (Zulfa Qur'anisa et al., 2024). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa teknologi

digital memainkan peran penting dalam memperluas akses dan meningkatkan kualitas layanan keuangan (Dayini, 2024).

Financial technology atau biasa dikenal sebagai *fintech* telah menjadi salah satu sektor paling dinamis dalam bidang keuangan modern (Zulfa Qur'anisa et al., 2024). *Fintech* adalah penggunaan teknologi untuk menyediakan layanan keuangan yang baru dan lebih baik (Thakor, 2020). Salah satu motivasi munculnya *fintech* adalah bahwa, meskipun teknologi informasi telah membuat segalanya – mulai dari komputer hingga mobil – lebih murah dan lebih fungsional, biaya unit intermediasi keuangan tampaknya tidak banyak berubah dalam lebih dari satu abad (Thakor, 2020). Dengan pendekatan berbasis teknologi, *fintech* menawarkan solusi yang lebih cepat, efisien, dan terjangkau dibandingkan dengan perbankan tradisional (Murinde et al., 2022). Misalnya, *startup fintech* seperti OVO dan Gojek telah merambah berbagai sektor, termasuk pembayaran digital, investasi, dan pinjaman mikro (Rezky, 2023).



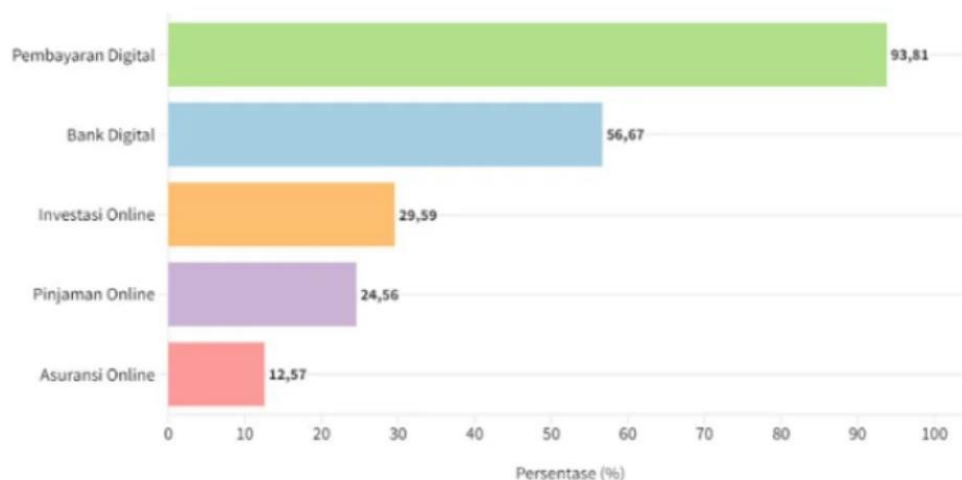
Gambar I-1. Jumlah anggota asosiasi fintech Indonesia (2016-2022)

Di Indonesia, perkembangan *fintech* didorong oleh kebutuhan akan inklusi keuangan. Gambar I-1 menunjukkan laporan survei dari Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) yang bekerja sama dengan *Katadata Insight Center* (KIC) dan merujuk dari laporan *Annual Member Survey* tahun 2022/2023 mengatakan bahwa jumlah perusahaan *fintech* di Indonesia meningkat sangat pesat dari 24 pada 2016 meningkat menjadi 366 pada 2022. Pada tahun 2022 mengalami

peningkatan sebesar 3,97% dari tahun sebelumnya yang sebanyak 352 anggota. Dari jumlah tersebut, terdapat tiga model bisnis terbesar anggota AFTECH. Antara lain, perusahaan pinjaman *online* sebanyak 102 anggota (27.8%); inovasi keuangan digital (IKD) 84 anggota (22.95%); dan pembayaran digital 39 anggota (10.65%).

Hal ini mencerminkan pertumbuhan signifikan dalam adopsi teknologi keuangan. *Fintech* juga telah membantu menjangkau masyarakat *unbanked*, yakni mereka yang tidak memiliki akses ke layanan perbankan formal (Yulia et al., 2018). Sebagai contoh, *platform peer-to-peer lending* telah menyediakan akses pinjaman kepada UMKM di daerah terpencil (Zulfa Qur'anisa et al., 2024). Selain itu, *fintech* juga memperkenalkan model bisnis yang berpusat pada pelanggan. Misalnya, fitur pembayaran otomatis dan analisis keuangan personal yang ditawarkan oleh beberapa aplikasi *fintech* memungkinkan pengguna untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih baik (Rahardjo, 2021). Bisnis *fintech* yang diperdagangkan secara publik memiliki kapitalisasi pasar sebesar \$550 miliar pada Juli 2023, dua kali lipat dari tahun 2019. Selain itu, terdapat lebih dari 272 *unicorn fintech* dengan valuasi gabungan sebesar \$936 miliar, tujuh kali lipat dari 39 perusahaan yang bernilai \$1 miliar atau lebih lima tahun sebelumnya (McKinsey, 2023).

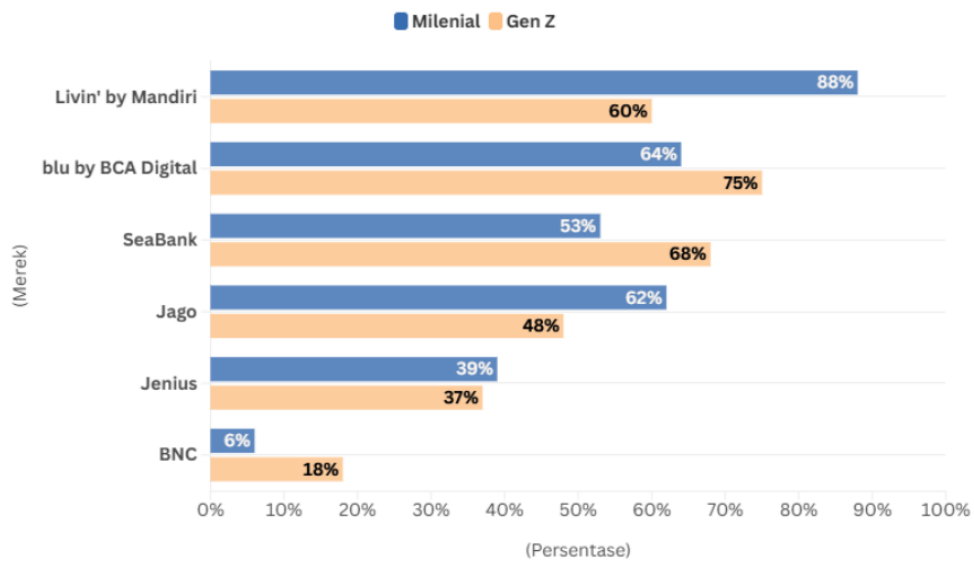
Namun, pertumbuhan pesat *fintech* juga membawa tantangan, seperti regulasi, keamanan data, dan edukasi pengguna (Jange et al., 2024). Untuk mengatasi tantangan ini, pemerintah dan pelaku industri perlu berkolaborasi dalam menciptakan ekosistem yang aman dan berkelanjutan (Suryadarma & Faqih, 2024). Dengan demikian, *fintech* tidak hanya menjadi alat transaksi, tetapi juga sarana pemberdayaan ekonomi. Salah satu inovasi utama dalam *fintech* adalah bank digital, yang memungkinkan masyarakat untuk melakukan seluruh transaksi keuangan secara *online* tanpa perlu datang ke kantor cabang (Muzdalifa et al., 2018).



Gambar I-2. Jenis *financial technology* yang sering digunakan di Indonesia

Hasil survei Konsumen Teknologi Keuangan tahun 2023 yang dilakukan oleh DataIndonesia.id secara *online* menunjukkan bahwa 81.75 persen orang Indonesia telah memahami layanan *fintech*. Hasil survey tersebut dapat dilihat dari Gambar I-2. Jumlah ini jauh lebih besar daripada tingkat ragu-ragu 12.59 persen dan tidak tahu 5.66 persen masing-masing. Terdapat 1.100 orang yang menjadi responden dari berbagai daerah di seluruh Indonesia pada tanggal 16 Januari hingga 6 Februari 2023. Tingkat toleransi kesalahan (*margin of error*) sebesar 4.2 persen digunakan untuk survei DataIndonesia.id, yang menggunakan metode *simple random sampling*. Bank digital menduduki peringkat kedua dengan 56.67 persen responden.

Bank digital menawarkan fleksibilitas, di mana nasabah dapat melakukan berbagai aktivitas perbankan melalui aplikasi atau situs web (Didi Andrianus Manalu et al., 2024). Di Indonesia, beberapa bank digital mulai berkembang pesat, seperti Jenius oleh BTPN, Digibank oleh DBS, dan terbaru adalah Blu *by* BCA yang merupakan produk digital dari PT Bank Central Asia. Blu *by* BCA menawarkan berbagai layanan, seperti tabungan digital, pembayaran tagihan, dan fitur keuangan lainnya yang dapat diakses dengan mudah hanya melalui aplikasi (Ngamal & Perajaka, 2022). Menurut data internal BCA (2023), blu telah menarik jutaan pengguna baru dalam beberapa tahun terakhir, terutama dari kalangan generasi muda yang dikenal sebagai "Gen Z".



Gambar I-3. Preferensi mobile banking milenial dan gen z

Berdasarkan pada data survei dari IDN Research Institute yang bertajuk *Indonesia Millennials and Gen Z Report 2025* dan dapat dilihat dari Gambar I-3 bahwa Blu by BCA berada di posisi pertama dengan total pengguna Gen Z terbanyak dan disusul oleh *bank* digital lain seperti Seabank dan Bank Jago. Dengan dominasi SeaBank, Bank Jago, dan Blu by BCA, bidang perbankan digital di Indonesia terus berkembang. Ketiga bank ini bersaing untuk layanan dan inovasi, menjadikan perbankan digital pilihan utama bagi generasi muda, terutama Gen Z (50% responden) yang sangat terbuka terhadap teknologi baru. Survei ini berhasil mendapatkan 750 responden milenial dan 750 responden Gen Z dari berbagai macam daerah (Pasaman & Hutaaruk, 2024).

Generasi Z, yang lahir antara 1997 dan 2012, dikenal sebagai *digital natives* karena mereka tumbuh di era teknologi yang serba digital (Panggabean et al., 2024). Karakteristik utama Generasi Z adalah ketergantungan pada teknologi dan kecenderungan untuk mencari solusi yang cepat dan efisien (Mahmud, 2024). Dalam konteks keuangan, Generasi Z cenderung lebih memilih layanan digital dibandingkan layanan tradisional (Putri et al., 2022). Studi oleh IDN Research Institute (2024) menunjukkan bahwa 60% Generasi Z di Asia Tenggara menggunakan aplikasi *mobile banking* untuk melakukan transaksi sehari-hari.

Di Indonesia, Gen Z merupakan salah satu segmen pengguna terbesar layanan keuangan digital (Nurohman & Qurniawati, 2021). Menurut survei oleh Alvara Research Center (2020), 79,4% Gen Z Indonesia telah menggunakan aplikasi digital *payment* dalam satu tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki tingkat adopsi teknologi yang tinggi, terutama dalam hal layanan keuangan. Mereka juga dikenal lebih selektif dalam memilih layanan, dengan mempertimbangkan faktor seperti kecepatan, kemudahan, dan keamanan. Namun, ketergantungan pada teknologi juga membawa risiko, seperti *technostress* dan Gen Z sering merasa kewalahan oleh kecepatan teknologi yang terus berkembang, yang dapat memengaruhi pengalaman mereka dalam menggunakan aplikasi keuangan digital (Rochim, 2024). Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan untuk mempertimbangkan pengalaman pengguna dalam merancang produk mereka.

Technology Acceptance Model (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) adalah dua kerangka kerja yang sering digunakan dalam penelitian tentang adopsi teknologi (AINI, 2022). TAM, yang diperkenalkan oleh Davis (1989), fokus pada persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sikap terhadap penggunaan fintech (*Attitude Toward Fintech*), dan niat terhadap penggunaan aplikasi (*Behavioral Intention*) sebagai faktor utama yang memengaruhi adopsi teknologi (Ilmi et al., 2020). Di sisi lain, TPB, yang dikembangkan oleh Ajzen (1991), menekankan pentingnya *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* dalam menentukan niat seseorang untuk menggunakan teknologi (Khemiko et al., 2024). Dalam konteks penelitian ini, integrasi TAM dan TPB memberikan pendekatan yang komprehensif untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi oleh Gen Z (Rizki, 2024). Sebagai contoh, persepsi kegunaan aplikasi *Blu by BCA* dapat diukur menggunakan TAM, sementara pengaruh norma sosial dapat dianalisis melalui TPB. Studi oleh (Ananggadipa, 2012) menunjukkan bahwa integrasi kedua teori ini memberikan hasil yang lebih akurat dalam memahami perilaku pengguna teknologi di Indonesia.

Technostress adalah tekanan psikologis yang diakibatkan oleh penggunaan teknologi. Faktor-faktor seperti kompleksitas, ketidakpastian, dan kecepatan

inovasi teknologi sering kali menjadi pemicu utama *technostress* (Nufus, 2022). Dalam konteks layanan keuangan digital, *technostress* dapat memengaruhi tingkat kepuasan dan niat pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut (Triana, 2024). Generasi Z, sebagai pengguna utama layanan digital, sering mengalami *technostress* karena mereka cenderung memiliki ekspektasi tinggi terhadap teknologi (Triana, 2024). Oleh karena itu, Penelitian ini difokuskan pada Generasi Z yang berada di daerah Jawa Barat sebagai responden utama untuk menganalisis bagaimana *technostress* dapat memengaruhi adopsi *fintech*, khususnya dalam penggunaan *Blu by BCA*.

Penelitian ini akan menggunakan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) yang akan digunakan untuk melakukan analisis hubungan antara TAM dan TPB. Menurut (Solihin & Ratmono, 2020) adalah metode analisis statistik yang sering digunakan untuk menguji hubungan antar variabel dalam penelitian sosial. SEM-PLS memungkinkan peneliti untuk menganalisis model yang kompleks dengan variabel laten dan indikator yang saling berkaitan. Proses pengolahan akan dilakukan menggunakan pemrograman R, yang memiliki kemampuan tinggi dalam menangani *dataset* besar dan kompleks. Dengan metode ini, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi keuangan digital di Indonesia. R adalah perangkat lunak *open-source* yang banyak digunakan dalam analisis statistik dan visualisasi data (Sarvina, 2017). Dalam konteks penelitian ini, R digunakan untuk melakukan analisis SEM-PLS, termasuk validasi model dan pengujian hipotesis (Hamid et al., 2024). Keunggulan R terletak pada kemampuannya untuk mengolah data secara efisien dan menyediakan berbagai paket statistik yang relevan (Pitaloka et al., 2023).

Penelitian ini juga sejalan dengan *Sustainable Development Goals (SDGs)* poin 9, yaitu *Industry, Innovation and Infrastructure*, karena berkontribusi pada penguatan inovasi teknologi dan infrastruktur digital dalam sektor keuangan. Implementasi teknologi digital seperti aplikasi *fintech* tidak hanya meningkatkan efisiensi layanan keuangan, tetapi juga menjadi bagian dari transformasi ekonomi digital yang lebih inklusif. Sebagaimana dijelaskan oleh (Gadre & Deoskar,

2024), integrasi teknologi digital dalam sistem pendidikan dan industri mampu mendukung tercapainya SDGs melalui peningkatan infrastruktur, inovasi berkelanjutan, dan kolaborasi lintas sektor.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi signifikan dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi keuangan digital oleh Generasi Z yang berstatus mahasiswa di provinsi Jawa Barat, dengan fokus pada aplikasi *Blu by BCA*. Dengan pendekatan integrasi TAM dan TPB, serta analisis menggunakan SEM-PLS, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru yang bermanfaat bagi penyedia layanan keuangan digital. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam menghadapi tantangan seperti *technostress*. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan solusi yang tidak hanya meningkatkan inklusi keuangan tetapi juga menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik bagi Generasi Z. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan secara akademis tetapi juga memiliki dampak praktis yang signifikan bagi industri keuangan digital di Indonesia.

I.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang mendasari penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana pengaruh kemudahan akses (*Easy of Access*), dukungan pelanggan (*Customer Support*), dan keamanan (*Security*) terhadap *technostress* yang memengaruhi niat Generasi Z dalam mengadopsi aplikasi bank digital *Blu by BCA* di Indonesia?
- b. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*), persepsi manfaat yang dirasakan (*Perceived Usefulness*), sikap terhadap penggunaan *fintech* (*Attitude Toward Fintech*), niat atau perilaku terhadap penggunaan aplikasi (*Behavioral Intention*), norma sosial (*Subjective Norms*), dan persepsi kontrol perilaku (*Perceived Behavioral Control*) dari aplikasi *Blu by BCA* memengaruhi sikap dan niat Generasi Z dalam mengadopsi layanan *fintech* menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB)?

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Menganalisis pengaruh faktor kemudahan akses (*Easy of Access*), layanan dukungan pelanggan (*Customer Support*) dan keamanan (*Security*) terhadap niat Generasi Z dalam mengadopsi aplikasi bank digital Blu by BCA di Indonesia.
- b. Mengidentifikasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*), sikap terhadap penggunaan *fintech* (*Attitude Toward Fintech*), dan niat terhadap penggunaan aplikasi (*Behavioral Intention*) beserta pengaruh faktor psikologis dan sosial, seperti *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* terhadap niat penggunaan layanan *fintech* Blu by BCA pada Generasi Z melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB).

I.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan sebagai berikut:

- a. Penelitian difokuskan pada Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yang berdomisili di Jawa Barat dan menggunakan aplikasi Blu by BCA.
- b. Penggunaan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian.
- c. Penerapan model penggabungan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk menganalisis hipotesis yang diajukan dalam penelitian.
- d. Penelitian ini akan menambahkan variabel eksternal, yaitu fenomena *technostress* yang dirasakan oleh individu dalam menggunakan layanan Blu by BCA.
- e. Data akan dikumpulkan melalui survei kuesioner yang disebarakan secara daring.
- f. Pengolahan data hasil survei akan dilakukan dengan menggunakan R *Programming* dan teknik *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS).

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini:

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi penting dalam pengembangan studi mengenai adopsi teknologi finansial di Indonesia, khususnya untuk aplikasi *Blu by BCA*. Dengan memanfaatkan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (SEM-PLS) dan *R Programming*, penelitian ini dapat menjelaskan secara komprehensif pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*), sikap (*attitude*), norma sosial (*subjective norm*), dan *technostress* terhadap niat Generasi Z dalam menggunakan aplikasi *Blu by BCA*. Hasilnya diharapkan menjadi pijakan bagi penelitian selanjutnya dan pengembangan strategi layanan *fintech* yang lebih relevan.
2. Penelitian ini juga memberikan peluang bagi peneliti untuk meningkatkan keterampilan analitis dalam mengolah data kompleks menggunakan teknik statistik modern seperti SEM-PLS. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan mendalam mengenai perilaku Generasi Z sebagai konsumen teknologi finansial, yang merupakan salah satu pasar strategis di Indonesia.
3. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pengembang aplikasi *fintech* dalam merancang fitur dan layanan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan Generasi Z. Dengan demikian, hambatan adopsi seperti *technostress* dapat diminimalkan, dan literasi keuangan digital di kalangan masyarakat muda dapat ditingkatkan.