
BANK DIGITAL: PERILAKU DAN RISIKO FINANSIAL

Ignatius Novianto Hariwibowo¹, Wimpie Yustino Setiawan²

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

email: wimpie.setiawan@uajy.ac.id²

Article Info

Article history:

Received Feb 01, 2024

Accepted May 08, 2024

Keywords:

risk; digital bank; social network analysis; digital behavior

ABSTRACT

Indonesia is one of the countries experiencing rapid digital bank growth. Along with the rapid growth of banks, the risks and problems related to digital banks are also increasing, one of which is consumer behaviour towards risk. Therefore, this study aims to identify the dominant factors that may influence the use of digital bank product services at the level of risk that is understood by the public. This study uses a questionnaire with open questions which will be analysed using a text analysis approach or topic analysis based on the respondents' answers. The social network analysis (SNA) method was chosen to get an overview of the cognitive structure of the respondents related to digital banks. The results of this study indicate that, although respondents are aware that high deposit rates that are not guaranteed by the Deposit Insurance Corporation (LPS) are riskier, respondents still have an interest in using digital bank deposit products. However, the results of the SNA analysis show that the dominant factor that attracts the use of digital bank deposit products is the practical value and convenience offered by digital banks. The results of this study indicate that digital bank acceptance is driven more by digital lifestyle behaviour than economic factors, such as high deposit interest rates offered by digital banks.

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami pertumbuhan bank digital yang pesat. Seiring dengan pertumbuhan bank pesat, risiko dan permasalahan yang ada pada bank digital juga menjadi meningkat, dimana salah satu penyebabnya adalah perilaku konsumen terhadap risiko. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor dominan yang dapat memengaruhi penggunaan layanan produk bank digital pada tingkat risiko yang dipahami masyarakat. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan pertanyaan terbuka yang akan dianalisa dengan pendekatan analisa teks atau analisa topik berdasarkan jawaban responden. Metode *social network analysis* (SNA) dipilih untuk mendapatkan gambaran dari struktur kognitif responden terkait dengan bank digital. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, walaupun responden menyadari bunga simpanan tinggi yang tidak dijamin Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) lebih berisiko, responden tetap memiliki ketertarikan untuk menggunakan produk simpanan bank digital. Namun demikian, hasil analisa SNA menunjukkan bahwa faktor dominan yang menarik untuk penggunaan produk simpanan bank digital adalah nilai praktis dan kemudahan yang ditawarkan oleh bank digital. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa penerimaan bank digital lebih didorong oleh perilaku gaya hidup digital dari pada faktor ekonomi, seperti tawaran bunga simpanan tinggi yang diberikan bank digital.



© 2022 by the authors; licensee FEB UMP. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Corresponding Author:

Wimpie Yustino Setiawan

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Email : wimpie.setiawan@uajy.ac.id²

1. PENDAHULUAN

Perkembangan bank digital yang pesat di Indonesia, merupakan indikasi peluang perkembangan ekonomi digital yang baik. Namun demikian, di tengah persaingan yang ketat antar penyelenggara bank digital, tidak jarang bank digital menawarkan bunga tinggi untuk dapat menarik calon nasabah. Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) juga memperingatkan pada calon nasabah untuk hati-hati terhadap tawaran bunga tinggi yang diberikan bank digital (Afriyadi, 2021). Hal tersebut disebabkan oleh risiko yang akan ditanggung nasabah jika ada masalah keuangan dengan bank tersebut. Dengan demikian, besarnya dampak risiko yang terjadi akibat dari adanya bank gagal terhadap masyarakat dapat menjadi lebih luas. Risiko ini muncul dari perilaku calon nasabah, yang didorong oleh keinginan terhadap bunga yang tinggi, di atas ketentuan LPS. Dalam hal ini, sejauh mana kesadaran konsumen terhadap risiko dari bunga simpanan yang tinggi, di luar ketentuan LPS, menjadi salah satu faktor yang perlu diidentifikasi.

Terkait dengan potensi bank digital, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyampaikan bahwa terdapat faktor-faktor yang mendorong praktik bank digital di Indonesia, antara lain: adanya peluang, perilaku masyarakat yang telah terbiasa dengan aktivitas digital, dan tingginya transaksi digital (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Ekonomi digital di Indonesia yang tumbuh pesat merupakan peluang bagi pelaku produk dan layanan digital termasuk bank. Ditambah dengan kehadiran teknologi *mobile* (*smartphone*) yang semakin terjangkau, masyarakat semakin dimudahkan untuk melakukan transaksi digital.

Selain ketiga faktor tersebut, perkembangan bank digital yang pesat juga menarik banyak peneliti untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang dapat memengaruhi adopsi dan keberhasilan bank digital. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerimaan produk bank digital tidak lepas dari faktor kemudahan, tampilan, dan kecepatan akses sebagai faktor penerimaan teknologi (Kitsios et al., 2021; Vyas & Jain, 2021), Faktor teknologi tidak bisa dilepaskan dari bank digital karena keberadaannya yang didukung dengan tingginya adopsi teknologi oleh masyarakat (Indriasari et al., 2022). Produk bank digital dipandang juga sebagai bentuk inovasi dalam pelayanan, yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah (Mbama et al., 2018). Selain faktor teknologi, faktor lingkungan sosial juga memengaruhi penerimaan bank digital. Penelitian Kaur & Arora (2020) menunjukkan bahwa lingkungan sosial juga memiliki pengaruh terhadap seseorang untuk menggunakan produk digital bank. Hadirnya faktor sosial ini merupakan wujud adanya *trend* atau gaya hidup masyarakat yang ada dapat menarik atau menginspirasi penggunaan produk bank digital. Faktor yang juga diungkapkan oleh penelitian terdahulu terkait dengan penerimaan bank digital adalah faktor

personalitas atau kognitif. Beberapa penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa faktor ekspektasi, persepsi terhadap kegunaan, dan kredibilitas yang memengaruhi perilaku calon nasabah terhadap produk simpanan bank digital (Sivaram & Satheesh, 2021).

Berdasarkan penelitian terdahulu, dapat dipahami bahwa terdapat faktor-faktor yang terkait dengan teknologi, lingkungan, dan personalitas atau kognitif, yang dapat memengaruhi perilaku orang untuk menggunakan produk bank digital. Namun demikian, karena banyaknya faktor yang memengaruhi penerimaan produk bank digital, faktor dominan yang membuat orang tertarik pada produk simpanan bank belum diidentifikasi oleh penelitian terdahulu. Hal ini terjadi karena banyak penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan regresi, yang mengidentifikasi adanya variabel bebas yang memengaruhi variabel terikat, yaitu penerimaan bank digital. Penelitian dengan metode kualitatif pernah dilakukan Diener & Špaček (2021) untuk mengidentifikasi halangan dalam peningkatan produk digitalisasi bank. Penelitian tersebut dilakukan dengan mewawancarai manajer bank. Namun penelitian tersebut juga belum memberikan penjelasan antaran kaitan satu faktor dengan faktor lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melengkapi apa yang belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, yaitu dengan mengidentifikasi faktor dominan yang menarik orang untuk menggunakan bank digital jika dihadapkan pada suatu potensi risiko. Untuk mendapatkan hasil tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan *social network analysis* (SNA) yang belum digunakan pada penelitian terdahulu. Pendekatan SNA dapat memberikan gambaran yang lebih luas terkait dengan suatu struktur kognitif dominan yang dapat mencerminkan kecenderungan perilaku calon nasabah jika diberi tawaran bunga tinggi oleh bank digital (Sánchez-Franco et al., 2017). Penelitian struktur kognitif melalui topik analisis bank masih terbatas untuk mengidentifikasi arah perkembangan penelitian atau topik pada bank digital (Osei et al., 2023). Namun demikian, penggunaan tersebut belum ditujukan untuk menilai struktur kognitif konsumen atau calon nasabah.

Fenomena pertumbuhan bank digital di Indonesia telah menarik banyak pihak dari praktisi dan akademisi untuk dapat mengidentifikasi berbagai faktor yang dapat memengaruhi penerimaan bank digital oleh masyarakat. Oleh karena itu, penelitian dilakukan untuk mengidentifikasi faktor struktur kognitif dominan atau kecenderungan yang menarik atau juga menghambat penerimaan produk simpanan bank digital pada situasi risiko yang diketahui konsumen (L. C. Cheng & Sharmayne, 2020). Penelitian terkait dengan pengaruh perilaku terhadap konsumen telah banyak dilakukan (B. Kaur et al., 2021; S. Kaur & Arora, 2020; Mbama et al., 2018), namun penelitian ini dilakukan untuk memberikan *novelty* (kebaruan) pada metode SNA, yang belum digunakan pada penelitian terdahulu karena metode regresi dan kualitatif yang banyak digunakan penelitian terdahulu (Diener & Špaček, 2021; S. Kaur & Arora, 2020; Mbama et al., 2018). Penelitian Wu et al. (2020) menjelaskan bahwa penentuan sikap terhadap risiko dan manfaat dalam keputusan merupakan situasi yang kompleks. Oleh karena itu, bagaimana keputusan tersebut diambil perlu digambarkan melalui pendekatan jaringan untuk memahami persepsi sosial. Selain itu, penelitian ini menggunakan pandangan dari responden untuk menilai kecenderungan perilaku penerimaan produk simpanan bank digital. Hal ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang menggunakan hasil penelitian untuk menilai perkembangan topik penelitian (Indriasari et al., 2022; Osei et al., 2023). Hasil penelitian ini diharapkan dapat dapat digunakan untuk memahami perilaku masyarakat terhadap potensi risiko bank digital sehingga dapat memitigasi risiko dari perilaku masyarakat untuk mengurangi dampak buruk dari adanya bank gagal.

2. KAJIAN TEORITIS

Keuangan Digital dan Bank Digital

Masa pandemi COVID-19 menjadi pemicu percepatan adopsi digital pada berbagai aspek kehidupan masyarakat. Tingginya penggunaan teknologi internet *mobile* telah menjadi dasar

perkembangan *e-commerce* yang mendorong lahirnya bank digital di Indonesia. Gaya hidup masyarakat yang berubah semakin digital merupakan peluang bagi perbankan untuk mempercepat peralihan layanan menjadi digital. Munculnya bank digital tidak lepas dari hadirnya revolusi industri 4.0 yang didorong oleh adopsi teknologi yang luas di masyarakat. Kondisi ini berdampak pada peralihan layanan, dari tradisional atau konvensional menjadi layanan yang berbasis teknologi, yang dilakukan oleh banyak industri di berbagai bidang atau sektor, termasuk sektor finansial. Berkembangnya bisnis *e-commerce* menuntut hadirnya ekosistem pembayaran digital yang menjadi tantangan bagi perbankan untuk dapat masuk dalam ekosistem digital ini. Indonesia sendiri merupakan salah satu negara dengan perkembangan ekonomi digital yang tinggi. Hasil survei menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan pengguna *e-commerce* tertinggi di dunia pada tahun 2021 (Lidwina, 2021). Perkembangan ekonomi digital terus berlanjut dan menyebabkan terjadinya peningkatan transaksi uang elektronik sebesar 42,06% dan bank digital sebesar 34,9% pada triwulan pertama 2022 (Rahman, 2022).

Besarnya potensi adopsi bank digital juga menimbulkan tantangan tersendiri dalam pengembangannya. Diener & Špaček (2021) telah melakukan penelitian terkait dengan tantangan pengembangan bank digital yang dilihat dari sudut pandang internal bank. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi manajemen merupakan kebutuhan manajerial yang perlu disiapkan. Strategi manajemen ini dapat meliputi upaya peningkatan kualitas produk dan layanan, pengurangan biaya pengembangan yang berdampak pada biaya layanan yang lebih rendah, pengaturan dan pengukuran proses inovasi yang disebabkan oleh adanya disrupsi teknologi yang tidak dapat dihindari (Kitsios et al., 2021). Faktor teknologi, yang berupa kecerdasan buatan, *big data*, dan *cloud computing*, juga menjadi salah satu faktor yang perlu dipenuhi oleh bank jika akan masuk pada bisnis perbankan digital. Kemampuan bank untuk dapat menyatu dalam ekosistem digital tersebut merupakan kunci respon pasar yang cepat (Indriasari et al., 2022). Untuk mendukung kesiapan tersebut, bank perlu mempersiapkan sumber daya manusia dengan talenta digital yang kompeten, baik dari sisi manajerial hingga kompetensi teknis. Semua ini menunjukkan bahwa perlunya persiapan internal organisasi bank yang akan masuk dalam bisnis perbankan digital ini. Artinya, bank perlu meningkatkan kapasitas internal terkait dengan strategi, teknologi, dan karyawan untuk dapat menyelenggarakan produk atau layanan secara digital (Harjanti et al., 2019).

Upaya untuk berhasil dalam industri perbankan digital ini, juga dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, antara lain: pelanggan atau calon nasabah dan regulasi pemerintah. Tuntutan pelanggan terhadap kualitas produk dan layanan merupakan tantangan yang dihadapi oleh bank digital. Pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan di era digital ini merupakan kunci yang membedakan antara satu layanan bank dengan lainnya. Kemampuan bank dalam menciptakan layanan yang mudah, cepat, murah, dan aman, merupakan kebutuhan dan tantangan yang perlu diperhatikan (Vyas & Jain, 2021).

Risiko Bank Digital

Dengan perkembangan bank digital yang pesat di Indonesia, Pemerintah Indonesia telah memiliki perangkat lembaga dan regulasi yang sesuai untuk menjaga stabilitas sistem keuangan, yaitu Bank Indonesia (BI), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). BI dan OJK memiliki tugas bersama menjaga kondisi makro-mikroprudential yang terkait dengan penetapan regulasi dan pengendalian yang dapat mencegah adanya bank bermasalah, sedangkan kerja sama BI dengan LPS adalah dalam rangka untuk penjaminan dan resolusi bank (Bank Indonesia, 2022). Meskipun upaya pencegahan dan penetapan regulasi yang sesuai telah dilakukan BI dan OJK, hingga saat ini masih terdapat kasus bank yang bermasalah di Indonesia. Pada periode 2019-2023, terdapat 27 bank yang dilikuidasi, baik yang sudah dilikuidasi atau sedang dalam proses (Lembaga Penjamin

Simpanan, 2023). Dalam beberapa kasus bank yang bermasalah, seringkali berawal dari penawaran bunga tinggi untuk menarik banyak nasabah, sedangkan LPS sendiri telah memberikan batas aman terhadap tingkat bunga simpanan sebagai bentuk pengendalian risiko. Sebagai akibatnya, muncul kredit macet atau kecurangan yang membuat bank mengalami masalah sehingga tidak dapat mengembalikan dana nasabah (Afriyadi, 2021).

Disamping membawa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh industri perbankan, transformasi digital memunculkan tantangan yang perlu diwaspadai. Beberapa tantangan tersebut mencakup perlindungan data pribadi dan risiko kebocoran data, risiko investasi teknologi yang tidak sesuai dengan strategi bisnis, risiko penyalahgunaan teknologi *artificial intelligence*, risiko serangan siber, risiko alih daya, perlunya dukungan kesiapan tatanan institusi yang berorientasi digital, inklusi keuangan bagi penyandang disabilitas, literasi keuangan digital yang masih rendah, infrastruktur teknologi informasi yang belum merata di Indonesia, dan dukungan kerangka regulasi (Day et al., 2018; Vyas & Jain, 2021).

Penelitian terdahulu juga telah menunjukkan bahwa banyak pihak dari berbagai kalangan juga menaruh perhatian besar pada isu keamanan produk bank yang berbasis digital, yang dapat berpengaruh pada kepercayaan masyarakat terhadap dunia perbankan (B. Kaur et al., 2021). Salah satu isu utama yang terkait dengan keamanan dunia maya adalah risiko operasional. Risiko ini muncul mengacu pada risiko kerugian akibat proses internal, orang, dan sistem yang tidak memadai atau gagal, atau dari peristiwa eksternal (Grima et al., 2021). Dalam konteks perbankan digital, risiko operasional dapat muncul dari serangan siber, kegagalan sistem, atau kesalahan manusia (Sivaram & Satheesh, 2021). Aspek penting lainnya dari keamanan dunia maya adalah risiko reputasi, yang mengacu pada risiko rusaknya reputasi bank akibat publikasi negatif, layanan pelanggan yang buruk, atau faktor lainnya. Dalam konteks perbankan digital, risiko reputasi dapat muncul dari serangan siber yang membahayakan data nasabah atau mengganggu layanan (S. Kaur & Arora, 2020). Risiko pihak ketiga juga merupakan masalah penting dalam perbankan digital, karena mengacu pada risiko kerugian akibat tindakan atau kelambanan vendor, pemasok, atau penyedia layanan pihak ketiga. Dalam konteks perbankan digital, risiko pihak ketiga dapat muncul dari serangan siber yang menargetkan sistem atau data pihak ketiga yang saling terkait dengan adanya transaksi digital (Grima et al., 2021). Oleh karena itu, diperlukan pemahaman terhadap keseluruhan aspek bisnis digital dan kepatuhan terhadap undang-undang, peraturan, dan standar industri yang relevan terkait dengan keamanan dunia maya dan perlindungan data. Dengan mengatasi masalah ini, bank dapat membantu mencegah serangan dunia maya, melindungi data pelanggan, dan memastikan keamanan dan keselamatan platform perbankan digital (Pi et al., 2012).

Mengenai besarnya peluang dan tantangan yang ada pada bank digital, penelitian terdahulu menjelaskan pentingnya peran pemerintah sebagai regulator dalam upaya mempertahankan kepercayaan masyarakat pada industri finansial (Corbet et al., 2019). Peraturan pemerintah dapat memiliki berbagai dampak pada perbankan digital. Peraturan pemerintah dapat mempercepat atau memperlambat pengembangan dan adopsi teknologi baru. Selain itu, peraturan pemerintah dapat memengaruhi tingkat persaingan pasar, serta tingkat kepercayaan dan keyakinan yang dimiliki klien terhadap *platform* perbankan digital dengan regulasi yang memberikan jaminan keamanan pada nasabah. Perlindungan ini dapat terkait dengan tingkat risiko dan keamanan pada perbankan digital, serta inklusi dan aksesibilitas keuangan bagi semua lapisan masyarakat (Klapper & Singer, 2017). Pada akhirnya, pelaku dalam industri perbankan dan pembuat kebijakan dapat berkolaborasi untuk membuat undang-undang yang menyeimbangkan kebutuhan inovasi dan persaingan dengan kebutuhan manajemen risiko dan perlindungan konsumen (Mouna & Jarboui, 2022).

Selain itu, penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa kredibilitas merupakan kunci utama dalam pemanfaatan produk simpanan bank secara umum, termasuk juga pada bank digital. Dalam hal ini, LPS memiliki tantangan yang lebih luas dengan hadirnya bank digital karena bertambahnya variasi model produk keuangan yang ditawarkan oleh bank digital. Oleh karena itu, penelitian ini juga menilai pandangan masyarakat terhadap kebutuhan produk perbankan, yang dalam hal ini adalah bank digital.

Perilaku Finansial dan Risiko Finansial

Perilaku memainkan peran penting dalam membentuk respon individu terhadap risiko dan dampak yang mereka alami (Wu et al., 2020). Kondisi tersebut dijelaskan oleh teori tindakan beralasan (*Theory Reasoned Action*) dan teori perilaku berencana (*Theory Planned Behavior*). Kedua teori tersebut menjelaskan bahwa keputusan atau sikap seseorang akan dapat memengaruhi perilaku. Dalam konteks penelitian ini, keputusan atau sikap terhadap perbankan digital, baik risiko dan manfaatnya, akan memengaruhi perilaku menggunakan produk perbankan digital (Raut, 2020). Dengan demikian, keputusan penggunaan produk perbankan digital mengandung pemahaman risiko dan manfaat yang ditimbulkan akibat pemanfaatan produk perbankan digital.

Penelitian terdahulu telah banyak yang mengeksplorasi hubungan antara perilaku dan risiko di berbagai bidang. Salah satu bidang utama dimana perilaku dapat memengaruhi risiko adalah terkait dengan pengambilan keputusan keuangan. Penelitian S. Kaur & Arora (2020) telah menunjukkan bahwa kecenderungan pengambilan risiko individu, seperti kesediaan mereka untuk mengambil risiko keuangan, dapat berdampak signifikan terhadap hasil keuangan mereka. Contohnya, individu yang memiliki kecenderungan perilaku untuk berani mengambil risiko mungkin lebih cenderung berinvestasi pada aset berisiko tinggi dengan imbalan tinggi, seperti saham atau mata uang kripto. Dalam konteks produk bank, mereka yang lebih berani mengambil risiko akan cenderung lebih memilih tawaran bunga simpanan yang lebih tinggi. Meskipun perilaku ini dapat menghasilkan keuntungan finansial yang signifikan, perilaku ini juga dapat mengakibatkan kerugian besar jika investasi tidak berjalan seperti yang diharapkan. Selain itu, penelitian Mbama et al. (2018) telah menunjukkan bahwa perilaku individu, seperti tingkat literasi keuangan dan kecenderungan pemahaman kognitif, juga dapat memengaruhi pengambilan keputusan keuangan dan respon terhadap risiko.

Selain risiko pada tingkat finansial, faktor teknologi juga dapat memengaruhi perilaku orang terhadap bank digital. Penelitian Fernández-Rovira et al. (2021) menjelaskan bahwa pengetahuan tentang teknologi informasi (TI) adalah faktor penting di balik pembentukan sikap terhadap perbankan *online*. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku individu, seperti tingkat pengetahuan dan kenyamanan mereka dengan TI, dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap risiko yang terkait dengan perbankan *online*. Mereka yang lebih berpengetahuan dan nyaman dengan TI mungkin menganggap perbankan *online* kurang berisiko dan cenderung terlibat di dalamnya, sementara mereka yang kurang berpengetahuan dan nyaman mungkin menganggapnya lebih berisiko dan cenderung tidak terlibat di dalamnya. Penjelasan yang sama juga didukung oleh penelitian Sivaram & Satheesh (2021) yang menjelaskan bahwa pemahaman individu terhadap transaksi digital akan berpengaruh terhadap seberapa besar mereka dapat menerima risiko bank digital. Namun penelitian tersebut menjelaskan bahwa seorang individu akan lebih berani mengambil risiko jika ada pada kelompok, hal ini mengindikasikan juga bahwa ada pengaruh sosial terhadap perilaku risiko dalam kaitan dengan penerimaan risiko.

Berdasarkan penjelasan tersebut, perilaku memainkan peran penting dalam membentuk respon individu terhadap risiko dan dampak yang akan terjadi. Memahami efek perilaku terhadap risiko sangat penting bagi individu, organisasi, dan pembuat kebijakan, karena dapat menginformasikan strategi untuk risiko. Selain itu perilaku terhadap risiko merupakan situasi yang kompleks. Oleh karena itu,

penelitian ini menggunakan *Social Network Analysis* (SNA) untuk memahami struktur kognitif yang dominan untuk menggambarkan perilaku seseorang dalam menerima produk atau layanan bank digital.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat banyak faktor yang dapat memengaruhi orang untuk menggunakan produk simpanan bank digital. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan SNA untuk mengidentifikasi faktor yang dominan menarik orang untuk menggunakan produk bank digital, pada tingkat risiko yang dipahami. Analisa menggunakan SNA akan menganalisa suatu *node* dalam jaringan. *Node* dapat berupa apa saja, contohnya manusia, benda, tempat, proses atau aktifitas, dan pandangan atau ide. SNA merupakan pendekatan penelitian secara kualitatif dan kuantitatif (*mix method*), yang dapat menggambarkan suatu struktur pemahaman yang kompleks (Zhang & Luo, 2017). Oleh karena itu, SNA banyak digunakan pada penelitian terdahulu untuk menganalisa suatu topik atau teks dari suatu isu tertentu (Battisti et al., 2021, 2022).

3. METODE PENELITIAN

Responden dan Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang didistribusikan secara *online* dengan *google form*. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor ketertarikan pada bank digital pada suatu kelompok tertentu. Total 103 kuesioner dikirimkan kepada 43 orang yang berprofesi sebagai mahasiswa dan 60 responden yang mayoritas berprofesi sebagai karyawan. Kedua kelompok responden tersebut dipilih karena mewakili kelompok yang lebih memahami atau lebih akrab dengan teknologi dan berbagai produk bank digital. Pertanyaan yang diajukan pada responden adalah sebagai berikut:

1. Apakah Anda berminat menggunakan produk layanan bank digital, sebagaimana produk dan layanan bank konvensional pada umumnya?
2. Apakah Anda berminat untuk menggunakan produk simpanan di bank digital (tabungan atau deposito), jika bank digital memberikan bunga simpanan di atas 7% per tahun? (catatan: LPS hanya menjamin simpanan dengan tingkat bunga maksimal 4,25% untuk bank umum dan 6,25% untuk BPR)
3. Apakah Anda berminat untuk menggunakan produk simpanan di bank digital, jika simpanan anda dijamin oleh LPS? (catatan: LPS hanya menjamin simpanan dengan tingkat bunga maksimal 4,25% untuk bank umum dan 6,25% untuk BPR)
4. Sebutkan faktor apa saja yang dapat membuat Anda tertarik menggunakan produk bank digital?
5. Sebutkan faktor apa saja yang dapat menjadi kendala dalam pemanfaatan layanan bank digital?

Tahapan Penelitian

Dari lima pertanyaan di atas, pertanyaan inti ada pada pertanyaan nomor 2 dan 4. Pertanyaan nomor 2 merupakan pertanyaan yang ditujukan untuk mengetahui bagaimana respon responden terhadap risiko dari produk simpanan bank digital yang disadari terlebih dahulu. Sedangkan pertanyaan nomor 4 ditujukan untuk memahami faktor dominan yang dapat menarik responden untuk dapat menggunakan produk simpanan bank digital. Pertanyaan selain pertanyaan nomor 2 dan 4 merupakan pertanyaan untuk menambahkan informasi mengenai pandangan responden terhadap produk bank digital. Jawaban responden akan dianalisa dengan pendekatan SNA menggunakan tahapan sebagai berikut.

Tahapan pertama adalah penjelasan deskriptif responden. Tahapan ini dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai reponden dan pandangan umum terkait dengan jawaban responden.

Kedua, standarisasi jawaban responden. Proses standarisasi jawaban responden dilakukan supaya jawaban lebih terstandar dan dapat diolah dalam aplikasi Gephi 0.9. Tahapan ini dilakukan karena dimungkinkan responden menjawab secara panjang, sehingga harus diambil intinya.

Ketiga, analisa *degree of centrality*. Analisa dilakukan dari jawaban responden pada pertanyaan nomor 4 dan 5 menggunakan aplikasi Gephi 0.9. *Software* ini dipilih karena tampilannya yang lebih mudah dan telah banyak digunakan dalam penelitian berbasis jaringan. Nilai dari *degree of centrality* merupakan gambaran dari *node* atau faktor yang paling banyak dirujuk oleh *node* atau faktor-faktor lain (F. F. Cheng et al., 2018). Dengan kata lain, semakin tinggi nilai *degree of centrality* dari suatu *node* maka dapat *node* atau faktor tersebut merupakan pusat dari jaringan. Analisa *degree of centrality* merupakan analisa dasar dari pendekatan SNA yang ditujukan untuk mencari aktor utama dalam suatu jaringan. Dalam penelitian ini, faktor *central* tersebut adalah *node* atau faktor *central* dari jaringan yang menjadi pusat dari suatu isu atau topik. Dalam konteks penelitian ini, nilai *degree of centrality* yang tinggi menunjukkan faktor dominan yang paling menarik oleh responden.

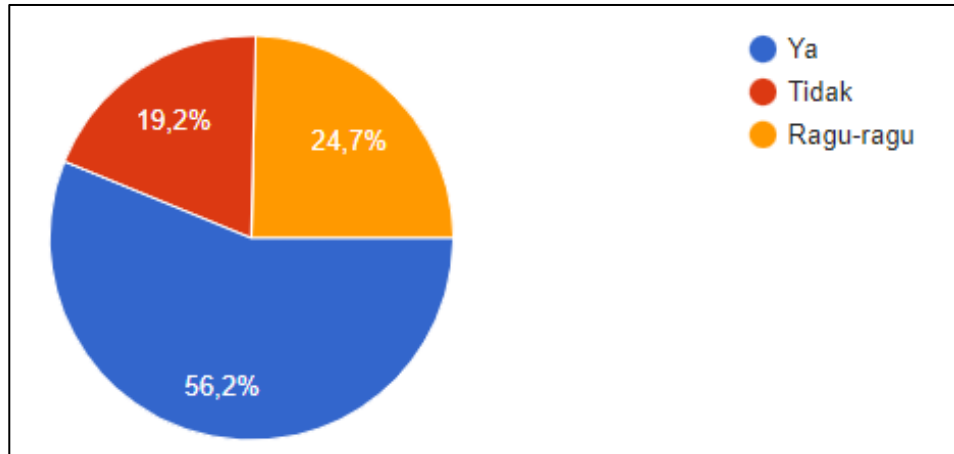
Keempat, analisa *modularity* menggunakan Gephi 0.9. Analisa *modularity* dilakukan untuk mengetahui pandangan umum terhadap bank digital. Nilai *modularity* merupakan nilai yang menunjukkan kedekatan antara *node* atau faktor yang mengindikasikan bahwa *node* atau faktor tersebut berada dalam kelompok yang sama (F. F. Cheng et al., 2018). *Node* atau faktor dengan nilai atau kelompok *modularity* yang sama, menunjukkan bahwa *node* atau faktor tersebut merupakan satu komunitas atau menjadi satu karena memiliki keterikatan yang erat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

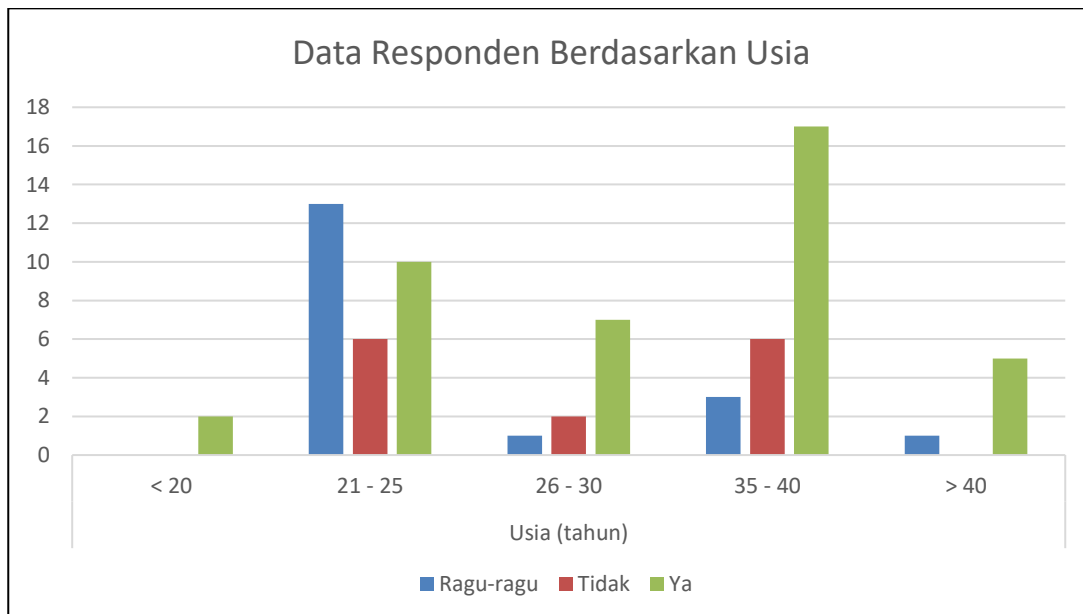
Berdasarkan waktu yang telah ditentukan, kuesioner yang berhasil terkumpul adalah sebanyak 73, yang berarti tingkat pengembalian kuesioner adalah 70,8%. Dari kuesioner yang diperoleh dapat dipahami bahwa terdapat dua kelompok besar berdasarkan usia yaitu: kelompok usia 21-25 tahun, yaitu sebesar 35,6% dan kelompok usia 35-40 tahun. Dari hasil kuesioner yang diolah, diperoleh informasi juga bahwa mayoritas responden lebih memilih simpanan sebagai produk bank yang paling diminati, yaitu sebesar 69,9% dibandingkan dengan produk simpanan bank yang lain. Informasi yang diperoleh dari responden juga menunjukkan bahwa 83,6% responden akan memilih produk simpanan bank digital seperti layaknya bank konvensional biasanya. Hasil ini mengindikasikan bahwa bank digital juga diterima sebagaimana layaknya bank konvensional biasanya, ekspektasi bentuk bank digital kurang lebih sama dengan bank konvensional.

Untuk memahami respon terhadap risiko, dari pertanyaan nomor 2, jawaban responden dapat dikelompokkan menjadi: “Ya” (artinya, tertarik walaupun sadar ada risiko), “Ragu-ragu” (artinya, responden sadar ada risiko tetapi masih bimbang), dan “Tidak” (artinya responden sadar risiko sehingga tidak tertarik). Secara umum, hasil menunjukkan bahwa responden yang memilih tetap menggunakan produk bank walaupun tidak dijamin LPS, atau menjawab “Ya”, adalah sebesar 56,2%. Dengan demikian, mayoritas responden tertarik pada bunga yang tinggi yang ditawarkan bank digital (Gambar1)



Gambar 1
Ketertarikan Responden pada Bunga Tinggi Bank Digital
 (Sumber: Data diolah, 2024)

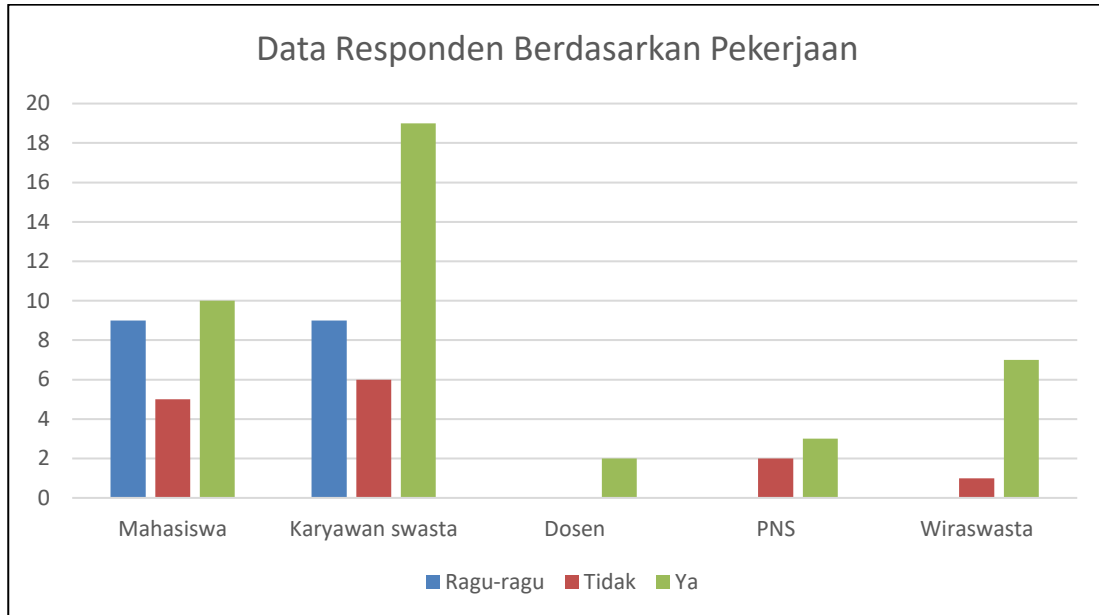
Jika hasil pada Gambar 1 tersebut dikelompokkan berdasarkan usia maka pada setiap kelompok usia memiliki ketertarikan pada bunga tinggi yang ditawarkan oleh bank digital walaupun tidak dijamin LPS. Sedangkan responden yang ragu-ragu lebih didominasi oleh kelompok usia 21-25 tahun, sedangkan ketertarikan terbesar berada pada kelompok usia 35-40 tahun. Detail informasi dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2
Ketertarikan Responden pada Bunga Tinggi Bank Digital Berdasarkan Usia
 (Sumber: Data diolah 2024)

Pengelompokan profil risiko berdasarkan usia ini juga dilakukan berdasarkan penelitian Königsheim et al. (2017), yang menjelaskan adanya kaitan antara usia dengan adopsi produk keuangan digital. Pada Gambar 2 juga dapat dipahami bahwa mayoritas responden yang tertarik pada bank digital masih tergolong muda, sehingga banyak dari responden yang tertarik dengan bank digital, terlebih lagi responden yang telah bekerja.

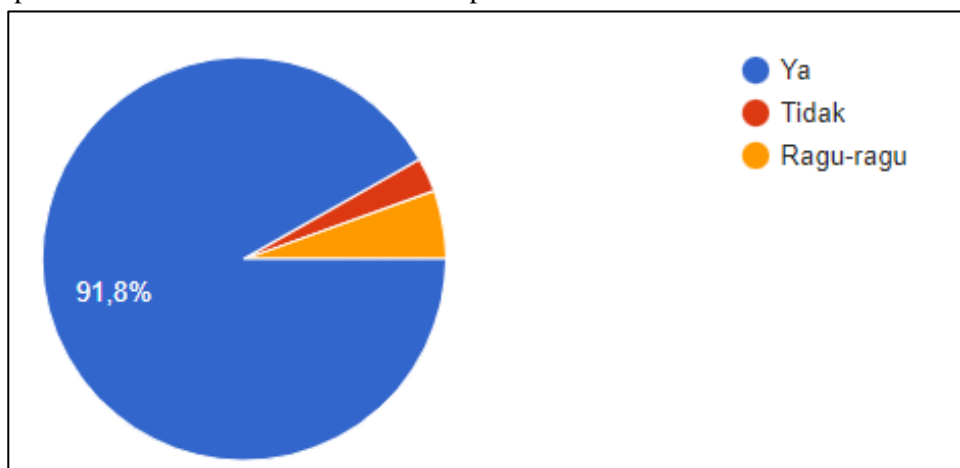
Dari kelompok pekerjaan, hasil rekap kuesioner juga menunjukkan hal yang sama, yaitu adanya ketertarikan pada bunga yang tinggi pada setiap kelompok pekerjaan. Sedangkan mereka yang ragu-ragu hanya ada pada kelompok mahasiswa dan karyawan. Sekali lagi, hasil deskriptif ini menunjukkan secara umum responden sadar akan risiko namun tetap memiliki ketertarikan pada bunga yang tinggi. Secara menyeluruh, hasil dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3

**Ketertarikan Responden pada Bunga Tinggi Bank Digital Berdasarkan Pekerjaan
(Sumber: Data diolah, 2024)**

Ketertarikan responden menjadi semakin meningkat jika LPS dapat menjamin semua produk simpanan pada bank digital, seperti pada Gambar 4, responden yang ingin menggunakan produk simpanan di bank digital menjadi 91,8%, dari yang awalnya 56,2% (Gambar 4). Hasil ini menunjukkan bahwa responden sadar bahwa kehadiran LPS dapat menurunkan risiko nasabah.



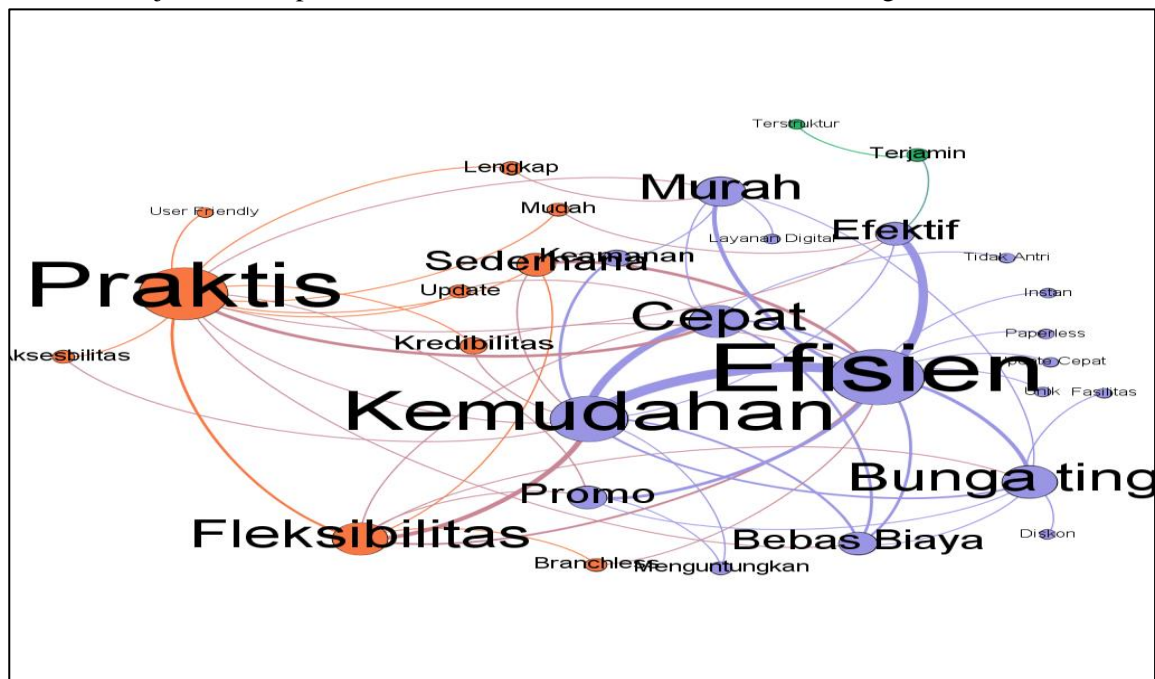
Gambar 4

**Ketertarikan Responden pada Bank Digital Jika Dijamin LPS
(Sumber: Data diolah, 2024)**

Dari hasil deskripsi responden yang diperoleh, hasil tersebut mengindikasikan bahwa perilaku responden yang mengandung risiko. Bunga yang tinggi merupakan instrumen yang menarik bagi responden walaupun responden mengetahui adanya risiko dari tawaran tersebut.

Degree of Centrality

Setelah jawaban responden dideskripsikan, langkah selanjutnya adalah melakukan analisa SNA dengan menggunakan *software* Gephi 0.9. Hasil perhitungan *degree of centrality* yang berhasil diolah setelah jawaban responden setelah dilakukan standarisasi adalah sebagai berikut.



Gambar 5
Hasil Analisa Jaringan dari Respon Responden
 (Sumber: Data diolah, 2024)

Hasil analisa SNA tahap pertama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Nilai *degree of centrality* ditunjukkan dengan lingkaran yang paling besar, seperti pada Gambar 5, yaitu semakin besar lingkaran maka semakin tinggi nilai pusatnya (*centrality*). Dari Gambar 5 dapat dipahami bahwa faktor efisien atau efisiensi, kemudahan, dan praktis merupakan tiga faktor dominan yang mendorong atau menarik orang untuk menggunakan produk bank digital. Hasil temuan ini menarik karena hasil temuan ini menunjukkan bahwa bunga tinggi bukanlah faktor utama atau dominan yang menarik minat orang untuk menggunakan produk bank digital. Untuk dapat memperjelas hasil tersebut, maka penelitian ini membagi analisa *degree of centrality* sesuai dengan pilihan jawaban responden berdasarkan kesadaran terhadap risiko penawaran bunga tinggi yang diberikan oleh bank digital (pertanyaan nomor 2 kuesioner). Kelompok jawaban yang dipilih adalah kelompok “Ya” dan “Ragu-ragu”, karena kedua kelompok ini mewakili ketertarikan tawaran bunga tinggi yang diberikan bank digital. Hasilnya disajikan pada Gambar 6 berikut ini.

Sumber: Data diolah (2024).

Dari hasil nilai *degree of centrality* dan *modularity* yang dihasilkan dari analisa SNA dapat dipahami bahwa bunga tinggi yang ditawarkan oleh bank digital bukanlah faktor utama yang menarik orang untuk menggunakan produk bank digital.

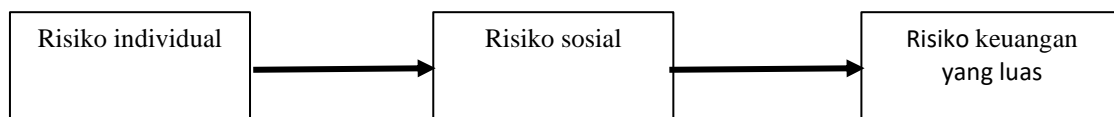
Pembahasan

Hasil analisa secara faktor dominan yang ada pada keseluruhan jaringan dan pada masing-masing kelompok *modularity*, mengindikasikan bahwa penggunaan produk simpanan bank digital lebih merupakan bentuk ketertarikan pada gaya hidup digital. Hasil ini didukung dengan nilai *degree of centrality* yang tinggi pada faktor efisien dan praktis (Tabel 1). Hasil ini didukung oleh teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa kegunaan dan kemudahan merupakan faktor yang mendorong orang untuk menggunakan teknologi (Saif et al., 2022). Atas dasar teori tindakan beralasan (*Theory Reasoned Action*) dan teori perilaku berencana (*Theory Planned Behavior*), pemanfaatan produk perbankan digital lebih dipersepsikan memiliki manfaat secara teknis daripada sebagai produk investasi yang berisiko. Produk simpanan bank digital dan teknologi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Penerimaan terhadap bank digital juga di awal atau bersamaan dengan penerimaan teknologi yang ditawarkan. Bank digital, melalui teknologinya, sebenarnya menawarkan proses bisnis yang berbeda dari bank konvensional, yang selama ini juga dipandang sebagai kelemahan dari proses bisnis bank konvensional. Kecepatan, praktis dan kemudahan merupakan proses utama yang mungkin tidak ada pada bank konvensional. Kata efisien yang disampaikan oleh responden merujuk pada aktivitas yang minim usaha (*effortless*), yang berdampak pada minimnya biaya keseluruhan yang dikeluarkan konsumen (Königsheim et al., 2017; Shinu & Azeem Mullappallykayamkulath, 2022). Kondisi ini terdukung dari jawaban responden yang menyebutkan bahwa mereka tidak perlu antri, dan tidak perlu ke kantor cabang dalam segala urusan.

Penerimaan bank digital sebagai suatu teknologi juga dijelaskan oleh penelitian Uribe-Linares et al. (2023). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perubahan perilaku konsumen didorong oleh digitalisasi aktivitas. Digitalisasi proses finansial memberikan nilai personal bagi konsumen dalam menciptakan kenyamanan, meningkatkan aksesibilitas, dan memberikan pengalaman pribadi yang menarik. Selain itu, pengalaman instan yang ditawarkan produk digital memberikan nilai transparansi transaksi karena konsumen mendapat pengalaman yang *real-time* yang tidak ditawarkan produk bank konvensional. Pendapat yang sama juga dijelaskan oleh penelitian Saif et al. (2022), yang melakukan penelitian penerimaan bank digital di Malaysia. Hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa kenyamanan dan efisiensi merupakan faktor yang mendorong konsumen untuk mengadopsi bank digital. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor perilaku terkait dengan penerimaan teknologi merupakan faktor yang mendominasi penerimaan bank digital, dan bukan faktor dorongan ekonomi. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh dengan pendekatan SNA juga sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan dengan pendekatan regresi, yaitu bahwa teknologi merupakan faktor yang menarik orang untuk menggunakan produk simpanan bank digital. Hasil tersebut juga didukung dengan hasil analisa SNA berdasarkan kendala yang dihadapi responden, yang menunjukkan kendala dominan dalam adopsi produk bank digital adalah kendala teknis dan bukan kendala keuangan (Gambar 7).

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa perilaku penerimaan produk bank digital tidak memiliki kaitan langsung dengan risiko finansial yang luas. Pengaruh perilaku keuangan digital terhadap risiko telah ditunjukkan oleh penelitian terdahulu (Chu et al., 2023). Respon responden terhadap risiko menunjukkan bahwa responden lebih toleran terhadap risiko yang muncul dari bunga tinggi yang ditawarkan bank digital. Namun di sisi lain, responden tidak memandang bunga tinggi

sebagai faktor dominan yang menarik. Dari kondisi ini, dapat memunculkan fenomena baru, yaitu pengaruh gaya hidup digital terhadap risiko finansial yang luas. Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa dampak gaya hidup digital terhadap risiko finansial masih bersifat kasus personal atau individu (Shinu & Azeem Mullappallykayamkulath, 2022; Sukaris et al., 2021). Namun demikian, gaya hidup digital yang masif dapat berdampak pada stabilitas keuangan yang luas, jika tingkat adopsi produk keuangan digital semakin luas diadopsi, baik dari bank digital atau bank konvensional yang menawarkan produk finansial digital (López-Medina et al., 2021). Kondisi ini dijelaskan pada teori pengaruh sosial (*social influence theory*) yang menjelaskan bahwa keyakinan atau pandangan seseorang juga dipengaruhi oleh pandangan lingkungan sosial dimana orang tersebut berada (Uribe-Linares et al., 2023). Dalam konteks penelitian ini, gaya hidup digital ini yang akan mendorong individu lain untuk menerima atau menggunakan produk simpanan bank digital (López-Medina et al., 2021; Saif et al., 2022). Atas dasar teori tersebut, risiko finansial yang luas dari bank digital dapat terjadi jika adopsi bank digital telah menimbulkan masalah sosial (Gambar 8).



Gambar 8
Pengaruh Risiko Digital

5. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN IMPLIKASI

Perkembangan bank digital di Indonesia menunjukkan arah yang positif. Untuk menarik minat calon konsumen atau nasabah, banyak bank digital memberikan tawaran bunga simpanan yang tinggi di atas ketentuan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Oleh karena itu, tujuan penelitian dilakukan adalah untuk mengidentifikasi faktor dominan yang menarik orang untuk menggunakan produk simpanan bank digital, pada tingkat risiko yang dipahami. Hasil olah data dengan SNA menunjukkan bahwa faktor dominan yang menarik orang untuk menggunakan produk simpanan bank digital adalah karena gaya hidup digital yang ditawarkan oleh teknologi bank digital. Secara tidak langsung, hal itu menunjukkan bahwa struktur kognitif orang yang menilai bahwa bank digital merupakan bentuk dari teknologi itu sendiri. Hasil ini menunjukkan bahwa gaya hidup digital merupakan suatu fenomena baru dalam perkembangan digital lebih dari dorongan ekonomi. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih lanjut terkait sejauh mana dampak sosial penggunaan bank digital dapat berpengaruh pada risiko keuangan yang lebih luas.

Hasil penelitian ini dapat membantu penyedia jasa layanan keuangan digital untuk mengidentifikasi kebutuhan dan persepsi pengguna layanan keuangan digital khususnya bank digital. Kebutuhan tersebut antara lain edukasi risiko layanan bank digital dan proses bisnisnya, sehingga terbentuk kepercayaan terhadap layanan digital oleh calon nasabah. Selain itu, sebagai produk digital, pelaku layanan dituntut untuk dapat memahami dan memfasilitasi gaya hidup digital orang muda yang merupakan konsumen dominan produk digital. Dengan memperhatikan risiko dan inovasi ini, maka penyedia jasa layanan digital akan lebih dapat menarik calon nasabah generasi muda.

Walaupun penelitian ini telah berhasil mengidentifikasi faktor dominan dalam penggunaan produk bank digital, namun penelitian ini terdapat kelemahan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini menggunakan pendekatan SNA yang tidak menguji pengaruh antar variabel, sehingga faktor yang diidentifikasi pada penelitian ini tidak dapat menilai arah pengaruh dan tingkat signifikansi dari masing-masing faktor terhadap minat penggunaan produk bank digital. Kedua, penelitian ini

menggunakan responden dalam suatu kelompok tertentu. Dapat dimungkinkan bahwa ada faktor lain yang bertambah atau *degree of centrality* dapat bergeser. Atas kelemahan penelitian ini, penelitian selanjutnya dapat menguji faktor yang telah diidentifikasi dalam penelitian ini secara regresi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyadi, A. D. (2021). Bank Digital Tawarkan Bunga Tinggi, Ini Peringatan LPS. *www.finance.detik.com*. <https://finance.detik.com/moneter/d-5850446/bank-digital-tawarkan-bunga-tinggi-ini-peringatan-lps>
- Bank Indonesia. (2022). Koordinasi BI dengan Lembaga/Otoritas Lain. *www.bi.go.id*. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/stabilitas-sistem-keuangan/koordinasi-bi-lainnya/default.aspx>
- Battisti, E., Graziano, E. A., & Christofi, M. (2022). Equity crowdfunding platforms and social media: a Twitter analysis. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(5), 1206–1221. <https://doi.org/10.1108/IJEER-01-2021-0081>
- Battisti, E., Graziano, E. A., Limbu, Y. B., & Stella, G. P. (2021). Web 2.0 and Equity Crowdfunding: a Social Network Analysis. *PuntOorg International Journal*, 6(1), 37–48. <https://doi.org/10.19245/25.05.pij.6.1.4>
- Cheng, F. F., Huang, Y. W., Yu, H. C., & Wu, C. S. (2018). Mapping knowledge structure by keyword co-occurrence and social network analysis: Evidence from Library Hi Tech between 2006 and 2017. *Library Hi Tech*, 36(4), 636–650. <https://doi.org/10.1108/LHT-01-2018-0004>
- Cheng, L. C., & Sharmayne, L. R. (2020). Analysing Digital Banking Reviews Using Text Mining. *2020 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM)*, 914–918. <https://doi.org/10.1109/ASONAM49781.2020.9381429>
- Chu, Y., Ye, S., Li, H., Strauss, J., & Zhao, C. (2023). Can Digitalization Foster Sustainable Financial Inclusion? Opportunities for Both Banks and Vulnerable Groups. *Sustainability (Switzerland)*, 15(8). <https://doi.org/10.3390/su15086727>
- Corbet, S., Lucey, B., Urquhart, A., & Yarovaya, L. (2019). Cryptocurrencies as a financial asset: A systematic analysis. *International Review of Financial Analysis*, 62, 182–199. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2018.09.003>
- Day, M.-Y., Cheng, T.-K., & Li, J.-G. (2018). AI Robo-Advisor with Big Data Analytics for Financial Services. *2018 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM)*, 1027–1031. <https://doi.org/10.1109/ASONAM.2018.8508854>
- Diener, F., & Špaček, M. (2021). Digital Transformation in Banking: A Managerial Perspective on Barriers to Change. *Sustainability*, 13(2032), 1–26. <https://doi.org/10.3390/su13042032>
- Fernández-Rovira, C., Álvarez Valdés, J., Molleví, G., & Nicolas-Sans, R. (2021). The digital transformation of business. Towards the datafication of the relationship with customers. *Technological Forecasting and Social Change*, 162(120339), 120339. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120339>
- Grima, S., Kizilkaya, M., Sood, K., & ErdemDelice, M. (2021). The Perceived Effectiveness of Blockchain for Digital Operational Risk Resilience in the European Union Insurance Market Sector. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(8), 363. <https://doi.org/10.3390/jrfm14080363>
- Harjanti, I., Nasution, F., Gusmawati, N., Jihad, M., Shihab, M. R., Ranti, B., & Budi, I. (2019). IT Impact on Business Model Changes in Banking Era 4.0: Case Study Jenius. *2019 2nd International Conference of Computer and Informatics Engineering (IC2IE)*, 53–57. <https://doi.org/10.1109/IC2IE47452.2019.8940837>
- Indriasari, E., Prabowo, H., Gaol, F. L., & Purwandari, B. (2022). Digital Banking: Challenges, Emerging Technology Trends, and Future Research Agenda. *International Journal of E-Business Research*, 18(1), 1–20. <https://doi.org/10.4018/IJEER.309398>
- Kaur, B., Kiran, S., Grima, S., & Rupeika-Apoga, R. (2021). Digital Banking in Northern India: The Risks on Customer Satisfaction. *Risks*, 9(209), 1–18. <https://doi.org/10.3390/risks9110209>

- Kaur, S., & Arora, S. (2020). Role of perceived risk in online banking and its impact on behavioral intention: trust as a moderator. *Journal of Asia Business Studies*, 15(1), 1–30. <https://doi.org/10.1108/JABS-08-2019-0252>
- Kitsios, F., Giatsidis, I., & Kamariotou, M. (2021). Digital Transformation and Strategy in the Banking Sector: Evaluating the Acceptance Rate of E-Services. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3), 204. <https://doi.org/10.3390/joitmc7030204>
- Klapper, L., & Singer, D. (2017). The Opportunities and Challenges of Digitizing Government-to-Person Payments. *The World Bank Research Observer*, 32(2), 211–226. <https://doi.org/10.1093/wbro/lkx003>
- Königsheim, C., Lukas, M., & Nöth, M. (2017). Financial Knowledge, Risk Preferences, and the Demand for Digital Financial Services. *Schmalenbach Business Review*, 18(4), 343–375. <https://doi.org/10.1007/s41464-017-0040-0>
- Lembaga Penjamin Simpanan. (2023). *Bank yang Dilikuidasi*. <https://www.lps.go.id/bank-yang-dilikuidasi>.
- Lidwina, A. (2021, June 4). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>.
- López-Medina, T., Mendoza-Ávila, I., Contreras-Barraza, N., Salazar-Sepúlveda, G., & Vega-Muñoz, A. (2021). Bibliometric Mapping of Research Trends on Financial Behavior for Sustainability. *Sustainability*, 14(1), 117. <https://doi.org/10.3390/su14010117>
- Mbama, C. I., Ezepue, P., Alboul, L., & Beer, M. (2018). Digital banking, customer experience and financial performance. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(4), 432–451. <https://doi.org/10.1108/JRIM-01-2018-0026>
- Mouna, A., & Jarboui, A. (2022). Understanding the link between government cashless policy, digital financial services and socio-demographic characteristics in the MENA countries. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 42(5/6), 416–433. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-12-2020-0544>
- Osei, L. K., Cherkasova, Y., & Oware, K. M. (2023). Unlocking the full potential of digital transformation in banking: a bibliometric review and emerging trend. *Future Business Journal*, 9(1), 30. <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00207-2>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022, October 13). *Transformasi Digital Perbankan: Wujudkan Bank Digital*. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40774>.
- Pi, S.-M., Liao, H.-L., & Chen, H.-M. (2012). Factors That Affect Consumers' Trust and Continuous Adoption of Online Financial Services. *International Journal of Business and Management*, 7(9), 108–119. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n9p108>
- Rahman, D. F. (2022, April 19). *Tingkat Pertumbuhan Tahunan Transaksi Keuangan Digital (Triwulan I 2022)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/19/transaksi-keuangan-digital-tumbuh-pesat-pada-triwulan-i-2022>.
- Raut, R. K. (2020). Past behaviour, financial literacy and investment decision-making process of individual investors. *International Journal of Emerging Markets*, 15(6), 1243–1263. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-07-2018-0379>
- Saif, M. A. M., Hussin, N., Husin, M. M., Alwadain, A., & Chakraborty, A. (2022). Determinants of the Intention to Adopt Digital-Only Banks in Malaysia: The Extension of Environmental Concern. *Sustainability (Switzerland)*, 14(17). <https://doi.org/10.3390/su141711043>
- Sánchez-Franco, M. J., Muñoz-Expósito, M., & Villarejo-Ramos, Á. F. (2017). A knowledge structures exploration on social network sites. *Kybernetes*, 46(5), 818–839. <https://doi.org/10.1108/K-01-2016-0013>
- Shinu, & Azeem Mullappallykayamkulath, M. (2022). Digital Financial Literacy and its Impact on the Financial Behaviour of Millennials: An Empirical Investigation. *International Journal of Financial Management*, 12(3), 10–16. <http://publishingindia.com/ijfm/>
- Sivaram, A., & Sathesh, E. K. (2021). Customers' Perceived Risk and Attitude towards Adoption of the Digital Banking Services. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 12(4), 21–28. <https://doi.org/10.9734/sajsse/2021/v12i430312>

- Sukaris, S., Renedi, W., Rizqi, M. A., & Pristyadi, B. (2021). Usage Behavior on Digital Wallet: Perspective of the Theory of Unification of Acceptance and Use of Technology Models. *Journal of Physics: Conference Series*, 1764(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1764/1/012071>
- Uribe-Linares, G. P., Ríos-Lama, C. A., & Vargas-Merino, J. A. (2023). Is There an Impact of Digital Transformation on Consumer Behaviour? An Empirical Study in the Financial Sector. *Economies*, 11(5), 132. <https://doi.org/10.3390/economies11050132>
- Vyas, V., & Jain, P. (2021). Role of digital economy and technology adoption for financial inclusion in India. *Indian Growth and Development Review*, 14(3), 302–324. <https://doi.org/10.1108/IGDR-01-2020-0009>
- Wu, D., Song, J., Bian, Y., Zheng, X., & Zhang, Z. (2020). Risk perception and intelligent decision in complex social information network. *Industrial Management & Data Systems*, 121(1), 99–110. <https://doi.org/10.1108/IMDS-10-2020-0566>
- Zhang, J., & Luo, Y. (2017). Degree Centrality, Betweenness Centrality, and Closeness Centrality in Social Network. *Proceedings of the 2017 2nd International Conference on Modelling, Simulation and Applied Mathematics (MSAM2017)*. <https://doi.org/10.2991/msam-17.2017.68>