

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi digital memberikan dampak besar pada berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk cara individu melakukan transaksi keuangan. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Tingkat penetrasi internet yang menyentuh angka 79,5% (APJII, 2024) tingginya penetrasi internet ini berkontribusi terhadap pertumbuhan bank digital yang menawarkan kemudahan akses dan efisiensi dalam bertransaksi.

Bank digital mempermudah dan mempercepat proses transaksi keuangan. Pada Mei 2024, Bank Indonesia (BI) mencatat nominal transaksi perbankan digital mencapai Rp5.570,49 triliun atau meningkat 10,82% secara tahunan (iNews.id, 2024). Generasi Z, yang saat ini merupakan kelompok generasi terbesar di Indonesia, menjadi penggerak utama pertumbuhan perbankan digital (KumparanBISNIS, 2024). Berdasarkan *Consumer Payment Attitudes Study* (CPAS), tingkat minat adopsi bank digital di kalangan Generasi Z mencapai 42%, Generasi Y sebesar 39%, Generasi X, sebesar 34% dan Generasi Boomers sebesar 25%. Faktor utama generasi ini memilih menggunakan bank digital adalah persepsi terhadap biaya yang lebih rendah serta proses perbankan yang sepenuhnya digital.

Meskipun banyaknya manfaat yang ditawarkan bank digital, masih terdapat pengguna yang ragu atau enggan menggunakan bank digital dengan alasan faktor keamanan. Studi (VISA, 2023) menunjukkan bahwa 46% pengguna khawatir terhadap potensi peretasan rekening, 39% terhadap transaksi tidak sah atau penipuan, dan 35% terhadap ketidakstabilan sistem transaksi. Selain itu, privasi data menjadi isu penting yang mempengaruhi kepercayaan dan niat perilaku pengguna dalam menggunakan perbankan digital.

Privasi data merupakan hak individu untuk mengontrol informasi pribadi, termasuk bagaimana data dikumpulkan, disimpan dan digunakan (Solove & Washington, 2006). Studi terbaru menunjukkan bahwa keamanan data menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan pengguna. Penelitian oleh (Martínez-Navalón et al., 2023) menemukan bahwa pengguna sering khawatir tentang penyalahgunaan data di perbankan elektronik. kekhawatiran tentang privasi data dan keamanan informasi pengguna, hal ini menjadi masalah yang signifikan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana pengguna

melihat privasi data dan bagaimana hal ini berdampak pada perilaku pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi bank digital.

SeaBank merupakan salah satu aplikasi bank digital yang populer di Indonesia, terutama di kalangan generasi Z, dengan pangsa pasar 57% (Populix, 2024). SeaBank menawarkan berbagai keunggulan, seperti bebas biaya transaksi, bunga deposito hingga 6% p.a dan bunga tabungan 3.5% p.a yang dapat dicairkan setiap hari. Namun, laporan tahunan SeaBank menunjukkan peningkatan signifikan terkait pengaduan pengguna layanan bank digital SeaBank, dari 40.593 laporan pada tahun 2022 menjadi 50.576 laporan pada tahun 2023 (SeaBank, 2024). Ulasan pengguna di App Store juga mengungkap berbagai kendala, seperti saldo yang terpotong namun tidak terkirim ke penerima dan lamanya waktu pemrosesan transaksi.

Privasi data menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi niat perilaku untuk tetap menggunakan aplikasi bank digital. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Populix, 2024) dalam “Studi Analisis Ekosistem dan Persepsi terhadap Bank Digital di Indonesia”, melaporkan bahwa 31% responden menganggap keamanan transaksi dan privasi data merupakan aspek paling penting saat memilih bank digital. Selain itu penelitian oleh (Swani et al., 2021) menegaskan hubungan antara kepercayaan dan kekhawatiran privasi, yang menguatkan temuan (G. R. Milne & Boza, 1999) bahwa peningkatan kepercayaan lebih efektif dibandingkan hanya mengurangi masalah privasi dalam membangun loyalitas pengguna.

Fenomena meningkatnya transaksi perbankan digital dan isu keamanan data pada aplikasi SeaBank, penting untuk meneliti lebih dalam bagaimana persepsi ancaman privasi data dan kepercayaan mempengaruhi niat perilaku pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana persepsi pengguna terhadap ancaman privasi data, kepercayaan, dan motivasi dalam niat perilaku pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank menggunakan model *Protection Motivation Theory* (PMT) yang diperluas dengan variabel *privacy concern*, *trust*, dan *Behavioral Intention* untuk memberikan wawasan lebih dalam tentang perilaku pengguna terhadap ancaman privasi data.

Protection Motivation Theory (PMT) pertama kali dikembangkan oleh Rogers pada tahun 1975 dan diperbarui pada tahun 1983. PMT menjelaskan bahwa bagaimana komunikasi persuasif mempengaruhi perilaku individu, terutama dalam situasi yang mengancam (Rogers W., 1983). Secara umum PMT menjelaskan bahwa dua penilaian utama menentukan motivasi perlindungan

seseorang, yaitu penilaian terhadap ancaman (*appraisal of threat*) dan penilaian terhadap kemampuan mengatasi ancaman (*appraisal of coping*) (Rogers W., 1983).

Dalam versi awal *Protection Motivation Theory* (PMT) (Rogers, 1975), terdapat tiga variabel utama yang digunakan untuk menentukan motivasi perlindungan, yaitu persepsi kerentanan (*perceived vulnerability*), persepsi keseriusan (*perceived severity*), dan efektivitas tindakan (*response efficacy*). Variabel-variabel ini dipengaruhi oleh proses kognitif yang menentukan penilaian ancaman (*appraisal of threat*), yang pada akhirnya penilaian ancaman (*appraisal of threat*) menjadi komponen penting dalam mendorong tindakan perlindungan diri, Rogers memperluas model aslinya dengan menambahkan variabel efektivitas diri (*self-efficacy*) dan biaya respons (*response cost*) (Maddux & Rogers, 1983). Efektivitas diri (*self-efficacy*) menunjukkan keyakinan seseorang dalam kemampuannya untuk melakukan tindakan perlindungan, sedangkan biaya respons (*response cost*) menunjukkan bagaimana individu melihat potensi biaya atau usaha yang harus dikeluarkan untuk melakukan tindakan perlindungan.

Model PMT dipilih sebagai kerangka teoritis yang relevan untuk memahami bagaimana penilaian terhadap ancaman (*appraisal of threat*) dan penilaian terhadap kemampuan mengatasi ancaman (*appraisal of coping*) mempengaruhi keputusan dalam menghadapi risiko privasi data. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank. Alasan pemilihan PMT sebagai model penelitian adalah efektivitasnya dalam menganalisis bagaimana persepsi ancaman privasi data mempengaruhi perilaku pengguna. PMT juga telah diterapkan dalam berbagai penelitian untuk menganalisis masalah dan perilaku privasi data.

Penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini telah menggunakan PMT dalam berbagai konteks. Penelitian yang dilakukan (Ifinedo, 2012) menggunakan sampel 124 manajer bisnis dan profesional sistem informasi untuk mengevaluasi kepatuhan terhadap kebijakan keamanan sistem informasi (ISSP) dengan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Protection Motivation Theory* (PMT). Selanjutnya, Penelitian yang dilakukan (Miraja et al., 2019) meneliti mahasiswa Generasi Z dalam memahami niat kepatuhan terhadap undang-undang anti pembajakan perangkat lunak menggunakan PMT. Sementara itu, Penelitian yang dilakukan (Septianto et al., 2022) melibatkan pengguna media sosial di Indonesia untuk menganalisis kesediaan berbagi informasi pribadi menggunakan pendekatan *Protection Motivation Theory*.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu diperhatikan. Pertama, dari segi konteks

penelitian, meskipun telah banyak penelitian yang mengkaji penggunaan layanan perbankan digital, masih terdapat keterbatasan studi yang secara spesifik membahas privasi data dan kepercayaan pengguna pada aplikasi bank digital baru seperti SeaBank. Kedua, dari segi integrasi teori, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ifinedo, 2012) mengintegrasikan TPB dengan PMT, tetapi masih terbatas dalam mengeksplorasi peran variabel kepercayaan (*trust*) dan kekhawatiran privasi (*privacy concern*) dalam konteks perbankan digital. Ketiga yaitu inkonsistensi hasil, terdapat hasil yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya, dimana penelitian yang dilakukan (Miraja et al., 2019) menemukan bahwa penilaian terhadap penilaian penanganan (*appraisal of coping*) berpengaruh positif terhadap niat perilaku, sementara penilaian terhadap ancaman (*appraisal of threat*) berpengaruh negatif. Hal ini berbeda pada penelitian yang dilakukan (Septianto et al., 2022) yang menemukan bahwa penilaian terhadap ancaman (*appraisal of threat*) berpengaruh positif pada kekhawatiran privasi dan keinginan berbagi identitas digital, namun efektivitas tindakan (*response efficacy*) tidak mempengaruhi kesediaan pengguna dalam berbagi identitas digital.

Untuk mengatasi kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini akan menggunakan model PMT yang diperluas untuk menganalisis bagaimana penilaian ancaman (*perceived vulnerability* dan *perceived severity*), penilaian penanganan (*response efficacy*, *self-efficacy*, dan *response cost*), serta kekhawatiran privasi (*privacy concern*) dan kepercayaan (*trust*) mempengaruhi niat perilaku (*Behavioral Intention*) pengguna aplikasi SeaBank di Indonesia. Dengan menggunakan model ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan PMT dalam konteks privasi data dan kepercayaan pengguna layanan perbankan digital.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan memberikan wawasan praktis bagi industri perbankan digital dalam meningkatkan kepercayaan dan keamanan data pengguna. Secara khusus, hasil penelitian ini dapat membantu pemangku kepentingan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam tetap menggunakan aplikasi bank digital, sehingga dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan adopsi dan retensi pengguna SeaBank di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh persepsi kerentanan (*perceived vulnerability*) terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank?
2. Bagaimana pengaruh persepsi keseriusan (*perceived severity*) terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank?
3. Bagaimana pengaruh kekhawatiran privasi (*privacy concern*) terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank?
4. Bagaimana pengaruh efektivitas tindakan (*response efficacy*) terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank?
5. Bagaimana pengaruh efektivitas diri (*self-efficacy*) terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank?
6. Bagaimana pengaruh biaya respons (*response cost*) terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank?
7. Bagaimana pengaruh kepercayaan (*trust*) terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online kepada pengguna aplikasi SeaBank di Indonesia melalui media sosial *WhatsApp*, *TikTok*, dan *Instagram*.
2. Proses pengisian kuesioner dilakukan menggunakan Google Form secara daring.
3. Pertanyaan dalam kuesioner diadopsi dari beberapa jurnal penelitian yang menggunakan *Protection Motivation Theory* (PMT) sebagai landasan teori.
4. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam cakupan wilayah responden, di mana beberapa provinsi seperti Sulawesi Barat, Sulawesi Tengah, Sulawesi Utara, serta seluruh provinsi di Papua tidak memiliki responden. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi aplikasi SeaBank masih sangat terbatas di kawasan timur Indonesia, sehingga hasil penelitian ini lebih merepresentasikan wilayah dengan tingkat penggunaan yang lebih tinggi.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui pengaruh persepsi kerentanan (*perceived vulnerability*) terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank.
2. Mengetahui pengaruh persepsi keseriusan (*perceived severity*) terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank.
3. Mengetahui pengaruh kekhawatiran privasi (*privacy concern*) terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank.
4. Mengetahui pengaruh efektivitas tindakan (*response efficacy*) terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank.
5. Mengetahui pengaruh efektivitas diri (*self-efficacy*) terhadap niat (*Behavioral Intention*) untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank.
6. Mengetahui pengaruh biaya respons (*response cost*) terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank.
7. Mengetahui pengaruh kepercayaan (*trust*) terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat-manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis:
 - Memberikan kontribusi terhadap pengembangan *Protection Motivation Theory* (PMT) dalam konteks adopsi teknologi keuangan digital, khususnya pada aplikasi perbankan digital seperti SeaBank.
 - Memperkaya literatur mengenai kesadaran privasi data dan kepercayaan pengguna dalam layanan perbankan digital di Indonesia.
 - Menjadi landasan teoritis bagi penelitian selanjutnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna dalam adopsi teknologi pembayaran digital.
2. Manfaat Praktis:
 - Memberikan wawasan bagi SeaBank dalam mengembangkan strategi perlindungan privasi data dan meningkatkan kepercayaan pengguna.
 - Membantu penyedia layanan keuangan digital dalam meningkatkan fitur keamanan dan transparansi terkait pengelolaan data pengguna.
 - Memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan adopsi pengguna terhadap layanan perbankan digit