

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan era revolusi industri 4.0 yang terjadi saat ini membuat teknologi memiliki peran penting dalam keseharian masyarakat diseluruh belahan dunia. Hal tersebut dapat terjadi karena kemajuan pada inovasi teknologi yang berkembang semakin pesat sehingga teknologi mampu membantu serta dapat berkontribusi dalam memberi kemudahan yang sangat beragam pada aspek kehidupan manusia. Majunya teknologi informasi saat ini telah menjadi sebuah kebutuhan yang sangat penting karena mampu berfungsi sebagai tuntunan yang mendesak bagi setiap orang untuk bisa menyelesaikan sebuah permasalahan dengan cepat serta mampu meringankan sebuah pekerjaan. Melihat bagaimana pentingnya peran teknologi informasi saat ini menumbulkan pola perubahan perlahan terhadap kebutuhan seseorang dalam menjalankan perkejaannya melalui sistem yang serba digital.

Kemajuan pesat pada perkembangan inovasi teknologi kini kian mendorong banyak perubahan termasuk pada sektor bisnis yang turut ikut membantu untuk memudahkan proses transaksi antara penjual dengan pembeli kapan dan dimana saja secara *online* tanpa adanya batasan antara ruang dan waktu. Perkembangan teknologi memberikan dampak yang besar pada perubahan pola transaksi ekonomi pasca momentum pandemi *covid-19* lalu yang awalnya telah terbiasa dilakukan secara konvensional lalu sekarang mulai dijalankan secara digital.

Fenomena kemajuan teknologi yang terjadi saat ini tidak hanya berdampak pada seluruh dunia, tentu juga negara Indonesia ikut merasakan dampak dari fenomena majunya teknologi. Hal ini dibuktikan dengan ditemukannya data perihal meningkatnya pertumbuhan pada jumlah pengguna internet di Indonesia. Berikut ini merupakan data persentase bagaimana peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia dari beberapa tahun belakangan ini, sepanjang tahun 2022 hingga 2024 dijabarkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1. 1
Pengguna Internet di Indonesia

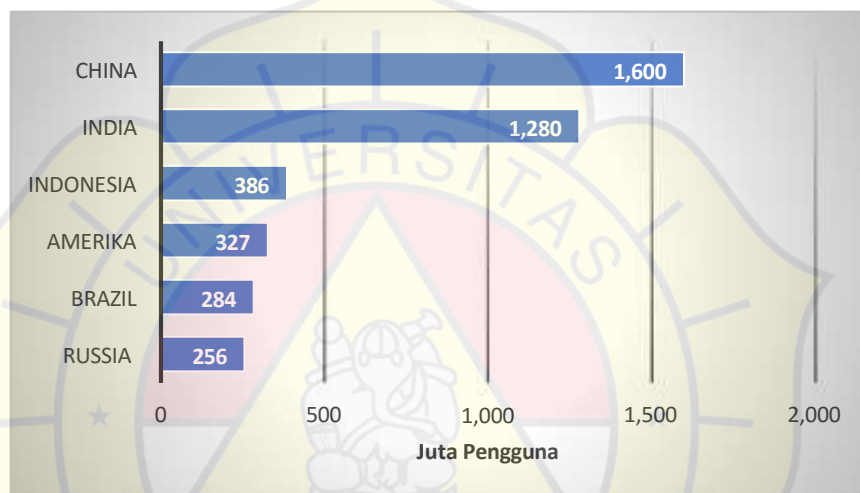
Tahun	Jumlah Pengguna
2022	210 juta
2023	215 juta
2024	221 juta

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024)

Berdasarkan data hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), data diatas menunjukkan bagaimana meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya. Pengguna internet di Indonesia tahun 2024 tercatat telah mencapai 221 juta pengguna dengan penetrasi total populasi penduduk pada tahun 2023 tercatat sebanyak 278 juta jiwa. Dari fenomena ini dapat disimpulkan bahwa hampir semua penduduk di Indonesia saat ini sudah akrab dengan perkembangan teknologi dan aktif menggunakan internet.

Umumnya seseorang mempunyai beberapa alasan untuk menggunakan internet, alasan tersebut dapat beragam beragam mulai dari memenuhi

kebutuhannya, pemenuhan kebutuhan dalam mencari informasi, ataupun untuk mengikuti bagaimana perkembangan *trend* saat ini, adapun untuk dapat menggunakan media sosial, maupun untuk mencari hiburan. Perkembangan internet di Indonesia terbukti dari ditemukannya data mengenai bertambahnya jumlah pengguna ponsel pintar atau *handphone*. Berikut ini merupakan data mengenai peringkat negara dengan pengguna *handphone* terbanyak di dunia.



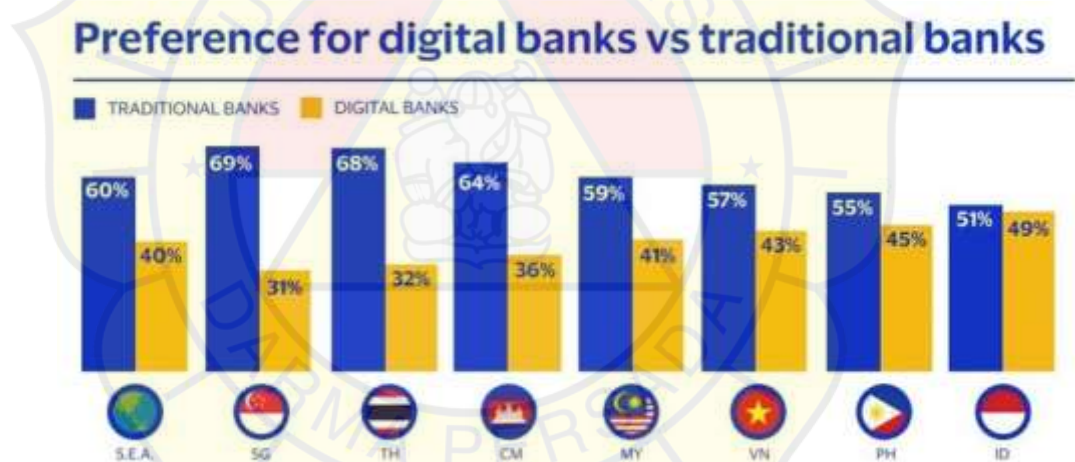
Sumber: Yonatan (2023)

Gambar 1. 1 Peringkat Negara Pengguna *Handphone* Terbanyak di Dunia

Berdasarkan laporan dari *World Population Review*, data tersebut menunjukkan bahwa negara Indonesia berada pada peringkat ketiga sebagai negara dengan pengguna *handphone* terbanyak di dunia dengan jumlah pengguna sebanyak 386 juta pengguna. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penduduk Indonesia saat ini cukup familier terhadap teknologi, hal tersebut didukung dengan jumlah populasi penduduk Indonesia yang banyak

menjadikan Indonesia menduduki peringkat ketiga sebagai negara dengan pengguna *handphone* terbanyak di dunia.

Momentum pandemi *Covid-19* memberikan pengaruh pada pola transaksi ekonomi, hal tersebut terjadi karena pembatasan sosial atau *social distancing*, dan pedagang yang mempunyai toko secara *offline* menutup tokonya membuat konsumen beralih pada *platform online* untuk bisa memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Meningkatnya akses internet ditimbulkan karena adanya lonjakan pengguna yang melakukan transaksi melalui *e-commerce* dan aplikasi pembayaran lainnya.

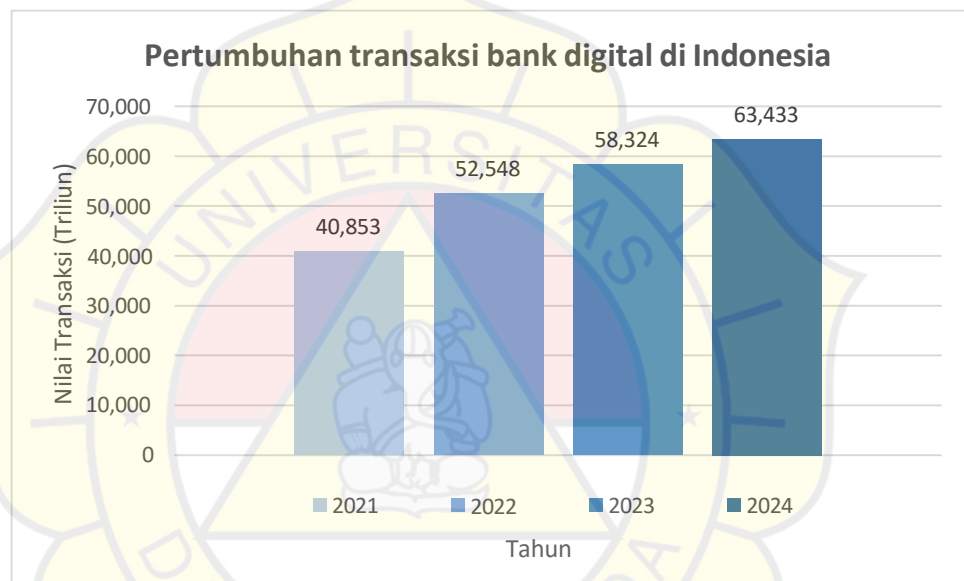


Sumber: *Survey Consumer Payment Attitude VISA* (2022)

Gambar 1. 2 Perbandingan prefensi masyarakat antara Bank Konvensional dan Bank Digital di Asia Tenggara

Berdasarkan *Survey Consumer Payment Attitude VISA*, Sebagian besar masyarakat di Asia Tenggara cenderung masih mengandalkan metode pembayaran menggunakan tradisional bank atau menggunakan layanan perbankan secara *offline*, seperti mengunjungi kantor cabang bank, berinteraksi dengan staf bank, atau secara langsung melakukan layanan

keuangan lainnya. Menurut data tersebut ditemukan bahwa sebagian masyarakat di Indonesia masih mengandalkan bank tradisional dengan angka persentase 51%, akan tetapi sebagian lainnya sudah mulai mengandalkan layanan perbankan digital dengan persentase 49%. Perbandingan ini mengindikasikan bahwa hampir sebagian masyarakat di Indonesia sudah mulai bermigrasi dengan menggunakan layanan perbankan digital.



Sumber: Bank Indonesia (2024)

Gambar 1. 3 Pertumbuhan Transaksi Bank Digital di Indonesia

Berdasarkan laporan dari Bank Indonesia, transaksi bank digital bertumbuh semakin meningkat 54,89% secara tahunan (*year-on-year/yoy*) sampai dengan bulan september 2024. Pertumbuhan perbankan digital membawa beberapa dampak positif bagi masyarakat diantaranya adalah dapat meningkatkan aktivitas perekonomian, mendorong tingkat literasi keuangan, serta turut mendukung pertumbuhan pada perdagangan pada *e-commerce* dimasa depan.

Saat ini bank digital menjadi salah satu solusi praktis sebagai pilihan untuk menggunakan layanan perbankan bagi masyarakat Indonesia. *Digital banking* digunakan untuk mempercepat transaksi perbankan, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui sebuah aplikasi atau *website* milik bank yang telah dilengkapi keamanan penggunaannya yang berguna menjadi penunjang masyarakat dalam bertransaksi.



Sumber: Populix (2024)

Gambar 1. 4 Pendorong Penggunaan Bank Digital

Menurut survei yang dilakukan Populix mengenai faktor pendorong pengguna menggunakan aplikasi perbankan digital, data diatas menunjukkan bahwa terdapat 3 (tiga) faktor penting yang menjadi pendorong masyarakat menggunakan perbankan digital karena transfer dana lebih cepat dan mudah, transaksi bisa dilakukan kapan dan dimana saja, serta sudah terintegrasi dengan *e-wallet* dan layanan pembayaran lain. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa alasan pengguna menggunakan aplikasi bank digital sangat mengutamakan faktor efisiensi dalam menggunakan layanan bank digital. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna terhadap

pemenuhan kebutuhan layanan pada aplikasi perbankan sangatlah penting dalam meningkatkan keputusan untuk menggunakan layanan perbankan digital.

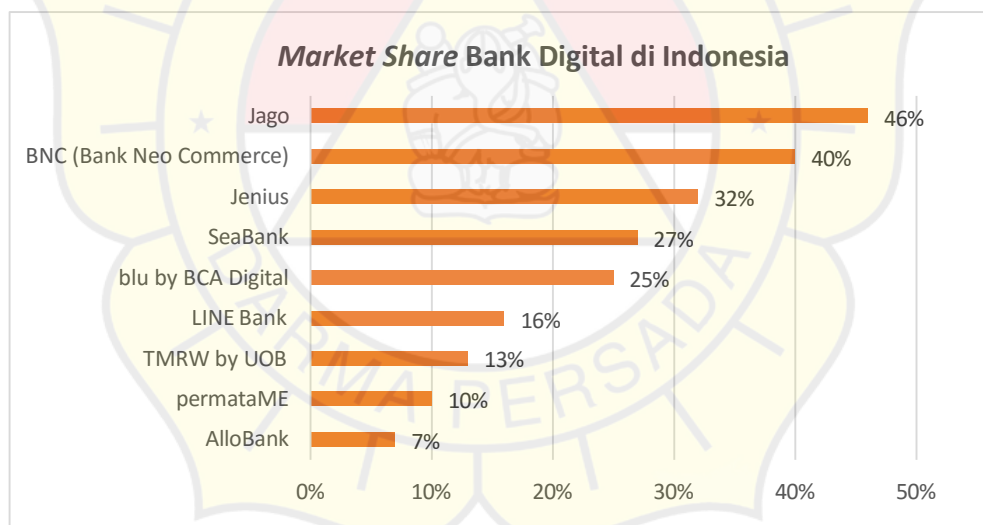
Tabel 1. 2

Bank Digital Paling Banyak diunduh di Indonesia

No.	Aplikasi Digital Bank	Asal Perusahaan	Tahun Rilis	Rating	Total Ulasan	Jumlah Pengguna
1.	SeaBank	SeaBank Indonesia	2021	4,9/5	1.957.905	10 Juta+
2.	NeoBank	Bank Neo Commerce	2021	3,4/5	278.096	10 Juta+
3.	Jenius	Bank BTPN Tbk	2016	3,3/5	199.800	10 Juta+
4.	Jago	PT Bank Jago	2021	4,5/5	195.000	10 Juta+
5.	Allo Bank	PT Allo Bank Indonesia Tbk	2022	4,0/5	53.085	10 Juta+
6.	Blu by BCA Digital	BCA Digital	2021	4,6/5	107.872	1 Juta+
7.	LINE Bank	PT Bank KEB Hana Indonesia	2021	3,1/5	26.331	1 Juta+
8.	Superbank	PT Super Bank Indonesia	2023	4,4/5	27.134	1 Juta+
9.	Raya	PT Bank Raya Indonesia Tbk	2022	4,4/5	9.933	1 Juta
10.	Krom	PT Krom Bank Digital	2023	4,8/5	20.725	500 Ribu+

Sumber: *play.google.com*, 2025

Berdasarkan tabel 1.2, Bank digital Jenius menjadi pionir aplikasi bank digital di Indonesia yang diluncurkan oleh Bank BTPN tepatnya pada 11 Agustus 2016. Pada tahun 2021 perusahaan perbankan di Indonesia mulai gencar bersaing dalam meluncurkan produk layanan bank digital. Data tersebut menyebutkan bahwa Jago, Bank Neo Commerce, LINE Bank, dan Blu by BCA sama-sama diluncurkan pada tahun yang sama lalu diikuti tahun berikutnya dengan Allobank. Seabank menjadi aplikasi bank digital yang paling unggul dengan total pengguna terbanyak yakni 10 juta pengguna, diikuti dengan *rating* yang tinggi yaitu 4,9/5. Adapun Blu by BCA Digital masih tertinggal dengan pencapaian lebih dari 1 (satu) juta pengguna dan *rating* yang cukup tinggi sebesar 4,6/5.

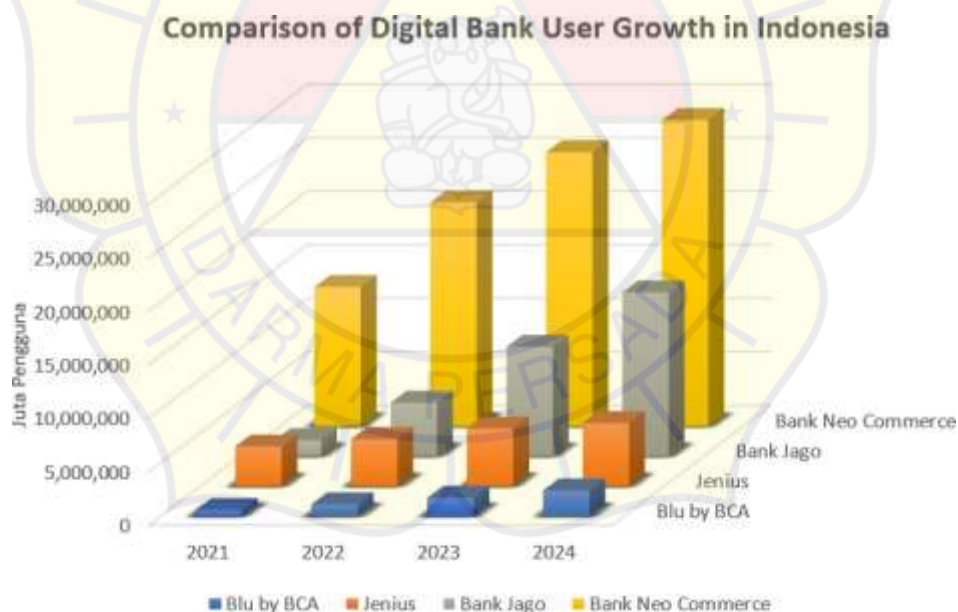


Sumber: Populix (2022)

Gambar 1. 5 Market Share Aplikasi Bank Digital di Indonesia

Menurut survei Populix terhadap bagaimana preferensi pengguna terhadap aplikasi *banking* dan *e-wallet*, data diatas menjelaskan terdapat 10 aplikasi bank digital yang populer serta paling sering digunakan di Indonesia pada tahun 2022.

Peringkat pertama dipimpin oleh aplikasi Jago sebagai aplikasi bank digital yang paling sering digunakan dengan total persentase sebesar 46% telah mengakui sering menggunakan aplikasi *digital banking* Jago, lalu diikuti dengan Bank Neo Commerce dan Jenius sebagai aplikasi *digital banking* yang paling sering digunakan. Namun data ini juga membuktikan bahwa aplikasi Blu by BCA Digital belum berada diposisi yang memimpin *market share* aplikasi bank digital di Indonesia. Blu by BCA Digital meraih persentase hanya 25% dari tingkat populernya. Fenomena ini memberikan informasi bahwa Blu by BCA Digital saat ini masih belum cukup populer dan digunakan oleh masyarakat luas di Indonesia jika dibandingkan beberapa aplikasi bank digital pesaingnya.



Sumber: *Annual Report of Digital Bank Companies in Indonesia (2021-2024)*

**Gambar 1. 6 Comparison of Digital Bank User Growth in Indonesia
(2021-2024)**

Berdasarkan temuan data yang berasal dari *annual report* atau laporan perkembangan tahunan perusahaan perbankan digital di Indonesia ditemukan

adanya fenomena yang menunjukkan peningkatan jumlah pengguna bank digital yang selalu naik signifikan setiap tahunnya. Namun terdapat fakta yang menunjukkan bahwa Blu by BCA Digital masih tertinggal dalam peningkatan jumlah pertumbuhan pengguna dari para pesaingnya walaupun jumlah penggunanya naik secara berkala. Pertumbuhan pengguna Blu by BCA saat ini masih tergolong rendah karena tidak sebanding dengan lonjakan pertumbuhan pengguna yang dimiliki oleh para pesaingnya yaitu bank digital Jago, Jenius dan Bank Neo Commerce.

Blu by BCA Digital dimulai dengan pertumbuhan pengguna yang paling rendah yaitu dengan total 552 ribu pengguna pada tahun 2021 yang bertambah menjadi 2,4 juta pada tahun 2024. Pertumbuhan pengguna Blu by BCA digital sejak tahun 2021 hingga tahun 2024 hanya meningkat sebanyak 1,8 juta pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa Blu by BCA Digital masih tertinggal dalam pertumbuhan penggunanya jika dibandingkan dengan Jenius yang telah dimulai dengan basis pengguna yang jauh lebih besar yaitu 3,7 juta sejak tahun 2021 yang kemudian meningkat menjadi 5,9 juta pengguna sampai dengan tahun 2024 bahwa terdapat pertumbuhan sebanyak 2,2 juta pengguna sejak tahun 2021 hingga tahun 2024. Adapun Bank Jago dan Bank Neo Commerce menunjukkan pertumbuhan pesat, dengan total pengguna Bank Jago tahun 2021 sebanyak 1,5 juta pengguna lalu meningkat ditahun 2024 sebanyak 15,3 juta pengguna bahwa terdapat pertumbuhan pengguna sebanyak 13,8 juta sejak tahun 2021 hingga tahun 2024. Diikuti dengan peningkatan pertumbuhan yang diraih oleh Bank Neo Commerce pada tahun 2021 sebanyak 13 juta pengguna lalu meningkat ditahun 2024 sebanyak 28,6 juta

pengguna bahwa terdapat pertumbuhan pengguna sebanyak 15,6 juta pengguna sejak tahun 2021 hingga tahun 2024.



Sumber: blubybcadigital.co.id

Gambar 1. 7 Logo Blu by BCA Digital

Blu by BCA Digital merupakan sebuah produk layanan digital yang berbasis aplikasi *mobile* yang diluncurkan PT Bank Digital BCA. Blu by BCA Digital dapat diunduh dan diakses oleh Nasabah secara langsung melalui gawai (*gadget/smartphone*). PT Bank Digital BCA atau BCA Digital sebelumnya bernama Bank Royal sudah hadir sejak 2020 setelah diakuisisi oleh PT Bank Central Asia Tbk. BCA Digital menjadi *the next-generation* bank yang beroperasi tanpa cabang (*branchless*). Blu by BCA Digital merupakan sebuah layanan perbankan digital yang diciptakan guna memberikan kemudahan kepada para nasabah agar bisa melakukan transaksi finansial maupun non finansial melalui ponsel atau *handphone*. Blu by BCA Digital memiliki target sasaran pengguna yang berfokus kepada para generasi muda yang saat ini lebih akrab pada teknologi.

Blu by BCA Digital menawarkan kemudahan kepada penggunanya berupa kemudahan untuk melakukan berbagai macam transaksi, seperti untuk

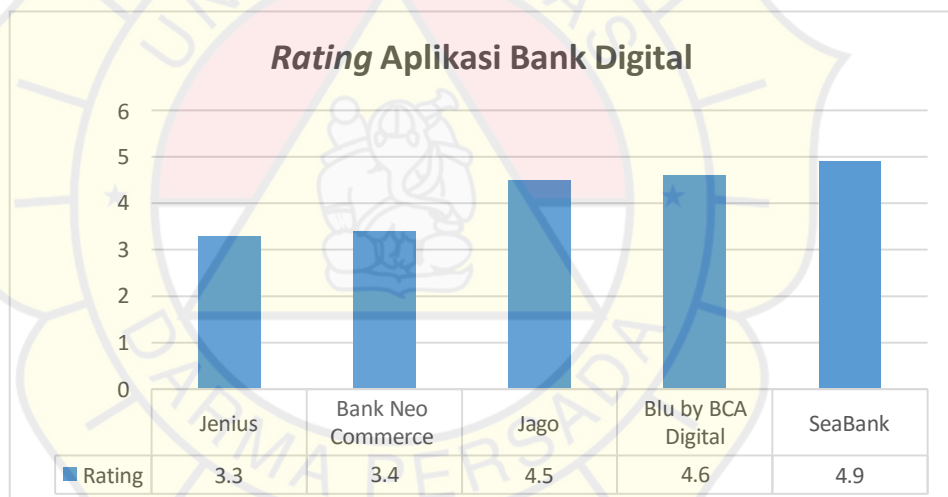
Bayar/Beli, QRIS, Tarik Tunai, *Top up e-money*, Transfer, *Top up Flazz*, ataupun Setor Tunai. Adapun fitur tabungan yang ditawarkan oleh Blu by BCA Digital seperti *bluAccount*, *bluAccount for Teens*, *bluSaving*, *bluDeposit*, *bluGether*, *bluBisnis*, dan *bluValas* yang dirancang untuk membantu penggunaanya agar memiliki control serta kebebasan mengatur finansialnya. Tidak hanya fitur tabungan, Blu by BCA Digital juga menawarkan nasabahnya fitur menarik dan menguntungkan lainnya yaitu, *bluGift*, *bluInvest*, *bluExtraCash*, *bluInsurance*, dan *bluRDN*. Blu by BCA Digital tidak hanya hadir sebagai *direct digital banking*, tetapi juga sebagai *digital banking as a services (BaaS)*. Blu by BCA juga melakukan berbagai upaya peningkatan pada aplikasi agar semakin memudahkan nasabah dalam melakukan proses pembukaan rekening, menghadirkan fitur yang *user-friendly* UI/UX, dan penggunaan *marketing tools*. (blubybcadigital.co.id, 2024)



Sumber: App Store dan Google Play (2024)

Gambar 1. 8 Rating Aplikasi Blu by BCA Digital

Sejak pertama kali diluncurkan tepatnya pada 22 juli 2021, Blu by BCA Digital telah diunduh lebih dari 1 (satu) juta unduhan pada masing-masing penyedia perangkat seperti App Store dan Play Store. Berdasarkan gambar 1.8 pencapaian *rating* yang didapatkan pada aplikasi bank digital Blu by BCA Digital terbilang cukup tinggi, yaitu 4.8/5 dan 4.6/5 dari masing-masing penyedia perangkat aplikasi App Store dengan ulasan sebanyak 34 ribu ulasan, sedangkan pada Google Play Store dengan total ulasan sebanyak 100 ribu ulasan pada bulan januari 2025.

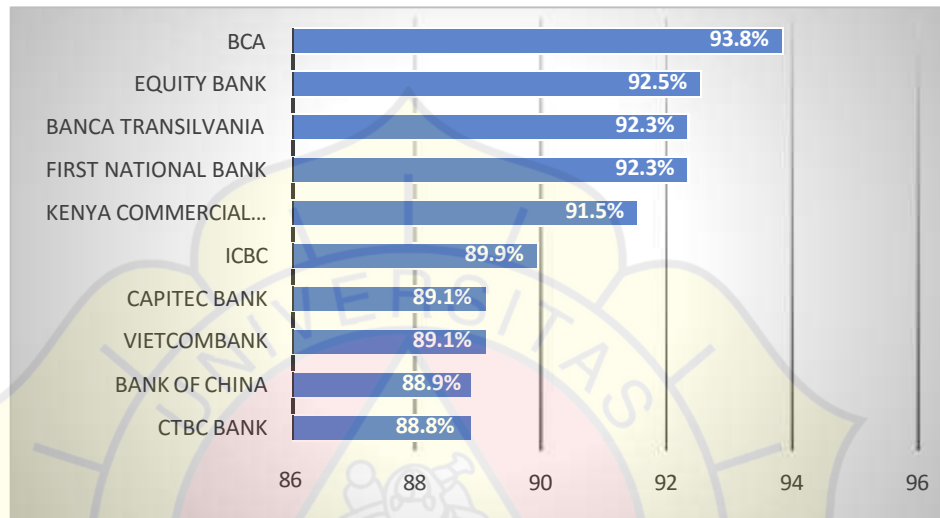


Sumber: Olah data penulis (2025)

Gambar 1. 9 Rating Aplikasi Bank Digital 2025

Berdasarkan gambar 1.9 data ini berasal dari *website* Google Play (2024), aplikasi Blu by BCA Digital memperoleh *rating* 4,6/5, menduduki posisi kedua setelah aplikasi SeaBank yang memperoleh *rating* tertinggi sebesar 4,9. *Rating* tersebut menunjukkan bahwa pengguna Blu by BCA cukup puas dengan kualitas layanan yang telah diberikan, *rating* ini lebih tinggi

dibandingkan dengan aplikasi Jago (4,5/5), Bank Neo Commerce (3,4/5), dan Jenius (3,3/5). Keunggulan yang telah dimiliki Blu by BCA Digital memiliki potensi yang besar dalam menarik lebih banyak pengguna agar dapat bersaing dengan lebih kompetitif dalam industri perbankan digital di Indonesia.

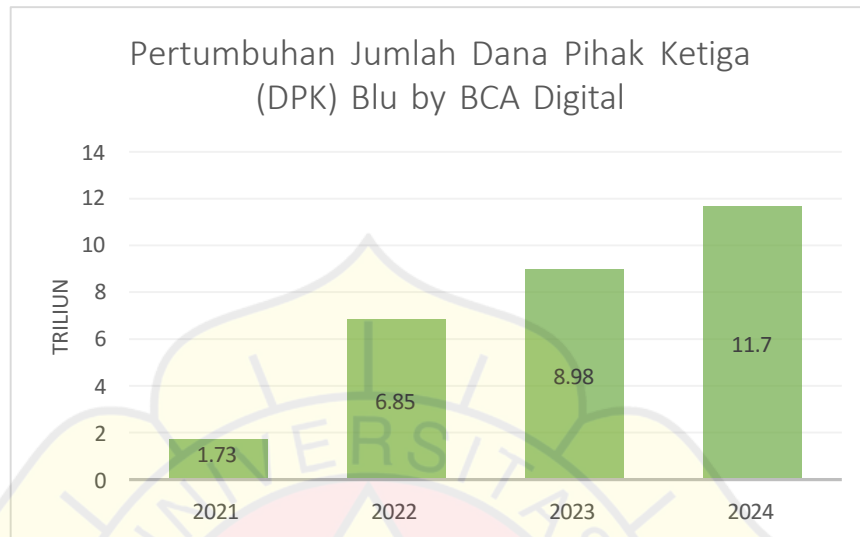


Sumber: databoks.katadata.co.id (2024)

Gambar 1. 10 Merek Perbankan Terkuat di Dunia (2024)

Menurut laporan *Brand Finance*, PT Bank Central Asia Tbk (BCA) dinobatkan sebagai merek perbankan terkuat di dunia tahun 2024. Dari 500 merek perbankan di dunia, bank BCA mampu menduduki peringkat pertama sebagai bank swasta asal Indonesia mampu meraih skor *Brand Strength Index* (BSI) sebesar 93,8 poin dan skala 100 poin. Selain itu, PT Bank Central Asia Tbk (BCA) mencetak *rating* kekuatan *brand* dengan sempurna, yakni AAA+. Hal tersebut membuktikan bahwa reputasi serta kinerja dari PT Bank Central Asia Tbk sangat baik. Reputasi yang baik serta kinerja yang bagus dapat menciptakan loyalitas dan memberikan kepercayaan kepada para nasabah

untuk selalu menggunakan jasa pelayanan keuangan yang ditawarkan oleh PT Bank Central Asia Tbk.



Sumber: *Annual Report* Blu by BCA Digital (2021-2024)

Gambar 1. 11 Pertumbuhan Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) Blu by BCA Digital

BCA Digital turut hadir memperkuat ekosistem perekonomian digital Indonesia melalui aplikasi *digital banking* Blu. Dalam fase awal peluncuran Blu telah menyediakan *funding product* dan *payment services* yang lebih beragam sesuai kebutuhan pasar, khususnya pada *digital savvy* yang mayoritas merupakan generasi milenial dan generasi Z. Langkah ini merupakan permulaan awal yang solid bagi BCA Digital. BCA Digital memiliki fondasi permodalan yang kuat untuk mendukung rencana ekspansi jangka panjang. Peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK) sejak tahun 2021 secara signifikan selalu meningkat setiap tahunnya, dibuktikan dengan adanya peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK) dari tahun 2023 sebelumnya sebanyak Rp8,9 triliun atau meningkat sebesar 31% menjadi Rp11,7 triliun

ditahun 2024 mengindikasikan kepercayaan yang terus tumbuh dari nasabah terhadap penggunaan layanan BCA Digital.

Tabel 1.3

10 World's Most Trustworthy Companies 2024

<i>Rank</i>	<i>Industry</i>	<i>Company Name</i>	<i>Country</i>
1	<i>Banks</i>	BCA	Indonesia
2	<i>Banks</i>	DBS Group	Singapore
3	<i>Banks</i>	Banco do Brasil	Brazil
4	<i>Banks</i>	State Bank of India	India
5	<i>Banks</i>	Banner Bank	US
6	<i>Banks</i>	The Toronto-Dominion Bank	Canada
7	<i>Banks</i>	United Bank	US
8	<i>Banks</i>	Lloyds Banking Group	United Kingdom
9	<i>Banks</i>	mBank	Poland
10	<i>Banks</i>	SNB	Switzerland

Sumber: Newsweek (2024)

Adapun menurut Laporan *Newsweek*, PT Bank Central Asia Tbk (BCA) meraih posisi pertama sebagai “*World's Most Trustworthy Company*” atau perusahaan paling dapat dipercaya di dunia dalam kategori industri perbankan. Data tersebut telah menyimpulkan bahwa PT Bank Central Asia Tbk (BCA) terbukti menjadi perusahaan yang terpercaya dalam skala Internasional.

Menurut Laporan data *The Asian Banker*, yang terdapat pada tabel 1.4 mengenai peringkat bank digital terbaik di dunia yang dikelompokkan ke dalam kawasan Asia Pasifik. Data tabel dibawah ini merupakan peluncuran pada penilaian komprehensif pertama di dunia terhadap bank-bank khusus digital global. Penilaian tersebut berdasarkan serangkaian kriteria evaluasi

secara transparan di seluruh dunia. Terdapat 5 (lima) kriteria penilaian yaitu berdasarkan pengalaman pelanggan, cakupan pasar/produk, profitabilitas, pertumbuhan aset dan simpanan, serta pendanaan. Bank digital milik PT Bank Central Asia Tbk (BCA) yakni Bank BCA Digital yang beroperasi lewat *platform* Blu, menjadi salah satu bank digital asal Indonesia dengan peringkat ke-77 sebagai bank digital terbaik di dunia. Hal ini membuktikan bahwa Blu by BCA Digital sebagai bank digital yang mempunyai performa yang unggul dalam skala internasional.

Tabel 1. 4

World's Top 100 Digital Banks Ranking 2025

<i>Rank</i>	<i>Bank</i>	<i>Country</i>	<i>Region</i>
3	WeBank	China	Asia Pacific
2	KakaoBank	South Korea	Asia Pacific
8	MYBank	China	Asia Pacific
16	Rakuten Bank	Japan	Asia Pacific
36	ING	Australia	Asia Pacific
39	O-Bank	Taiwan	Asia Pacific
41	CIMB Bank	Philippines	Asia Pacific
45	ANEXT BANK	Singapore	Asia Pacific
77	Blu by BCA Digital	Indonesia	Asia Pacific
91	LINE BK	Thailand	Asia Pacific

Sumber: *tabinsights.com* (2025)

Keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu barang maupun layanan jasa membentuk proses integrasi pengetahuan untuk melakukan evaluasi terhadap dua atau lebih perilaku konsumen untuk memilih opsi salah satunya. Secara tidak sadar konsumen akan selalu melakukan pengambilan keputusan dengan membandingkan beberapa pilihan yang

relevan dengan barang ataupun jasa yang akan mereka konsumsi dan gunakan. Terdapat beberapa tahapan dalam proses pengambilan keputusan, yakni; pengenalan masalah, pencarian informasi, membandingkan opsi pilihan, memutuskan untuk menggunakan ataupun melakukan pembelian, dan respon pasca penggunaan.

Setelah mengetahui tren positif pada peningkatan pertumbuhan transaksi dan faktor yang mendorong seseorang dalam menggunakan bank digital. Maka itu melakukan penelusuran pada bagaimana tingkat kepercayaan, kualitas layanan, dan kemudahannya serta bagaimana penawaran dalam fitur-fitur aplikasi Blu by BCA Digital akan mampu menarik pengguna yang lebih banyak lagi pada masa depan. Agar dapat menemukan faktor-faktor yang harus diperbaiki oleh Blu by BCA Digital adalah dengan cara menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan untuk menggunakan aplikasi Blu by BCA Digital.

Bila melihat penelitian terdahulu, terdapat beberapa perbedaan pendapat (*research gap*) mengenai *e-service quality*, *trust*, dan *perceived ease of use* terhadap keputusan penggunaan. Menurut Latief & Dirwan (2020) menyimpulkan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna. Menurut Ramli *et al.* (2021) menyimpulkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*, lalu *trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Sedangkan menurut Nurahmasari *et al.* (2023) menyimpulkan bahwa *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh terhadap

keputusan untuk menggunakan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kurnia & Tandijaya (2023) *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh pada *intention to use*. Adapun penelitian menurut Putri & Iriani (2021) menyimpulkan bahwa *trust* dan *perceived ease of use* sama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan sistem.

Besarnya potensi industri bank digital dimasa depan harus disadari oleh industri perbankan untuk secepatnya bertransformasi dalam memberikan pelayanan, akses, dan produk yang solutif dengan memaksimalkan digitalisasi. Maka dari itu, sangat penting untuk merasakan kualitas pada peforma bank digital yang tentunya berguna untuk tetap mempertahankan pengguna agar tidak beralih ke produk kompetitor serta membentuk pengalaman pengguna yang memuaskan dan positif dapat menjadi langkah awal untuk mengidentifikasi hal-hal yang perlu diperhatikan sehingga kualitas produk yang ideal dapat diberikan kepada pengguna. Hal tersebut dapat membantu tercapainya niat untuk menggunakan bank digital secara terus menerus (Jurnawan & Oktavia, 2024). Kualitas pelayanan dalam memaksimalkan fitur dan kemudahan yang dirasakan pengguna akan mendorong konsumen untuk memutuskan penggunaan suatu layanan serta keuntungan yang ditawarkan oleh aplikasi digital bank dapat menciptakan peluang besar untuk bersaing pada industri perbankan, serta menjadi tantangan bagi industri perbankan digital.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *E-Service Quality, Trust, dan Perceived Ease of Use Terhadap Keputusan penggunaan Aplikasi Digital Banking Blu by BCA di DKI Jakarta.*”**

1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka dapat penulis identifikasikan permasalahan dalam penelitian ini yaitu masih kurangnya keputusan penggunaan untuk menggunakan aplikasi Blu by BCA Digital.

- a. Perkembangan teknologi yang semakin pesat serta perubahan pola transaksi ekonomi dalam hidup masyarakat saat ini didominasi menjadi serba digital diikuti juga dengan maraknya sistem pembayaran digital. Hal tersebut menimbulkan persaingan dalam industri perbankan untuk terus melakukan inovasi terhadap produk dan layanannya. Salah satunya dengan menciptakan produk layanan bank digital. Persaingan ini membuat perusahaan perbankan terus berlomba untuk menawarkan fitur, dan keuntungan yang terdapat dalam layanan aplikasi bank digital mereka sehingga hal tersebut bertujuan untuk bisa menarik calon konsumen baru agar mulai memutuskan untuk menggunakan layanan bank digital mereka.

- b. Berdasarkan tren positif pada pesatnya peningkatan nilai transaksi melalui bank digital saat ini membuat perusahaan perbankan digital semakin berlomba untuk bersaing dalam menarik lebih banyak konsumen agar mulai menggunakan layanannya. Diketahui bahwa pada tahun 2022 Blu by BCA Digital masih tertinggal dan belum bisa memimpin *market share* dalam sektor perbankan digital. Adapun temuan data lain membuktikan pertumbuhan jumlah pengguna selama tahun 2021- 2024 Blu by BCA Digital saat ini masih cenderung lebih kecil dari para pesaingnya. Namun, fakta tersebut cukup berlawanan dengan laporan yang bersumber dari *Brand Streght Index*, BCA menjadi peringkat pertama sebagai merek perbankan terkuat di dunia. Selain itu Bank BCA juga menduduki urutan pertama sebagai perusahaan paling dapat dipercaya di pada kategori industri perbankan menurut majalah *Newsweek*. Adapun menurut laporan *The Asian Banker*, aplikasi Blu by BCA Digital menduduki peringkat ke-77 sebagai aplikasi bank digital terbaik di dunia tahun 2025.
- c. Berdasarkan pencapaian *rating* yang cukup tinggi dari aplikasi *digital banking* Blu by BCA Digital sebesar 4.6/5 pada *Google Play*, serta *rating* sebesar 4.8/5 di *App Store*. Namun, terdapat ketidakselarasan pada pertumbuhan pengguna Blu by BCA Digital masih tertinggal jika dibandingkan dengan pesaingnya.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan fakta, data, dan informasi yang telah dijabarkan diatas, penulis akan berfokus dan mendalam serta untuk menghindari meluasnya permasalahan, maka penelitian ini dibatasi variabel *E-Service Quality*, *Trust*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap Keputusan penggunaan aplikasi Blu by BCA Digital. Adapun lokasi di DKI Jakarta sebagai tempat penelitian, dengan objek karakteristik responden yang aktif bertransaksi menggunakan aplikasi *digital banking* Blu by BCA Digital minimal 2 (dua) kali dalam 2 (dua) bulan terakhir.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh *E-service Quality*, *Trust*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap keputusan penggunaan aplikasi *digital banking* Blu by BCA Digital?
- b. Apakah terdapat pengaruh antara *E-Service Quality* terhadap keputusan penggunaan aplikasi *digital banking* Blu by BCA Digital?
- c. Apakah terdapat pengaruh antara *Trust* terhadap terhadap keputusan penggunaan aplikasi *digital banking* Blu by BCA Digital?
- d. Apakah terdapat pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap terhadap keputusan penggunaan aplikasi *digital banking* Blu by BCA Digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas terdapat tujuan dari dilakukannya penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh antara *E-Service Quality*, *Trust* dan *Perceived Ease of Use* terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi *Digital Bank Blu* by BCA Digital.
2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *E-Service Quality* terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi *Digital Bank Blu* by BCA Digital.
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *Trust* terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi *Digital Bank Blu* by BCA Digital.
4. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi *Digital Bank Blu* by BCA Digital.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan harapan agar dapat menghasilkan manfaat secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, setidaknya bisa berguna sebagai penyambung pemikiran bagi dunia pendidikan mengenai *E-Service Quality*, *Trust*, *Perceived Ease of Use* dan keputusan penggunaan. Dengan adanya penelitian ini juga diharapkan dapat

berguna bagi pembaca serta dapat memberikan sambungan pemikiran bagi pihak yang memiliki permasalahan yang sama ataupun yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

2. Aspek Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menghadirkan pengetahuan baru terkait pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berhubungan dengan *E-Service Quality*, *Trust*, *Perceived Ease of Use*, dan keputusan penggunaan bagi perusahaan serta penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk perusahaan-perusahaan bank digital serta bisa menjadi dasar penelitian dimasa mendatang.

