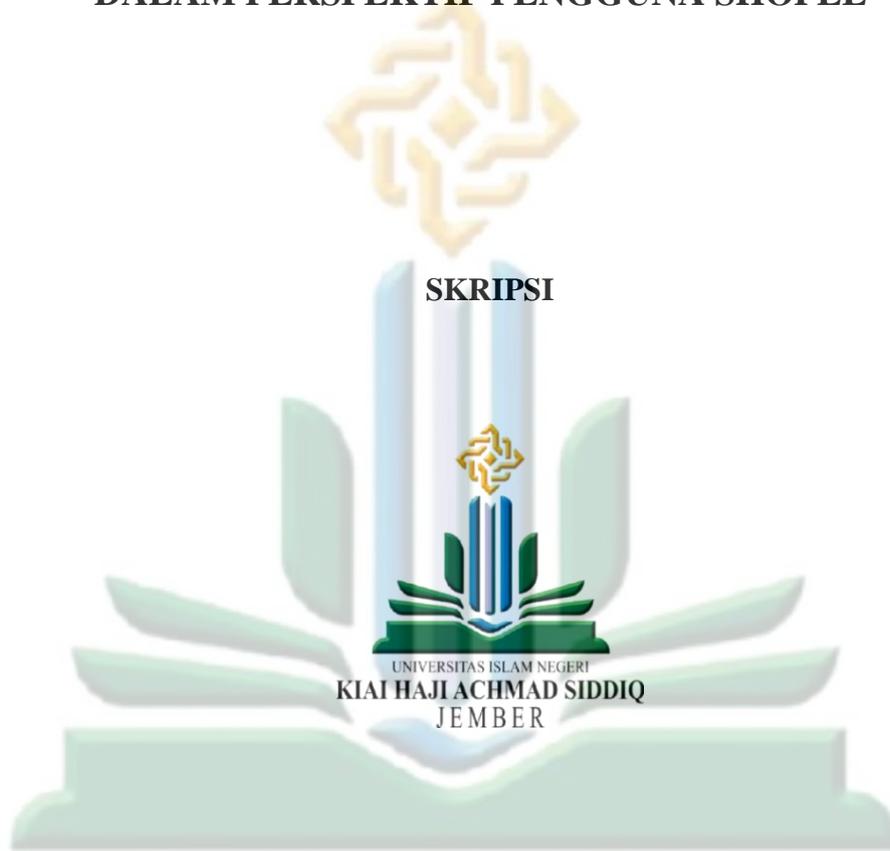


**ANALISIS PENINGKATAN MINAT MENABUNG DI SEABANK  
DALAM PERSPEKTIF PENGGUNA SHOPEE**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
Oleh :  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**  
Shofia Auliya Az  
NIM : 205105010007  
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
2024**

**ANALISIS PENINGKATAN MINAT MENABUNG DI SEABANK  
DALAM PERSPEKTIF PENGGUNA SHOPEE**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Oleh :  
Shofia Auliya Az  
NIM : 205105010007

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
2024**

**ANALISIS PENINGKATAN MINAT MENABUNG DI SEABANK  
DALAM PERSPEKTIF PENGGUNA SHOPEE**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Shofia Auliya Az  
NIM : 205105010007

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Disetujui Pembimbing:



**Dr. H. Fauzan S.Pd., M.Si.**  
**NIP. 197403122003121008**

**ANALISIS PENINGKATAN MINAT MENABUNG DI SEABANK  
DALAM PERSPEKTIF PENGGUNA SHOPEE**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Hari :

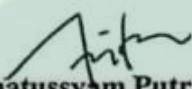
Tanggal :

**Tim Penguji :**

**Ketua**

**Sekretaris**

  
Aminatus Zahriyah, S.E., M.Si.  
NIP. 198907232019032012

  
Ari Fahimatussvam Putra Nusantara S.E., M.Ak  
NIP.199406302022032005

Anggota :

1. Dr. Nur Ika Mauliyah, S.E., M.Ak.
2. Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si.

 )  
 )

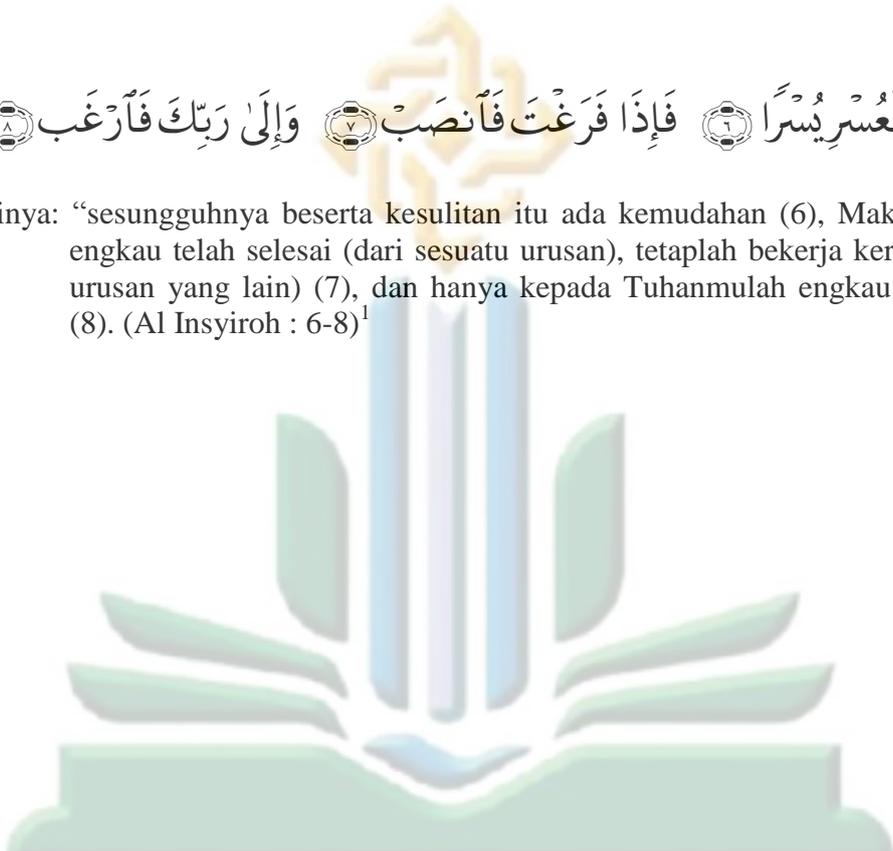
Menyetujui :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.  
NIP.196812261996031001

## MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ ﴿٨﴾

Artinya: “sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan (6), Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain) (7), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap (8). (Al Insiroh : 6-8)<sup>1</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, 2010. Al-Qur'an Dan Terjemahannya,(Bandung, Penerbit Diponegoro, CV) hal 596

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah, sungguh sebuah perjuangan yang cukup panjang yang telah saya lalui untuk mendapatkan gelar sarjana ini. Rasa syukur dan bahagia yang kurasakan ini akan kupersembahkan kepada orang-orang yang saya sayangi dan berarti dalam hidupku:

1. Kedua orang tua tercinta, orang yang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran tekuat dari kerasnya dunia. Yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya. Terimakasih untuk semuanya berkat do'a dan dukungan ibu dan ayah saya bisa berada di titik ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi ibu dan ayah harus selalu ada di setiap perjalanan dan pencapaian hidup saya.
2. Adikku tersayang, Ahmad Ikliil Fauzi yang tidak lupa juga memberikan semangat kepada saya dan tidak lupa pula semua keluargaku dalam mengerjakan skripsi ini.
3. Kepada semua teman-teman tersayangku yang tiada hentinya memberikan keceriaan semangat, serta pengalaman yang tidak terlupakan. Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua dan semoga skripsi ini bermanfaat untuk kemajuan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang.
4. Almamater tercinta khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang saya banggakan.
5. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebut satu persatu.
6. Terimakasih untuk diri saya sendiri yang telah berjuang sampai saat ini hingga selesai.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil'alamin puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya serta kepada penulis sehingga dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

Skripsi dengan judul "Analisis Peningkatan Minat Menabung di SeaBank dalam Perspektif Pengguna Shopee", skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

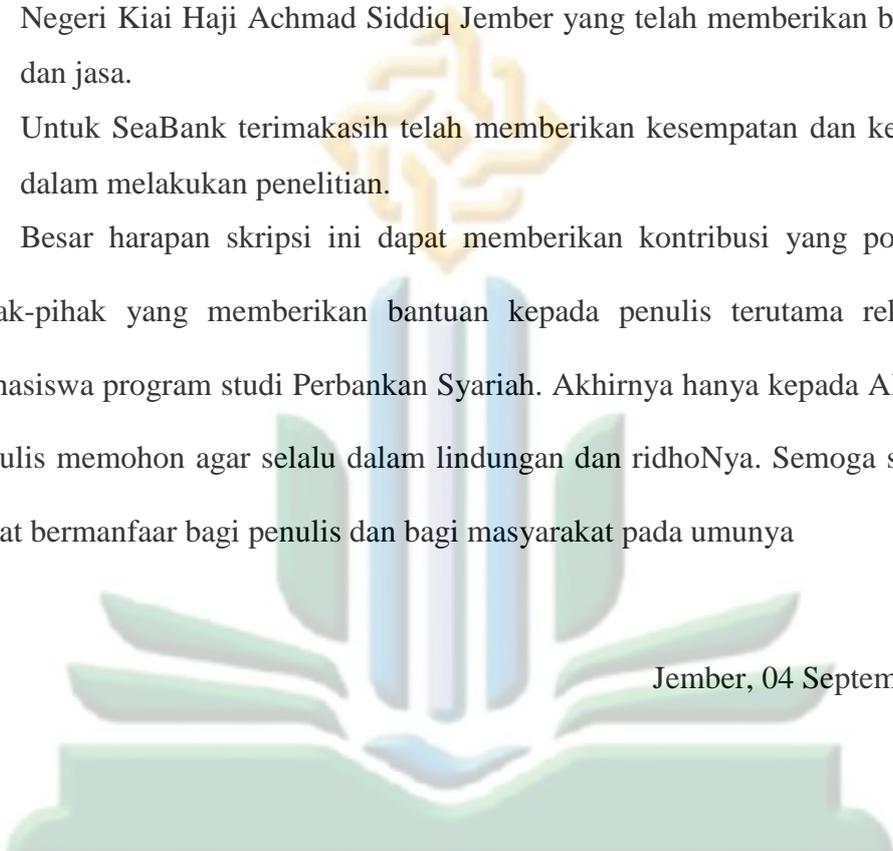
Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag. M.M. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah.
5. Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik dan Pembimbing fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

6. Segenap Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan bekal ilmu dan jasa.
7. Untuk SeaBank terimakasih telah memberikan kesempatan dan kemudahan dalam melakukan penelitian.

Besar harapan skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pihak-pihak yang memberikan bantuan kepada penulis terutama rekan-rekan mahasiswa program studi Perbankan Syariah. Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis memohon agar selalu dalam lindungan dan ridhoNya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi masyarakat pada umumnya

Jember, 04 September 2024



Penulis  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## ABSTRAK

**Shofia Auliya Az, Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si. 2024:** “Analisis Peningkatan Minat Menabung di SeaBank Dalam Perspektif Pengguna Shopee”

*E-commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dan cepat dalam beberapa tahun terakhir serta banyak platform *e-commerce* telah muncul dan mendapatkan popularitas. Shopee merupakan salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia, yang juga memiliki berbagai kategori produk dan sering menyelenggarakan berbagai promosi, *event* atau *flash sale*, serta diskon untuk menarik pelanggan. Shopee juga memiliki fitur-fitur seperti potongan harga (diskon), gratis ongkir, atau sistem *cash on delivery* (COD).

Fokus Penelitian dalam skripsi ini adalah:(1) Bagaimana peningkatan minat menabung di SeaBank sebagai alat transaksi shopee (2) Bagaimana *feedback* SeaBank dapat menarik minat menabung pengguna shopee?

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan penelitian lapangan (*Field Research*) dan Studi Literatur dengan subjek penelitian adalah mahasiswa FEBI yang menggunakan aplikasi SeaBank. Pemilihan subjek penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling* untuk menemukan informan. Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan deskriptif kualitatif.

Adapun Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah: (1) dapat dinilai sebuah peningkatan minat menabung di SeaBank sebagai alat transaksi dan *feedback* pengguna, terlihat bahwa SeaBank telah berhasil menarik minat menabung pengguna shopee (2) SeaBank juga telah menciptakan strategi efektif yang mengubah persepsi pengguna shopee terhadap menabung di SeaBank. Sehingga dapat memanfaatkan *feedback* pengguna dan mengintegrasikan fitur menabung sebagai alat transaksi.

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:(1) SeaBank telah sukses dalam meningkatkan minat menabung para pengguna shopee dengan menjadi sarana transaksi dan menerima umpan balik dari pengguna. (2) selain itu, SeaBank juga berhasil mengubah pandangan pengguna shopee terhadap menabung di SeaBank melalui strategi efektif yang telah dikembangkan.

**Kata Kunci:** SeaBank, Peningkatan Minat Menabung

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>15</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	15
B. Kajian Teori .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	40

B. Lokasi Penelitian.....	40
C. Subyek Penelitian.....	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	42
E. Analisis Data.....	43
F. Keabsahan Data .....	44
G. Tahap-Tahap Penelitian .....	44
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. Gambar Objek penelitian .....	45
B. Penyajian Data dan analisis .....	48
C. Pembahasan Temuan .....	54
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan .....	60
B. Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>

#### LAMPIRAN

Matrik Penelitian

Jurnal Kegiatan Penelitian

Pedoman Wawancara

Surat Pernyataan Keaslian Tulisan

Surat Izin Penelitian

Surat Selesai Penelitian

Surat Selesai Bimbingan Skripsi

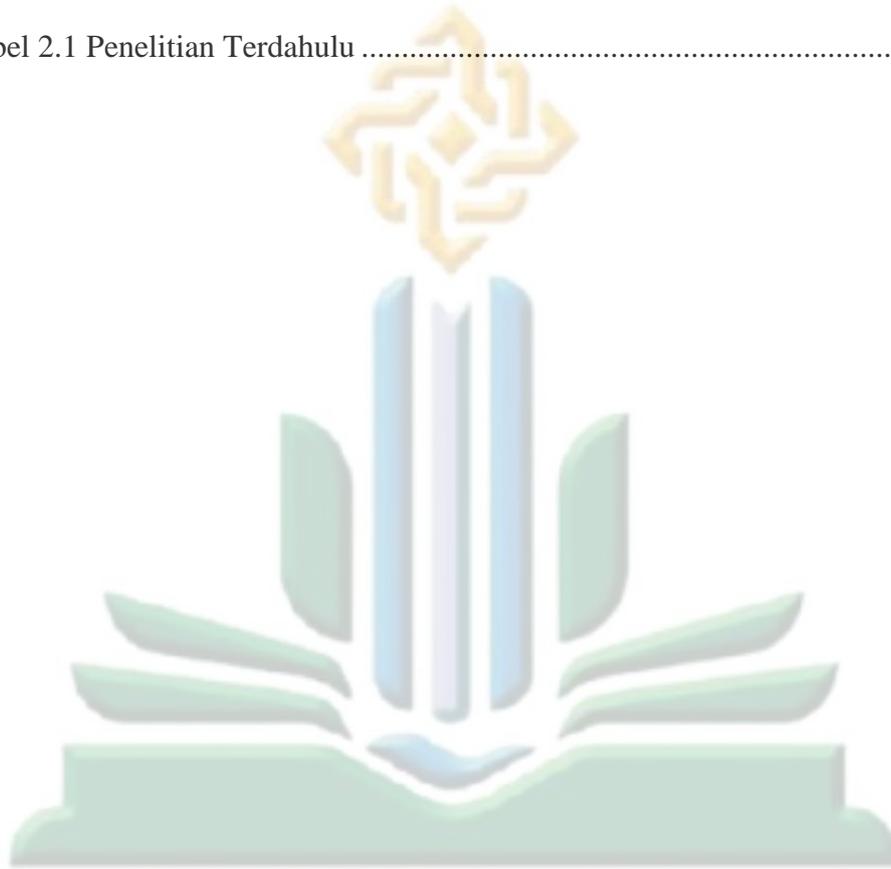
Surat Keterangan Lulus Plagiasi

Dokumentasi

Biodata Penulis

**DAFTAR TABEL**

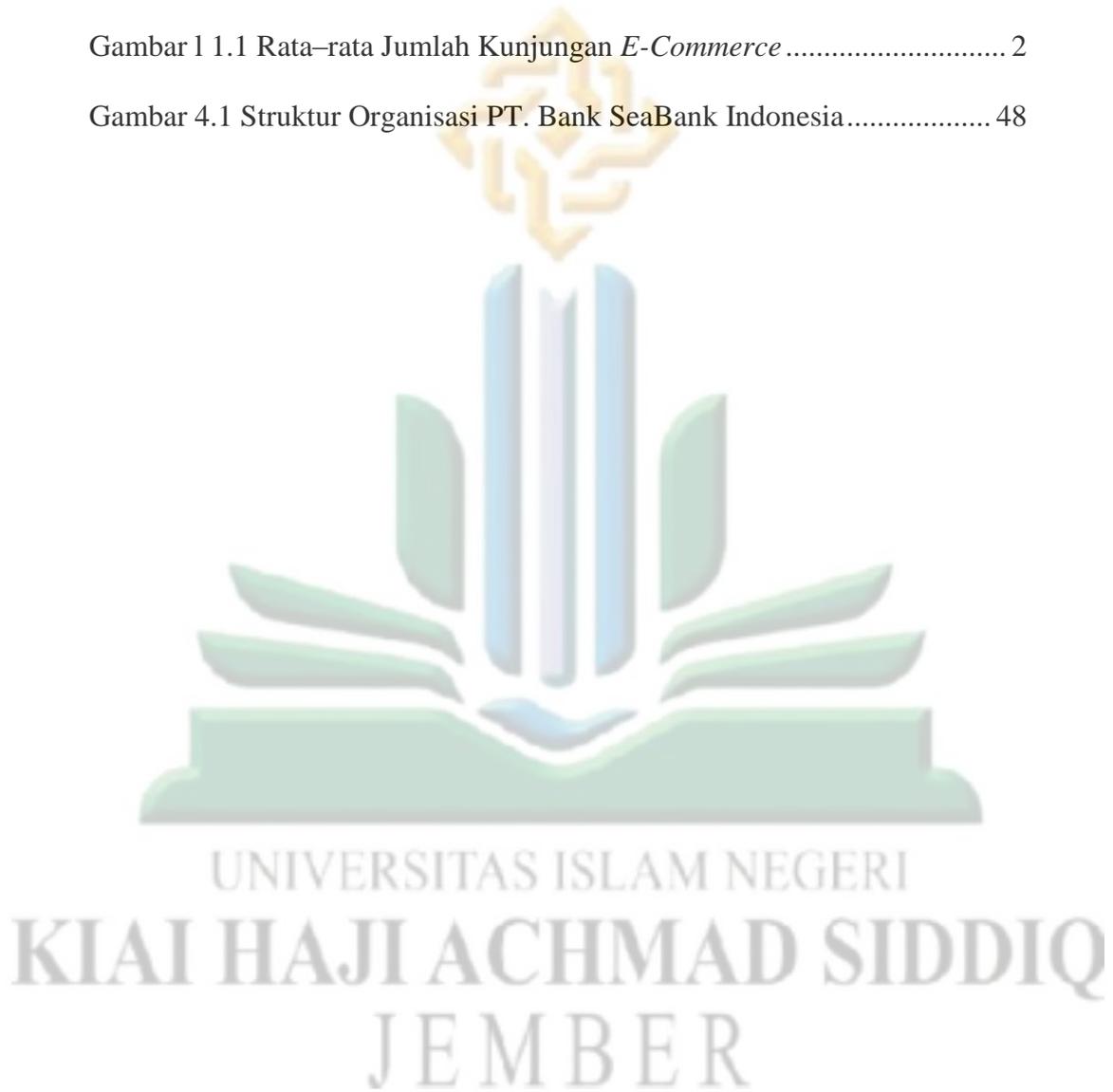
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu ..... 27



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1.1 Rata-rata Jumlah Kunjungan <i>E-Commerce</i> .....	2
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Bank SeaBank Indonesia.....	48



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

*E-commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dan cepat dalam beberapa tahun terakhir serta banyak platform *e-commerce* telah muncul dan mendapatkan popularitas, karena memudahkan masyarakat untuk berbelanja secara online. *E-commerce* menjadikan pilihan populer, terutama di kalangan milenial, untuk berbelanja online karena dianggap dapat membantu mereka mengelola waktu dengan lebih efisien.<sup>2</sup> Shopee merupakan salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia, mereka juga memiliki berbagai kategori produk dan sering menyelenggarakan berbagai promosi, *event* atau *flash sale*, serta diskon untuk menarik pelanggan.<sup>3</sup>

Pada aplikasi shopee juga ada fitur-fitur seperti potongan harga (diskon), gratis ongkir, sistem *cash on delivery* (COD), dan obrolan seperti diskusi, konsultasi antara penjual dan pembeli, harga yang relatif murah, keberagaman toko penjual dan metode pembayaran yang beragam dengan menawarkan beberapa keuntungan yang bisa didapat oleh pengguna. Dengan

---

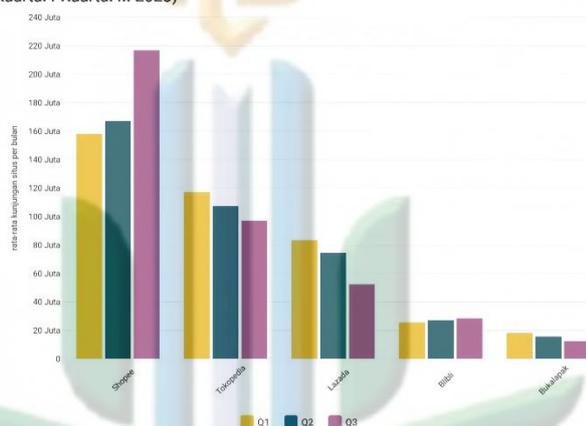
<sup>2</sup> Yuwana, Siti Indah Purwaning, And Ayu Wulandari. "Pengaruh Brand Pride, Web Design Quality, E-Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention E-Commerce Shopee Pada Konsumen Milenial Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBI)* 3.2 (2023): 112

<sup>3</sup> Setyagustina, K., Rahmania, R., Joni, M., Kholik, A., & Suhitasari, W. D. "Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir Dan Sistem Cod Terhadap Minat Berbelanja Online Di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Economina*, 1(3), (2022) : 597

hadirnya fitur tersebut dapat menjadi daya tarik bagi para pengguna shopee di Indonesia.<sup>4</sup>

**Gambar 1.1**

Rata-rata Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (Kuartal I-Kuartal III 2023)\*



Sumber: <https://www.seabank.co.id/perusahaan/info/seabank>

Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh katadata/databoks (katadata.co.id) pada tahun 2023 shopee memperoleh pengunjung tertinggi. Data survei yang diberikan oleh katadata merupakan data nasional yang menunjukkan bahwa shopee memiliki banyak pengunjung serta berbagai kemudahan, penawaran, dan pelayanan dapat diartikan bahwa shopee berhasil menarik minat konsumen dalam berbelanja online.<sup>5</sup> Kurniasih Setyagustina dkk menjelaskan bahwa, adanya potongan harga atau bisa disebut diskon yang mana diberikan oleh shopee sehingga dapat memberikan keuntungan signifikan dalam mempengaruhi keputusan konsumen.

<sup>4</sup> Setyagustina, K., Rahmania, R., Joni, M., Kholik, A., & Suhitasari, W. D. "Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir Dan Sistem Cod Terhadap Minat Berbelanja Online Di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Economina*, 1(3), (2022) : 598

<sup>5</sup> Adi Ahdiat " Rata-rata Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (Kuartal I-Kuartal III 2023)," Oktober 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat> Diakses 2 januari 2024

Biaya pengiriman juga terjangkau dalam mengatasi kekhawatiran konsumen terkait transaksi online, beberapa potongan harga menjadi insentif yang efektif untuk menarik minat pembeli.<sup>6</sup> Irma Aristia dkk menjelaskan bahwa, produk hingga promo-promo, dan serta keberhasilan shopee sebagian besar didorong oleh strategi pemasaran yang agresif, salah satunya diskon, dan fitur pengguna yang ramah.<sup>7</sup>

Menurut Nafra Veraniazzahra , SeaBank salah satu aplikasi bank digital yang telah diluncurkan oleh PT Bank SeaBank Indonesia pada Februari 2021, yang memperoleh peningkatan DPK ( Dana Pihak Ketiga) dengan sebesar 97,10% *year-on-year* pada february 2023 dan lebih menariknya lagi SeaBank ini memiliki bunga simpanan yang tinggi, tidak ada pengendapan saldo serta memberikan sebuah keuntungan tambahan yang tidak ada biaya admin tiap bulannya, sehingga dapat menikmati dengan leluasa adanya gratis transfer ke *e-wallet* ataupun antar bank sebanyak 100 kali dalam sebulan.

SeaBank juga sudah berizinkan OJK (Otoritas Jasa Keuangan), terdaftar di LPS ( Lembaga Penjamin Simpanan), aplikasi bank digital sudah memiliki keterikatan (terafiliasi) dengan shopee.<sup>8</sup>

Keunggulan SeaBank salah satunya digital marketing yang menggunakan media sosial adalah kemampuannya untuk menciptakan

---

<sup>6</sup> Setyagustina, K., Rahmania, R., Joni, M., Kholik, A., & Suhitasari, W. D. "Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir Dan Sistem Cod Terhadap Minat Berbelanja Online Di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Economina*, 1(3), (2022): 596-607

<sup>7</sup> Aristia, Irma, Dkk. "Pengaruh Harga Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online." *Kinerja: Jurnal Bisnis & Akuntansi* 13.1 (2023) : 22

<sup>8</sup> Veraniazzahra, Nafra, and Rodiana Listiawati. "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Credibility, dan Features Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital SeaBank di Jabodetabek." *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ*. Vol. 3. No. 1. (2023) : 2

hubungan yang interaktif dengan konsumen. Melalui media sosial, perusahaan dapat berinteraksi secara langsung, menerima umpan balik, dan merespons pertanyaan atau masukan dari pengguna. Interaksi yang dikelola dengan baik dapat membantu meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan karena konsumen merasa didengarkan dan nilainya dihargai. Dengan demikian, digital marketing melalui media sosial menjadi salah satu strategi yang efektif dalam membangun hubungan yang kuat dengan konsumen.<sup>9</sup>

Pada era Society 5.0, penggunaan *smartphone* di Indonesia telah meningkat signifikan dan menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Menurut data dari GoodStats pada tahun 2023, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menyatakan bahwa pengguna *smartphone* di Indonesia mencapai 167 juta orang, yang merupakan sekitar 89% dari total penduduk Indonesia. Peningkatan ini didorong oleh tarif internet yang terjangkau serta semakin pentingnya *smartphone* dalam mendukung berbagai aktivitas, termasuk komunikasi dan konektivitas<sup>10</sup>. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kecanggihan teknologi saat ini menciptakan peluang besar bagi industri perbankan untuk melakukan inovasi digital. Dengan semakin banyaknya masyarakat yang paham akan digitalisasi, industri perbankan dapat meningkatkan *customer experience* melalui layanan perbankan digital yang lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Investasi jangka panjang dalam transformasi digital ini tidak hanya

---

<sup>9</sup> Hidayatullah, MF, Dkk., "Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik DOT.Id." *Falah Manusia* 10 no.1 (2023): 127-135.

<sup>10</sup> Goodstats." Diakses 02 Juli 2023, <https://data.goodstats.id/statistic/>

bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan saat ini, tetapi juga untuk memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di masa depan.<sup>11</sup>

Pada tahun 2022 SeaBank memiliki jumlah rekening 64,78% dengan nasabah berjumlah 88,21%. Disisi lain SeaBank telah mendapatkan jumlah rekor nasabah terbaru, salah satunya yaitu SeaBank telah berhasil mengumpulkan 10 juta nasabah diseluruh Indonesia yang kini telah beroperasi pada tahun 2021 hingga akhir 2023.<sup>12</sup> Dilihat dari laporan keuangan tahun 2023 menjelaskan bahwa peningkatan jumlah nasabah yang diraih melalui kampanye akuisisi dan promosi sepanjang tahun 2023 telah berdampak positif pada pertumbuhan tabungan SeaBank tercatat sebesar Rp8.611 miliar, naik 7,30% atau Rp586 miliar dibandingkan tahun sebelumnya. Sehingga menunjukkan bahwa strategi SeaBank dalam menarik nasabah baru telah berhasil dan memberikan hasil yang signifikan.<sup>13</sup>

SeaBank merupakan bank digital yang sangat populer dan memiliki keterikatan dengan shopee. SeaBank juga telah berhasil memberikan penggabungan manfaat finansial, keamanan bahkan fitur yang mendukung pengalaman pengguna yang positif. Keterhubungan dengan shopee melalui fitur link juga dapat memberikan nilai tambah serta dapat memudahkan para nasabah dalam melakukan sebuah transaksi di platform *e-commerce* tersebut. Dari laman Bisnis.com, Jakarta tahun (2022), menyatakan bahwa kerja sama

<sup>11</sup>Siti Masrohatin, Hafiz Wahyu Ananda “Transformasi Digital Branch dalam Upaya Peningkatan Layanan di Era Society 5.0 pada Bank Mandiri Jember pada Bank Mandiri Jember” *Jurnal Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah (JEIPS)*, No. 1, (2023): 411-431 <https://doi.org/10.37598/jeips.v3i1.1761>

<sup>12</sup>[https://www.seabank.co.id/assets/pdf/pages/annual%20report/Laporan Tahunan SeaBank\\_2022.pdf](https://www.seabank.co.id/assets/pdf/pages/annual%20report/Laporan_Tahunan_SeaBank_2022.pdf) Diakses pada 3 Mei 2024

<sup>13</sup>Laporan Keuangan 2023 Diakses 29 Agustus 2024

antara SeaBank Indonesia dengan Shopee, memiliki keterkaitan dengan pembiayaan UMKM keterlibatan Sea Group sebagai pemiliknya menambah dimensi strategis dalam hubungan layanan finansial dan *e-commerce*.<sup>14</sup>

Berdasarkan uraian diatas, adanya gratis ongkir, *event* atau *flash sale* yang telah disediakan shopee kita tidak perlu khawatir lagi dengan biaya ongkir yang mahal dan bisa mendapatkan potongan harga, para pembeli bisa dengan mudah memakai SeaBank, dan melakukan metode pembayaran kita tidak dikenakan biaya penanganan setiap pengirimannya, terlebih lagi minimal pembayarannya sejumlah Rp 10.000. Fitur SeaBank ini juga dapat dihubungkan melalui shopeepay. Salah satu keuntungan menggunakan SeaBank adalah menawarkan fleksibilitas tanpa adanya minimum biaya pinalti serta mendapatkan bunga kompetitif 5% per tahun dengan dibayarkan setiap harinya, dan pengguna dapat menikmati bunga deposito tinggi 7% per tahun yang mana dapat dicairkan setiap bulannya, tidak ada biaya admin, serta gratis transfer ke semua bank sebanyak 100 kali perbulannya, penarikan saldo penjual tanpa biaya, fitur penarikan saldo penjual dengan penarikan otomatis juga tersedia untuk penjual terpilih.<sup>15</sup>

Temuan penelitian menunjukkan bahwa, pemilihan SeaBank dikarenakan di aplikasi shopee hanya terdapat 1 (satu) bank saja, sedangkan beberapa bank lainnya bukan bank yang berkolaborasi dengan shopee

---

<sup>14</sup> Leo Dwi Jatmiko "Shopee Efisiensi, Seabank Indonesia pastikan Bisnis dan Operasional Terjaga," September 2022, <https://finansial.bisnis.com/read/20220928/90/1582175/shopee-efisiensi-seabank-indonesia-pastikan-bisnis-dan-operasional-terjaga> Diakses pada 2 Januari 2024

<sup>15</sup> <https://seller.shopee.co.id/edu/article/8616> Diakses pada 2 Januari 2024

melainkan sebuah metode pembayaran, dari fenomena saya ingin melakukan research atau sebuah untuk yang mana memeriksa atau menyelidiki keadaan dalam peningkatan minat menabung di SeaBank. Sehingga peneliti tertarik mengambil judul penelitian yang berjudul “**Analisis Peningkatan Minat Menabung di SeaBank dalam Perspektif Pengguna Shopee**”

### **B. Fokus Penelitian**

Dalam penelitian kualitatif, rumusan masalah bisa disebut dengan fokus penelitian yang mana dalam fokus penelitian dapat memecahkan masalah yang akan digunakan untuk studi kasus. Fokus penelitian ini juga harus jelas, rinci serta operasional dengan bentuk sesi tanya jawab.

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka dapat dirumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana peningkatan minat menabung di SeaBank sebagai alat transaksi shopee?
2. Bagaimana *feedback* SeaBank dapat menarik minat menabung pengguna shopee?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui peningkatan minat menabung di SeaBank sebagai alat transaksi shopee
2. Untuk mengetahui *feedback* SeaBank dapat menarik minat menabung pengguna shopee

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah sumber pengetahuan, rujukan serta acuan bagi pihak yang membutuhkan serta ingin mendalami lebih lanjut terkait sebuah ilmu perbankan syariah dan juga dapat menjadikan acuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai adanya analisis peningkatan minat menabung di SeaBank dalam perspektif pengguna shopee.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan bagi pihak- pihak yang berkepentingan seperti masyarakat pada umumnya, dan pada mahasiswa UIN KHAS Jember karena pada khususnya menjadi mayoritas pengguna aplikasi shopee tersebut. Selain itu peneliti berharap informasi tersebut dapat menambah dan mengembangkan wawasan bagi orang lain dan penulis serta untuk memenuhi syarat akademik dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

## **E. Definisi Istilah**

### **1. Peningkatan minat menabung**

#### **a. Peningkatan**

Mukhlis berpendapat bahwa meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di bank dapat dilakukan dengan memberikan insentif berupa tingkat bunga yang menarik. Dengan tingkat bunga yang lebih

tinggi, menabung di bank menjadi lebih menguntungkan daripada mengeluarkan uang untuk keperluan langsung. Hal ini mendorong lebih banyak orang untuk menyimpan uang mereka di bank, mengurangi pengeluaran dan memperkuat kebiasaan menabung. Sehingga, pada akhirnya memperkuat sistem keuangan secara keseluruhan karena bank memiliki lebih banyak dana untuk dipinjamkan kepada bisnis dan individu, yang membantu mendorong pertumbuhan ekonomi.<sup>16</sup>

b. Minat Menabung

Minat untuk menabung adalah keinginan seseorang untuk menyimpan uangnya di bank dengan tujuan spesifik, mencerminkan kesadaran individu akan pentingnya perencanaan keuangan dan pengelolaan dana secara bijaksana. Kesiediaan untuk menabung mengindikasikan pengakuan individu terhadap nilai menempatkan uang di bank sebagai langkah menuju pencapaian tujuan keuangan yang diinginkan, menyimpan uang di bank dilaksanakan dengan tujuan tertentu, seperti merencanakan masa depan, menyiapkan dana darurat, menabung untuk pendidikan anak, atau merencanakan pensiun. Tujuan-tujuan tersebut memberikan arah yang jelas bagi individu dalam mengelola keuangan mereka dengan bijaksana. Penelitian yang disebutkan oleh Ulya, Nurrohmah, dan Purbayati pada tahun 2020

---

<sup>16</sup> Christea Frisdiantara dan Imam Mukhlis. *Ekonomi Pembangunan: Sebuah Kajian Teoritis dan Empiris*. (Malang, Deepublish, 2016) 36  
[https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi\\_Pembangunan/Hd4ADAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=peningkatan+minat+menabung&pg=PA36&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi_Pembangunan/Hd4ADAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=peningkatan+minat+menabung&pg=PA36&printsec=frontcover)

menegaskan bahwa minat menabung tidak sekadar berarti menyimpan uang, tetapi juga mencerminkan kesadaran akan signifikansi literasi keuangan.

Kesimpulannya, minat menabung tidak hanya berkaitan dengan tindakan fisik menyimpan uang di bank, melainkan juga melibatkan kesadaran, pemahaman, dan kesungguhan individu dalam merencanakan keuangan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa menabung bukan sekadar aktivitas finansial, tetapi juga langkah bijak dalam mengelola keuangan pribadi.<sup>17</sup> Faktor-faktor yang dapat meningkatkan minat menabung di SeaBank dapat bervariasi tergantung pada preferensi dan kebutuhan individu. Beberapa faktor tersebut sebagaimana berikut:

#### 1. Keuntungan Bunga Tabungan

SeaBank menawarkan bunga tabungan yang menarik dan bersaing, kemungkinan dengan suku bunga yang lebih tinggi dibandingkan dengan bank lain. Hal ini dapat menjadi pendorong utama bagi nasabah untuk menabung di SeaBank.

#### 2. Pelayanan dan Kemudahan

SeaBank memberikan pelayanan yang ramah, efisien, dan berkualitas kepada nasabahnya. Kemudahan dalam proses pembukaan rekening, pelaksanaan transaksi, dan akses informasi

---

<sup>17</sup> Ermawati, Citra, and Asah Wiari Sidiq. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung Nasabah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Kcp Kendal Boja." *Solusi* 19.3 (2021): 213

yang diperlukan juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat menabung.

### 3. Produk dan Promosi

SeaBank menyediakan beragam produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, seperti tabungan untuk pendidikan, pensiun, atau dana darurat. Promosi yang menarik juga dapat memengaruhi minat nasabah untuk menabung di SeaBank.

### 4. Kepercayaan dan Reputasi

Reputasi SeaBank sebagai lembaga keuangan yang kuat, aman, dan terpercaya merupakan faktor kunci dalam membangun kepercayaan nasabah. Kepercayaan ini dapat mendorong individu untuk menempatkan dan menabungkan dana mereka di SeaBank.

### 5. Inovasi Teknologi Keuangan

SeaBank terus mengembangkan layanan digital dan teknologi keuangan untuk mempermudah nasabah dalam mengakses rekening, melakukan transaksi, dan mengelola keuangan secara online. Inovasi ini dapat menjadi daya tarik tambahan bagi individu yang lebih condong menggunakan layanan perbankan digital.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, SeaBank dapat meningkatkan minat nasabah untuk menabung dengan memperhatikan kebutuhan, preferensi, dan harapan nasabah dalam mengelola keuangan mereka.

## 2. Pengguna di SeaBank

Pengguna SeaBank adalah seseorang yang ingin melakukan segala sesuatu transaksi digital yang bertujuan untuk berbelanja. SeaBank ialah sebuah bank digital di Indonesia yang mana memiliki sebuah tampilan yang dapat mempermudah penggunaan aplikasi tersebut, SeaBank juga sebuah aplikasi perbankan digital dengan memberikan kemudahan dan fleksibilitas yang signifikan bagi penggunanya, dilengkapi dengan fitur-fitur yang mendukung berbagai aktivitas finansial, keamanan yang terjamin, dan integrasi yang kuat dengan ShopeePay, SeaBank menjadi pilihan yang menarik bagi mereka yang mencari solusi perbankan modern dan efisien. Pendekatan ini tidak hanya memenuhi kebutuhan pengguna sehari-hari tetapi juga mendorong peningkatan literasi keuangan dan inklusi finansial di Indonesia.<sup>18</sup>

## 3. Perspektif Pengguna Shopee

Perspektif pengguna shopee adalah sebuah pendapat setiap orang dalam menggunakan shopee. Shopee merupakan sebuah *marketplace online* dengan proses jual beli melalui ponsel dengan sebuah konsep sosial media shopping, shopee juga banyak menawarkan berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari, di mana online shop ini telah menjadi salah satu platform memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa,

---

<sup>18</sup> "Shopee." Diakses Juni 2020, <https://help.shopee.co.id/portal/11/article/>

sehingga mahasiswa telah beralihkan serta menjadikan belanja online yang lebih mudah.<sup>19</sup>

Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan minat menabung di SeaBank di kalangan pengguna Shopee dipengaruhi oleh kemudahan akses dan transaksi yang ditawarkan oleh aplikasi perbankan digital ini. Faktor-faktor seperti insentif finansial, fitur keamanan yang kuat, edukasi keuangan, dan fleksibilitas penggunaan memainkan peran penting dalam menarik dan mempertahankan pengguna. Dengan mengintegrasikan layanan ShopeePay dan SeaBank, pengguna dapat menikmati pengalaman perbankan digital yang efisien dan terpercaya, meningkatkan kenyamanan mereka dalam mengelola keuangan sehari-hari.<sup>20</sup>

Informasi tambahan dari [help.shopee.co.id](https://help.shopee.co.id) mengungkapkan bahwa SeaBank dan Shopee merupakan bagian dari induk perusahaan yang sama, yaitu Sea LTD. SeaBank memungkinkan pengguna untuk melakukan aktivitas finansial mulai dari menabung hingga bertransaksi secara digital melalui handphone, memberikan kemudahan dan keterjangkauan dalam pengelolaan keuangan.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Pada bagian ini berisikan mengenai rangkuman sementara skripsi yang meliputi uraian alur pembahasan mulai dari pendahuluan sampai dengan bab

---

<sup>19</sup> Simanjuntak, D. R., Londa, N., dan Waleleng, G., "Persepsi Mahasiswa Pada Jasa Belanja Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Sam Ratulangi)". *Acta Diurna Komunikasi*, 8 no.1 (2019): 6

<sup>20</sup> Shopee." Diakses Juni 2020, <https://help.shopee.co.id/portal/11/article/>

penutup. Sistem penulisan pembahasan menggunakan format deskriptif naratif. Adapun paparan terkait sistematika pembahasan:

**BAB I PENDAHULUAN:** bagian pendahuluan memuat beberapa hal penting tentang konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah serta sistematika pembahasan.

**BAB II KAJIAN PUSTAKA:** meliputi terkait kajian kepustakaan yang terdiri dari penelitian terdahulu serta kajian teori.

**BAB III METODE PENELITIAN:** meliputi metode pengumpulan data, teknis analisis data serta tahapan penelitian yang merupakan metode penyelidikan seorang peneliti.

**BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS:** berisikan terkait penguraian penyajian serta analisis data yang terdiri dari gambaran subyek penelitian, penyajian data serta analisis, dan pembahasan temuan.

**BAB V PENUTUP:** bab ini merupakan bab terakhir yang berisi mengenai kesimpulan dari penelitian dan disempurnakan dengan penyampaian saran oleh penulis atau peneliti.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Berikut ini beberapa penelitian yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan antara lain:

1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rodiana Listiawati dan Nafra Veraniazzahra dengan judul Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Credibility*, dan *Features* terhadap Minat Menggunakan Bank Digital SeaBank di Jabodetabek. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya masyarakat mulai terbiasa untuk menggunakan layanan keuangan online sehingga bank mulai menyesuaikan kebiasaan baru ini dengan melakukan transformasi digital, salah satunya dengan meluncurkan aplikasi bank digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness*, *perceived credibility*, dan *features* terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank. Pendekatan metode kuantitatif diterapkan dengan melakukan survei untuk menguji hipotesis. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden pengguna bank digital SeaBank dengan teknik purposive sampling. Analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS 26.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived credibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Sedangkan, *features* tidak memberikan pengaruh terhadap minat menggunakan. Secara simultan, ketiga variabel memberikan

pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital SeaBank.

SeaBank merupakan aplikasi bank digital yang diluncurkan oleh PT Bank SeaBank Indonesia pada Februari 2021. Aplikasi bank digital satu ini cukup populer karena memiliki keterikatan (terafiliasi) dengan Shopee. Upaya SeaBank dalam memberikan pelayanan digital terbaik, telah membawanya memperoleh pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) yang meningkat sebesar 5.384,95% year-on-year pada Februari 2022. Pencapaian positif ini, mengindikasikan SeaBank memiliki performa yang baik sehingga diminati oleh sebagian besar nasabahnya. Akan tetapi, tidak sesuai dengan yang diharapkan, terdapat peningkatan pengaduan nasabah pengguna layanan bank digital SeaBank sebesar 1.474,73% di tahun 2022.<sup>21</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti bank digital SeaBank. Sedangkan perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu Peneliti fokus pada pengaruh dari *perceived usefulness*, *perceived credibility* dan *features* dalam menggunakan SeaBank yang menggunakan teknik *purposive sampling* dengan alat bantu SPSS 26.0 yang menjadi pembeda dengan peneliti dimana peneliti fokus pada dua tujuan yaitu peningkatan dalam minat menabung menggunakan SeaBank dan *feedback* SeaBank yang dapat menarik minat pengguna

---

<sup>21</sup>Veraniazzahra, Nafra, and Rodiana Listiawati., "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Credibility, dan Features Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital SeaBank di Jabodetabek." *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ*. Vol. 4. No. 1. 2023.

shopee dengan metode kualitatif menggunakan teknik simple *snowball sampling*.

2. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Winahyu Dwi Suhitasari, Abdul Kholik, M. Joni, Rahmania, Kurniasih Setyagustina dengan judul Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir Dan Sistem Cod Terhadap Minat Berbelanja Online Di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya Indonesia jual beli online atau *e-commerce* mengalami perkembangan yang sangat besar dan sangat cepat. Salah satu *e-commerce* penyedia toko online terbesar di Indonesia adalah Shopee, selain itu mereka merekomendasi kepada pihak Shopee agar memberikan perbedaan antara voucher gratis ongkir dan voucher potongan harga. Voucher gratis ongkir yang disediakan Shopee bukanlah voucher gratis ongkir yang sesungguhnya namun hanya berupa potongan harga, jika pun ada voucher gratis ongkir yang dimaksud tidak semua aplikasi Shopee konsumen dapat memperoleh voucher gratis ongkir ini dan masyarakat yang berbelanja online di aplikasi Shopee hendaknya lebih memperhatikan dengan seksama produk sebelum melakukan pembelian. Hal ini diperlukan untuk menghindari penipuan, barang mubazir dan tidak terpakai.<sup>22</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah membahas minat masyarakat, meningkatkan keamanan dalam transaksi.

Sedangkan perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu peneliti yang

---

<sup>22</sup> Setyagustina, K., Rahmania, R., Joni, M., Kholik, A., & Suhitasari, W. D. (2022). "Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir Dan Sistem Cod Terhadap Minat Berbelanja Online Di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Economina*, 1(3)

fokus pada bank digital di aplikasi shopee dan teknik mengumpulkan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi, peneliti fokus pada mahasiswa FEBI UIN Khas Jember yang dilakukan dengan *face to face interviews* dan melalui saluran telepon.

3. Penelitian Terdahulu dilakukan oleh Nurhalisa Sakir, Joy Nashar Utama Jaya, Nuorma Wahyuni dengan judul Penerapan Metode *Pieces Framework* Sebagai Evaluasi Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi SeaBank di Balikpapan. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya PT Bank SeaBank Indonesia adalah lembaga keuangan di Indonesia. PT Bank SeaBank Indonesia (SeaBank) adalah lembaga keuangan digital milik Sea Group perusahaan induk dari situs *e-commerce* Shopee dan penerbit game online Garena. SeaBank adalah aplikasi perbankan digital yang membantu kamu dalam melakukan aktivitas finansial, mulai dari menabung hingga bertransaksi, melalui handphone kapan pun dan di mana pun. Produk perdana SeaBank adalah rekening Tabungan, yang dapat mempermudah pengelolaan aktivitas finansial harian dan menyediakan tabungan dalam satu rekening dengan bunga yang tinggi. Adanya aplikasi SeaBank perlu dilakukan identifikasi masalah untuk mengetahui seberapa puas pengguna terhadap aplikasi SeaBank. Salah satu metode yang bisa digunakan untuk mengevaluasinya adalah dengan menggunakan metode *PIECES* (*Performance, Information, Economic, Control, Efficiency, Service*).<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Sakir, N., Jaya, JNU, & Wahyuni, N. (2022). "Penerapan Metode Pieces Framework Sebagai Evaluasi Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Seabank di Balikpapan". *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)* , 9 (2), 345

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah yaitu sama-sama meneliti SeaBank dan ingin mengetahui kepuasan pengguna aplikasi SeaBank. Sedangkan perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu untuk mengukur kepuasan pengguna penelitian ini menggunakan metode analisis *PIECES* dan mengumpulkan data menggunakan dua cara yaitu observasi dan kuesioner. Sedangkan peneliti untuk mengetahui peningkatan dalam minat menabung di SeaBank peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi serta metode yang digunakan yaitu kualitatif.

4. Penelitian Terdahulu oleh Abiyyuta Zhafran Hilmawan, Harti Budi Yanti dengan judul Faktor Determinan Loyalitas Pelanggan Studi pada Bank Digital Seabank. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya selain itu terdapat faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan bank digital, khususnya pelanggan SeaBank. Faktor tersebut diantaranya kemudahan aplikasi, produk SeaBank, kepuasan pengguna aplikasi, keamanan sistem, risiko operasional dan keunggulan SeaBank sedangkan variabel dependennya adalah loyalitas pelanggan. Salah satu bank digital yang hadir dengan membawa inovasi layanan untuk memudahkan pelanggan dalam bertransaksi keuangan adalah PT Bank SeaBank Indonesia (SeaBank). SeaBank merupakan lembaga keuangan digital milik Sea Group yang perusahaan induk dari situs Shopee. SeaBank mempunyai aplikasi perbankan digital yang memudahkan pelanggan beraktivitas

finansial, mulai menabung sampai bertransaksi yang dapat dilakukan lewat *handphone* kapan pun di mana pun.<sup>24</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama ingin mengetahui minat pengguna SeaBank. Selain itu juga kemudahan, keamanan dalam setiap transaksi menggunakan SeaBank. Sedangkan perbedaannya peneliti ini fokus pada faktor determinan yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan SeaBank serta sumber data yang digunakan yaitu data primer dengan sampel 200 pelanggan SeaBank berdasarkan metode *purposive sampling*.

5. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hikmatul Aliyah, Rinnanik, Sugiono, Irma Aristia dengan judul Pengaruh Harga dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee terhadap Keputusan Pembelian Online Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Bakti Nusantara. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya Banyaknya e-commerce di era digital memberikan kemudahan bagi seseorang dalam melakukan transaksi belanja. *E-commerce* yang ada di Indonesia antara lain tokopedia bukalapak, shopee, lazada dan blibli. Di kalangan anak muda, shopee merupakan e-commerce yang sangat populer untuk transaksi belanja. Banyaknya penawaran yang diberikan platform memberikan daya tarik tersendiri. Dengan penawaran yang menarik, penelitian ini bertujuan, Menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian online, Menguji pengaruh kemudahan penggunaan aplikasi shopee terhadap keputusan

---

<sup>24</sup> Hilmawan, A., & Yanti, H. B. (2023). "Faktor Determinan Loyalitas Pelanggan Studi Pada Bank Digital Seabank". *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 2831-2840.

pembelian online, Menguji pengaruh harga dan kemudahan penggunaan shopee. aplikasi pada keputusan pembelian online. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik angket, wawancara dan dokumentasi. Populasinya adalah seluruh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Institut Bakri Nusantara yang pernah melakukan transaksi pembelian minimal 1 (satu) kali melalui aplikasi shopee. Sampel diambil dengan teknik nonprobability sampling. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan persamaan regresi:  $Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + \epsilon$  setelah data dianalisis diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 4.660 + (-0.049X_1 + 0.880X_2)$ . Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dari 468 siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga dan Kemudahan Penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Bakti Nusantara, pada perhitungan Fhitung sebesar 53,022 sedangkan Ftabel sebesar 3,07 dan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji R2 menunjukkan R Square 0,522 artinya keputusan pembelian diperoleh dan dijelaskan oleh variabel harga dan kemudahan penggunaan.<sup>25</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti di Fakultas Ekonomi Bisnis dan memakai aplikasi belanja online shopee dalam pembelian online tersebut. Sedangkan

---

<sup>25</sup> Aristia, I., Sugiono, S., Rinnanik, R., & Aliyah, H. (2023). "Pengaruh Harga Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online". *Performance: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 13(1)

perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan uji hasil t dengan f sedangkan peneliti disini menggunakan metode kualitatif yaitu mewawancarai.

6. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Robby Fauji, Sihabudin, dan Widia Lestari dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (SeaBank) Studi Pada Masyarakat Karawang Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya SeaBank adalah aplikasi bank digital yang berkembang bersama Shopee. Pada dasarnya, seperti aplikasi bank digital lainnya, pengguna dapat melakukan transaksi keuangan digital seperti menabung dan transfer uang antar bank. SeaBank menarik perhatian publik sebagai salah satu pendatang baru di pasar aplikasi bank digital. Karena itu, mereka menawarkan fitur yang memudahkan belanja di Shopee dengan tampilan yang sebanding dengan aplikasi belanja online lainnya, Selain itu literasi keuangan memiliki efek negatif dan tidak signifikan terhadap penggunaan e-money, sementara fitur layanan dan kemudahan penggunaan memiliki efek positif dan signifikan terhadap penggunaan e-money.<sup>26</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama peneliti tertarik menggunakan bank digital SeaBank karena bisa mengenal keuangan, memahami resiko, dan mudah digunakan

---

<sup>26</sup> Lestari, W., Sihabudin, S., & Fauji, R. (2023). "Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Seabank)(Studi Pada Masyarakat Karawang Timur)". *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 12(04)

dimanapun. Sedangkan perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu dapat dilihat di jurnal lestari dkk mereka meneliti di dunia masyarakat sedangkan peneliti meneliti di area kampus dan pada teliti ini menjelaskan tentang sejarah bagaimana SeaBank dianggap sebagai saudara kandung shopee.

7. Penelitian Terdahulu oleh Jesslyn, Badra Maitri, Cindy Hartono, Fion Jennifer, Jumi Liana, Adi Neka Fatyandri dengan judul Analisis Strategi Bisnis dan Tingkat Persaingan dengan Kompetitor pada Perusahaan SeaBank dalam Dunia Perbankan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwasannya Pada era revolusi industri digital 4.0, banyaknya perusahaan yang bersaing dalam penggunaan teknologi. Semakin ketatnya persaingan, maka industri harus terus berinovasi dalam strategi yang diterapkannya. Sea Group yang merupakan induk dari perusahaan Garena, Shopee dan SeaBank telah menjadi salah satu perusahaan bervaluasi paling besar di Asia Tenggara juga telah menerapkan strategi dalam menjalankan bisnisnya. Berdasarkan penelitian yang telah ditemukan, kemampuan Sea Group dalam menyesuaikan dinamika pasar *fast cycle market* tergolong mampu bertahan dan bertumbuh tiap tahun. Hal itu disebabkan SeaBank selalu berinovasi dalam mengembangkan produknya salah satu strategi yang dilakukan yaitu strategi *cost leadership* dengan memberikan reward

bunga secara riil setiap harinya dan membebaskan biaya transfer ke bank manapun.<sup>27</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama berinovasi menggunakan aplikasi bank digital salah satunya SeaBank merupakan anak perusahaan milik Seagroup, memberikan *reward* bunga secara real di setiap harinya dan terdapat pembebasan biaya transfer ke bank manapun. Sedangkan perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu menjelaskan perkembangan teknologi digital yang mengharuskan antara penjual dan pembeli beradaptasi menggunakan teknologi digital sedangkan di penelitian ini lebih menfokuskan pada peningkatan minat menabung

8. Penelitian Terdahulu oleh I Gede Wisnu Satria Chandra Putra, Jusia Amanda Ginting dengan judul Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z dalam Menggunakan Aplikasi Bank Digital di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya berdasarkan data yang diperoleh dari Bank Indonesia, pertumbuhan nilai transaksi uang elektronik dan digital banking di Indonesia terus mengalami peningkatan yang signifikan dalam dua tahun terakhir. Dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah platform bank digital di Indonesia yang semakin banyak. Saat ini, banyak platform bank digital baru yang mulai menunjukkan eksistensinya di Indonesia, beberapa diantaranya seperti a 4 aplikasi bank digital meliputi LINE Bank, Bank Jago, SeaBank dan blu by BCA karena

---

<sup>27</sup> Jesslyn, J., Hartono, C., Jennifer, F., Liana, J., & Fatyandri, A. N. (2023). "Analisis Strategi Bisnis dan Tingkat Persaingan dengan Kompetitor pada Perusahaan Seabank dalam Dunia Perbankan". *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 48-52

keempat aplikasi ini memiliki lebih dari 1 juta pengunduhan dan tergolong cukup populer di telinga masyarakat berdasarkan survei awal.<sup>28</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama menjelaskan minat generasi Z dalam menggunakan aplikasi bank digital. Sedangkan perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu menggunakan meneliti pada generasi Z serta menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti disini meneliti di Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam dengan menggunakan hasil wawancara tersebut.

9. Penelitian Terdahulu oleh Aldisia Putra Simamora, Adiyanto, Winanti dengan judul *Evaluasi User Experience pada Aplikasi Bank Digital SeaBank Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya Perkembangan bank digital yang semakin tinggi, banyak perusahaan mulai menginvestasikan dananya dalam pengembangan bank digital. SeaBank menjadi salah satu aplikasi bank digital yang sangat berkembang pesat di Indonesia dan terus berinovasi memberikan pelayanan terbaik bagi nasabahnya. Meskipun SeaBank telah diunduh lebih 5 juta pengguna, namun ditemukan keluhan yang disampaikan pengguna seperti proses pendaftaran akun yang sangat susah dan aplikasi semakin lambat. Keluhan terkait kualitas layanan dan sistem akan mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna secara signifikan terhadap aplikasi SeaBank. selain itu terdapat layanan digital perbankan (digital banking) yang didorong oleh beberapa hal yaitu: adanya

---

<sup>28</sup> Putra, I. G. W. S. C., & Ginting, J. A. (2022). "Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z dalam Menggunakan Aplikasi Bank Digital di Indonesia". *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 306-318.

perkembangan teknologi yang sangat pesat, gaya hidup masyarakat berubah sesuai dengan perkembangan teknologi, adanya kebutuhan masyarakat terhadap layanan perbankan yang efektif dan efisien sehingga dapat diakses kapan pun dan dimana pun, kompetisi industri perbankan untuk memberikan layanan sesuai kebutuhan masyarakat dan kebutuhan perbankan terhadap operasional yang efisien dan terintegrasi.<sup>29</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah menjelaskan bank digital perkembangannya semakin tinggi, SeaBank ini termasuk golongan bank digital yang berkembang pesat di Indonesia. Sedangkan perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu menggunakan pengukuran *user experience* yang dilakukan pada aplikasi SEABANK dengan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) mendapatkan hasil semua skala *User Experience Questionnaire* (UEQ).

10. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Hermawan Moch Rizal, dan Pasamalangi Mario Saskara dengan judul Pengembangan *Business Model Canvas* Untuk Menciptakan *Competitive Advantage* SeaBank Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya dari penelitian ini menunjukkan bahwa model bisnis SeaBank Indonesia saat ini masih dalam tahap pengembangan. Model bisnis suatu perusahaan perlu dievaluasi dan juga mengikuti perkembangan teknologi. *Fintech* merupakan industri yang dinamis karena mengikuti perkembangan teknologi. Hal ini membuat perusahaan *Fintech*, khususnya sektor mobile payment, perlu

---

<sup>29</sup> Simamora, A. P., Yanto, A., & Winanti, W. (2023). "Evaluasi User Experience Pada Aplikasi Bank Digital Seabank Menggunakan User Experience Questionnaire (Ueq)". *Insan Pembangunan Sistem Informasi Dan Komputer (Ipsikom)*, 11(2), 1-8.

mengembangkan produknya secara berulang - ulang dan berkelanjutan. Oleh karena itu dilakukan perubahan berupa penambahan elemen atau aktivitas pada *elemen customer segment, customer relationship, channels, value propositions, key activities, key resources, key partners, revenue streams, dan cost structure* untuk mengembangkan model bisnis SeaBank Indonesia. Selain itu karakter orang indonesia yang lebih konsumtif (kebutuhan dan keinginan tinggi) namun pendapatan tidak mendukung, cenderung melakukan pembayaran di cicil, maka SeaBank Indonesia dapat menyediakan jasa kredit online berbasis syariah melalui platform SPinjam untuk dapat menarik minat calon nasabah baru dan pengembangan segmentasi pasar secara lebih luas.<sup>30</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan menggunakan observasi, wawancara serta dokumentasi untuk temuan mereka. Sedangkan perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu lebih mengfokuskan pada keunggulan kompetitif pada SeaBank sedangkan pada penelitian ini lebih mengfokuskan pada keuntungan di SeaBank dalam bertransaksi.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul dan Identitas penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Pengaruh <i>Perceived Usefulness, Perceived Credibility,</i> dan <i>Features</i> Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital SeaBank di Jabodetabek peneliti	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah meneliti bank digital seabank.	Perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu menggunakan Peneliti ini fokus pada pengaruh dari

<sup>30</sup> Saskara, P. M., & Rizal, H. M. (2023). "Pengembangan Business Model Canvas untuk Menciptakan Competitive Advantage Seabank Indonesia". *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(1)

	Rodiana Listiawati dan Nafra Veraniazzahra (2023)		<i>perceived usefulness, perceived credibility</i> dan <i>features</i> dalam menggunakan seabank yang menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> dengan alat bantu SPSS 26.0 yang menjadi pembeda dengan peneliti dimana peneliti fokus pada dua tujuan yaitu peningkatan dalam minat menabung menggunakan SeaBank dan <i>feedback</i> SeaBank yang dapat menarik minat pengguna shopee dengan metode kualitatif menggunakan teknik <i>snowball sampling</i> .
2.	Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir Dan Sistem Cod Terhadap Minat Berbelanja Online Di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam Peneliti Winahyu Dwi Suhitasari, Abdul Kholik, M. Joni, Rahmania, Kurniasih Setyagustina (2022)	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah membahas minat masyarakat, meningkatkan keamanan dalam transaksi.	Perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu dengan peneliti yang fokus pada bank digital di aplikasi shopee dan teknik mengumpulkan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi, peneliti fokus pada mahasiswa FEBI UIN Khas Jember yang dilakukan dengan <i>face to face interviews</i> dan melalui saluran telepon.
3.	Penerapan Metode <i>Pieces Framework</i> Sebagai Evaluasi Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi SeaBank di Balikpapan	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah yaitu meneliti	Perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu untuk mengukur kepuasan pengguna

	peneliti Nurhalisa Sakir, Joy Nashar Utama Jaya, Nuorma Wahyuni (2022)	SeaBank dan ingin mengetahui kepuasan pengguna aplikasi SeaBank.	penelitian ini menggunakan metode analisis <i>PIECES</i> dan mengumpulkan data menggunakan dua cara yaitu observasi dan kuesioner. Sedangkan peneliti untuk mengetahui peningkatan dalam minat menabung di SeaBank peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi serta metode yang digunakan yaitu kualitatif.
4.	Faktor Determinan Loyalitas Pelanggan Studi Pada Bank Digital SeaBank peneliti Abiyyuta Zhafran Hilmawan, Harti Budi Yanti (2023)	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah ingin mengetahui minat pengguna SeaBank. Selain itu juga kemudahan, keamanan dalam setiap transaksi menggunakan SeaBank..	Perbedaannya peneliti ini fokus pada faktor determinan yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan SeaBank serta sumber data yang digunakan yaitu data primer dengan sampel 200 pelanggan SeaBank berdasarkan metode <i>purposive sampling</i> .
5.	Pengaruh Harga Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Bakti Nusantara. Peneliti Hikmatul Aliyah, Rinnanik, Sugiono, Irma Aristia (2023)	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti meneliti di Fakultas Ekonomi Bisnis dan memakai aplikasi belanja online shopee dalam pembelian online tersebut.	Perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan uji hasil t dengan f sedangkan peneliti disini menggunakan metode kualitatif yaitu mewawancarai.
6.	Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti tertarik	Perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu dapat dilihat di jurnal lestari dkk

	(SeaBank) Studi pada Masyarakat Karawang Timur. Robby Fauji, Sihabudin, dan Widia Lestari (2023)	menggunakan bank digital SeaBank karena bisa mengenal keuangan, memahami resiko, dan mudah digunakan dimanapun.	mereka meneliti di dunia masyarakat sedangkan peneliti meneliti di area kampus dan pada teliti ini menjelaskan tentang sejarah bagaimana SeaBank dianggap sebagai saudara kandung shopee.
7.	Analisis Strategi Bisnis dan Tingkat Persaingan dengan Kompetitor pada Perusahaan SeaBank dalam Dunia Perbankan. Peneliti Jesslyn, Badra Maitri, Cindy Hartono, Fion Jennifer, Jumi Liana, Adi Neka Fatyandri (2023)	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah ber inovasi menggunakan aplikasi bank digital salah satunya SeaBank merupakan anak perusahaan milik Seagroup, memberikan <i>reward</i> bunga secara real di setiap harinya dan terdapat pembebasan biaya transfer ke bank manapun.	Perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu menjelaskan perkembangan teknologi digital yang mengharuskan antara penjual dan pembeli beradaptasi menggunakan teknologi digital sedangkan di penelitian ini lebih menfokuskan pada peningkatan minat menabung
8.	Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z dalam Menggunakan Aplikasi Bank Digital di Indonesia peneliti I Gede Wisnu Satria Chandra Putra, Jusia Amanda Ginting (2022)	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah menjelaskan minat generasi Z dalam menggunakan aplikasi bank digital.	Perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu menggunakan meneliti pada generasi Z serta menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti disini meneliti di Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam dengan menggunakan hasil wawancara tersebut.
9.	Evaluasi User Experience Pada Aplikasi Bank Digital SeaBank Menggunakan <i>User Experience Questionnaire (UEQ)</i> peneliti	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah menjelaskan bank	Perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu menggunakan pengukuran user

	Aldisia Putra Simamora, Adiyanto, Winanti (2023)	digital perkembangannya semakin tinggi, SeaBank ini termasuk golongan bank digital yang berkembang pesat di Indonesia.	<i>experience</i> yang dilakukan pada aplikasi SEABANK dengan metode <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ) mendapatkan hasil semua skala <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ).
10.	Pengembangan <i>Business Model Canvas</i> Untuk Menciptakan <i>Competitive Advantage</i> SeaBank Indonesia. Peneliti Hermawan Moch Rizal, dan Pasamalangi Mario Saskara (2023)	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah menggunakan metode kualitatif dan menggunakan observasi, wawancara serta dokumentasi untuk temuan mereka	Perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu lebih mengfokuskan pada keunggulan kompetitif pada SeaBank sedangkan pada penelitian ini lebih mengfokuskan pada keuntungan di SeaBank dalam bertransaksi.

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel diatas, penelitian ini memiliki kesamaan dengan beberapa penelitian sebelumnya yaitu mencakup beberapa poin utama.

Keduanya berfokus pada bank digital SeaBank, mengevaluasi minat masyarakat serta kepuasan pengguna terkait aplikasi tersebut, dan menilai kemudahan serta keamanan dalam transaksi. Selain itu, kedua penelitian juga membahas penggunaan aplikasi digital dalam konteks ekonomi, seperti aplikasi belanja online Shopee, dan mengkaji inovasi SeaBank, termasuk fitur seperti reward bunga harian dan pembebasan biaya transfer. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dalam hal minat generasi Z dan perkembangan pesat bank digital di Indonesia. Kedua penelitian menerapkan metode

kualitatif, seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi, untuk mencapai hasilnya.. Sedangkan perbedaannya pada penelitian sebelumnya yaitu menggunakan metode kuantitatif serta dalam penelitian kuantitatif ini untuk menguji hipotesisnya, pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menjelaskan suatu fenomena dengan mengumpulkan data sebanyak-banyaknya.

## **B. Kajian Teori**

Kajian teori menguraikan berbagai teori yang berkaitan dengan yang akan diteliti. Kajian teori dapat diperoleh dari berbagai sumber pustaka tujuan dari adanya kajian teori ini adalah agar peneliti memahami definisi dan karakter yang diteliti. Dapat diuraikan kajian teori yang diperlukan adalah sebagai berikut:<sup>31</sup>

### **1. Peningkatan minat menabung**

#### **a. Peningkatan**

Menurut mukhlis peningkatan minat ialah masyarakat dalam menabung di bank bisa ditingkatkan dengan menyediakan insentif berupa tingkat bunga yang menarik. Sehingga dapat mendorong lebih banyak orang untuk menyimpan dananya di bank daripada mengeluarkannya untuk digunakan secara langsung, oleh karena itu tingkat bunga yang menarik membuat tabungan di bank menjadi lebih menguntungkan bagi masyarakat, sehingga memperkuat kebiasaan

---

<sup>31</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press,2020)

menabung dan membantu memperkuat sistem keuangan secara keseluruhan.<sup>32</sup>

Peningkatan merupakan hasil dari meningkatnya atau bertambahnya suatu kondisi, kualitas, atau nilai dari sesuatu yang sudah ada, seringkali dalam konteks yang mengarah kepada suatu susunan atau struktur yang lebih baik atau lebih optimal, dengan tujuan utamanya ialah untuk mencapai tingkat yang lebih baik dari apa yang sudah ada sebelumnya. Menurut Sardiman peningkatan merupakan proses kemajuan seseorang dari ketidaktahuan menjadi pengetahuan, dan dari tidak kemampuan menjadi kemampuan, sehingga dapat mencerminkan perkembangan individu dalam memperoleh pengetahuan baru, keterampilan, dan kemampuan yang lebih baik dari sebelumnya. Jadi, peningkatan merupakan suatu proses dengan memiliki sifat positif yang dilakukan oleh seseorang.<sup>33</sup> Kesimpulannya bahwa peningkatan merupakan salah satu proses, cara, perbuatan yang akan menaikkan sesuatu atau usaha yang dapat memajukan ke suatu arah dengan lebih baik lagi darisebelumnya.

---

<sup>32</sup> Christea Frisdiantara dan Imam Mukhlis. *Ekonomi Pembangunan: Sebuah Kajian Teoritis dan Empiris*, (Malang, Deepublish, 2016), 36. [https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi\\_Pembangunan/Hd4ADAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=peningkatan+minat+menabung&pg=PA36&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi_Pembangunan/Hd4ADAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=peningkatan+minat+menabung&pg=PA36&printsec=frontcover)

<sup>33</sup> Muslimah, Muslimah, Marya Ulfa, And Sony Junaedi. "Upaya Meningkatkan Kemampuan Penulisan Karya Tulis Ilmiah Mahasiswa Melalui Pendekatan Saintifik Pada Fakultas Bahasa Dan Budaya Universitas 17 Agustus 1945 Semarang." *Bangun Rekaprima* 9.1 (2023): 19-23.

b. Minat Menabung

Minat untuk menabung adalah keinginan seseorang untuk menyimpan uangnya di bank dengan tujuan spesifik, mencerminkan kesadaran individu pentingnya perencanaan keuangan dan pengelolaan dana secara bijaksana. Kesiapan untuk menabung mengindikasikan pengakuan individu terhadap nilai menempatkan uang di bank sebagai langkah menuju pencapaian tujuan keuangan yang diinginkan, menyimpan uang di bank dilaksanakan dengan tujuan tertentu, seperti merencanakan masa depan, menyiapkan dana darurat, menabung untuk pendidikan anak, atau merencanakan pensiun. Tujuan-tujuan tersebut memberikan arah yang jelas bagi individu dalam mengelola keuangan mereka dengan bijaksana.

Penelitian yang disebutkan oleh Ulya, Nurrohmah, dan Purbayati pada tahun 2020 menegaskan bahwa minat menabung tidak sekadar menyimpan uang, tetapi juga mencerminkan kesadaran signifikansi literasi keuangan. Dapat disimpulkan bahwa minat menabung tidak hanya berkaitan dengan tindakan fisik menyimpan uang di bank, melainkan juga melibatkan kesadaran, pemahaman, dan kesungguhan individu dalam merencanakan keuangan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa menabung bukan sekadar aktivitas finansial, tetapi juga langkah bijak dalam mengelola keuangan pribadi.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Ermawati, Citra, and Asah Wiari Sidiq. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung Nasabah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Kcp Kendal Boja." *Solusi* 19.3 (2021): 213

## 2. SeaBank

SeaBank merupakan sebuah bank digital di Indonesia yang mana memiliki sebuah tampilan untuk mempermudah penggunaan aplikasi tersebut, keunggulannya dalam penggunaan persepsi pelanggan ini dapat menarik pelanggan salah satunya mudahnya pembukaan rekening, tidak ada biaya admin perbulannya, serta masih banyak hal lainnya. Dalam pengaplikasian ini para pengguna dengan mudah difahami bahkan adanya tampilan sederhana ini para pengguna tidak perlu.<sup>35</sup> Menurut Suhadi (2008), umpan balik atau *feedback* memegang peranan penting dalam proses belajar-mengajar. Dalam situasi menabung di SeaBank, umpan balik memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi motivasi dan minat nasabah terhadap kegiatan menabung secara elektronik.<sup>36</sup>

SeaBank juga menawarkan sebuah solusi perbankan modern efisien menarik bagi masyarakat yang mencari layanan perbankan inovatif. Pendekatan ini tidak hanya memenuhi kebutuhan sehari-hari pengguna, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan literasi keuangan dan inklusi finansial di Indonesia. Dengan menyediakan layanan yang mudah diakses dan efisien, SeaBank membantu memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan yang penting, serta memberikan dorongan positif dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan dalam urusan keuangan.<sup>37</sup>

<sup>35</sup> Hilmawan, A., & Yanti, H. B. "Faktor Determinan Loyalitas Pelanggan Studi Pada Bank Digital Seabank". *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), (2023): 2831-2840.

<sup>36</sup> Seruni, Seruni; Hikmah, Nurul. Pemberian Umpan Balik Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Dan Minat Belajar Mahasiswa. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 2015, 4.3. hal 231

<sup>37</sup> "Shopee." Diakses Juni 2020, <https://help.shopee.co.id/portal/11/article/>

Beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa peningkatan minat menabung di SeaBank, khususnya di kalangan pengguna Shopee di Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam, dapat dianalisis melalui beberapa faktor kunci seperti literasi keuangan, persepsi risiko, dan kemudahan penggunaan.<sup>38</sup>

berikut ini adalah analisis mendalam tentang bagaimana masing-masing faktor tersebut berkontribusi terhadap peningkatan minat menabung di SeaBank:

a. Keuntungan Bunga Tabungan

SeaBank menawarkan bunga tabungan yang menarik dan bersaing, kemungkinan dengan suku bunga yang lebih tinggi dibandingkan dengan bank lain. Hal ini dapat menjadi pendorong utama bagi nasabah untuk menabung di SeaBank.

b. Pelayanan dan Kemudahan

SeaBank memberikan pelayanan yang ramah, efisien, dan berkualitas kepada nasabahnya. Kemudahan dalam proses pembukaan rekening, pelaksanaan transaksi, dan akses informasi yang diperlukan juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat menabung.

c. Produk dan Promosi

SeaBank menyediakan beragam produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, seperti tabungan untuk pendidikan, pensiun, atau

---

<sup>38</sup> Lestari, Widia, Sihabudin Sihabudin, And Robby Fauji. "Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Seabank)(Studi Pada Masyarakat Karawang Timur)." *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* 12 no. 4 (2023): 1142

dana darurat. Promosi yang menarik juga dapat memengaruhi minat nasabah untuk menabung di SeaBank.

d. Kepercayaan dan Reputasi

Reputasi SeaBank sebagai lembaga keuangan yang kuat, aman, dan terpercaya merupakan faktor kunci dalam membangun kepercayaan nasabah. Kepercayaan ini dapat mendorong individu untuk menempatkan dan menabungkan dana mereka di SeaBank.

e. Inovasi Teknologi Keuangan

SeaBank terus mengembangkan layanan digital dan teknologi keuangan untuk mempermudah nasabah dalam mengakses rekening, melakukan transaksi, dan mengelola keuangan secara online. Inovasi ini dapat menjadi daya tarik tambahan bagi individu yang lebih condong menggunakan layanan perbankan digital.

Berdasarkan pertimbangan faktor-faktor tersebut, dapat disimpulkan bahwa SeaBank dapat meningkatkan minat nasabah untuk menabung dengan memperhatikan kebutuhan, preferensi, dan harapan nasabah dalam mengelola keuangan mereka.

3. Perspektif Pengguna Shopee

Perspektif Pengguna Shopee adalah sebuah pendapat setiap orang dalam menggunakan shopee. Shopee sebuah *marketplace online* dengan proses jual beli melalui ponsel dengan sebuah konsep sosial media shopping, disini shopee juga banyak menawarkan berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari. yang mana online shop ini telah menjadi salah satu

cara memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa, sehingga mahasiswa telah beralihkan serta menjadikan belanja online yang lebih mudah.<sup>39</sup>

Dari hasil penelitiann, dapat disimpulkan bahwa dalam peningkatan minat menabung di SeaBank di kalangan pengguna Shopee dipengaruhi oleh kemudahan akses dan transaksi yang ditawarkan oleh aplikasi perbankan digital ini. Faktor-faktor seperti insentif finansial, fitur keamanan yang kuat, edukasi keuangan, dan fleksibilitas penggunaan memainkan peran penting dalam menarik dan mempertahankan pengguna. Dengan mengintegrasikan layanan ShopeePay dan SeaBank, pengguna dapat menikmati pengalaman perbankan digital yang efisien dan terpercaya, meningkatkan kenyamanan mereka dalam mengelola keuangan sehari-hari.<sup>40</sup>

Informasi tambahan dari help.shopee.co.id mengungkapkan bahwa SeaBank dan Shopee merupakan bagian dari induk perusahaan yang sama, yaitu Sea LTD. SeaBank memungkinkan pengguna untuk melakukan aktivitas finansial mulai dari menabung hingga bertransaksi secara digital melalui handphone, memberikan kemudahan dan keterjangkauan dalam pengelolaan keuangan.

Peningkatan minat disebabkan berbagai kemudahan akses, promosi menarik, dan keterkaitan dengan platform Shopee, minat pengguna Shopee

---

<sup>39</sup> Simanjuntak, D. R., Londa, N., dan Waleleng, G., "Persepsi Mahasiswa Pada Jasa Belanja Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Sam Ratulangi)". *Acta Diurna Komunikasi*, 8 no.1 (2019): 6

<sup>40</sup> Shopee." Diakses Juni 2020, <https://help.shopee.co.id/portal/11/article/>

untuk menabung di SeaBank dapat meningkat secara signifikan. Hal ini menunjukkan sinergi antara SeaBank dan Shopee dalam memberikan layanan keuangan yang memenuhi kebutuhan pengguna dengan cara yang praktis dan efisien.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif merupakan bentuk pemecahan permasalahan dengan melihat fenomena atau keadaan di lingkungan nyata kehidupan sehari-hari. Dalam pelaksanaannya dengan melakukan observasi serta wawancara pada responden atau narasumber.

Pendekatan kualitatif juga metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam, oleh karena itu penelitian ini dapat menggunakan metode *Field Research* dan Studi Literatur yaitu, studi lapangan (*field research*) yaitu dengan menjelaskan dan menggambarkan minat menggunakan SeaBank dalam melakukan transaksi shopee.

#### B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lokasi bertempat di lingkungan masyarakat umum, terlebih pada mahasiswa UIN KHAS Jember karena menjadi mayoritas pengguna aplikasi shopee. Sehingga sangat berpengaruh dalam mencari informasi penggunaan SeaBank sebagai tempat menabung serta alat pembayaran transaksi shopee. Alasan selanjutnya dengan adanya beberapa manfaat dapat memberikan keuntungan dengan sifat ekonomis karena secara umum mahasiswa belum memiliki penghasilan sendiri atau bekerja.

Tahapan penelitian ini dilakukan selama 2 bulan pengerjaan untuk melakukan semua proses penelitian. Peneliti juga akan menambah waktu jika diperlukan untuk menyelesaikan proses penelitian.

### C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah informan yang berarti orang pada latar penelitian atau orang yang dipercaya oleh peneliti dalam memberikan informasi yang dibutuhkan sebagai bahan penelitian, informasi yang didapat ini dengan melalui wawancara atau observasi. Peneliti menetapkan mahasiswa UIN KHAS Jember pengguna aplikasi shopee sebagai informan untuk mengetahui minat menabung dan transaksi menggunakan SeaBank.<sup>41</sup>

Penelitian kualitatif umumnya menggunakan dua teknik sampling yang sering dipakai adalah *Purposive Sampling* dan *Snowball Sampling*. *Purposive Sampling* melibatkan pemilihan sampel dari sumber data berdasarkan pertimbangan khusus, seperti orang yang memiliki pengetahuan terkait topik penelitian atau memiliki kedudukan yang memudahkan peneliti dalam memahami objek atau situasi sosial yang sedang diteliti. *Snowball Sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Peneliti memilih snowball karena dalam penentuan sampel, peneliti pertama-tama hanya menentukan satu atau dua orang saja tetapi

---

<sup>41</sup> Iis Hardiyanti, H. “*Media Daring Gaya Hidup (Studi Tentang Minat Beli Mahasiswa Melalui Aplikasi Shopee. Com)*” (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo). (2019): 35

karena data yang didapat dirasa belum lengkap maka peneliti mencari orang lain untuk melengkapi data tersebut.<sup>42</sup>

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data penelitian lapangan, terdapat sebuah metode yang umumnya digunakan meliputi:

##### 1. Observasi

Penelitian ini dilakukan melalui pengumpulan data dengan mengamati atau mengamati secara teliti dengan terjun ke lokasi penelitian disana kita dapat mengetahui secara langsung gimana kondisinya, siapa yang terikat dalam terjadinya atau untuk menunjukkan kebenaran dari sebuah desain penelitian. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak mahasiswa yang selalu menggunakan media daring secara aktif, serta observasi ini dilakukan di kawasan kampus UIN KHAS JEMBER.

##### 2. Wawancara

Metode ini merupakan sebuah teknik pengumpulan data dengan metode survei ini dapat menyampaikan beberapa pertanyaan akan diajukan secara lisan maupun non lisan terhadap responden (subjek). Biasanya data akan dikumpulkan ini lebih bersifat kompleks, *sensitive* serta *controversial* mana dapat menyebabkan kekurangan respon dari subjeknya, dalam situasi ini responden mengalami kesulitan membaca, menulis, atau memahami sebuah daftar pertanyaan tersebut.

---

<sup>42</sup> Endang Widi Winarni, *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R dan D* (Jakarta : Bumi Aksara, 2018) hal 153

Sehingga peneliti harus sabar dalam menerjemahkan kata lain memberikan sebuah penjelasan yang sedikit memakan waktu cukup lama dalam penyelesaian penelitian tepat waktu. Teknik wawancara terhadap mahasiswa atau mahasiswi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Khas Jember dilakukan menjadi 2 tahap yaitu, *face to face interviews* dan melalui saluran telepon (*telephone interview*)<sup>43</sup>

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi, ialah dilakukan dengan pengumpulan data-data tertulis pada wawancara terhadap responden di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Khas Jember dengan masalah yang diteliti dan dokumentasi lainnya yang mendukung, serta untuk melengkapi data dari hasil observasi dan wawancara dilengkapi dengan gambar atau foto.

## E. Analisis Data

Dengan pendekatan induktif ini merupakan pengolahan data yang dapat melibatkan analisis dapat dimulai dengan observasi atau data khusus serta dihasilkan menjadi kesimpulan ini bersifat umum, dalam penelitian ini peneliti mencoba mengidentifikasi pola atau tren dari sebuah data spesifik yang telah dikumpulkan sebelumnya.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Iis Hardiyanti, H. "*Media Daring Gaya Hidup (Studi Tentang Minat Beli Mahasiswa Melalui Aplikasi Shopee. Com)*" (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo). (2019):36

<sup>44</sup> Iis Hardiyanti, H. "*Media Daring Gaya Hidup (Studi Tentang Minat Beli Mahasiswa Melalui Aplikasi Shopee. Com)*" (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo). (2019): 37

## F. Keabsahan Data

Pada penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid jika tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi dilapangan pada obyek yang diteliti, peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.<sup>45</sup>

## G. Tahap-Tahap Penelitian

Adapun beberapa tahap dalam penelitian ini yaitu:

### 1. Tahap Pra Lapangan

Tahap pra lapangan ialah kegiatan yang dilakukan peneliti sebelum terjun langsung ke lapangan. Peneliti melakukan observasi di lingkungan masyarakat umum, terlebih pada mahasiswa UIN KHAS Jember karena menjadi mayoritas pengguna aplikasi shopee.

### 2. Tahap Pekerja Lapangan

Tahap pekerja lapangan ialah kegiatan yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi melalui kegiatan wawancara di lingkungan masyarakat umum, terlebih pada mahasiswa UIN KHAS Jember karena menjadi mayoritas pengguna aplikasi shopee yang bertujuan untuk mendapatkan informasi.

### 3. Tahap Analisis Data

Tahap analisis data peneliti sudah mulai menyusun data-data yang sudah ada untuk dijadikan dalam bentuk skripsi yang sesuai dengan pedoman tim penyusun Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember.

---

<sup>45</sup> Prof. Dr. Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, 19 (Bandung, Alfabeta, Cv.2013) Hal 267- 274

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya SeaBank

SeaBank adalah perbankan digital berbasis aplikasi yang memberikan pengalaman mudah dan nyaman dalam melakukan transaksi serta mengatur keuangan melalui *smartphone*. Aplikasi SeaBank merupakan produk dari PT Bank SeaBank Indonesia yang terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta menjadi peserta penjaminan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).<sup>46</sup>

##### a. 1991

PT Bank Kesejahteraan Ekonomi (Bank BKE) didirikan pada tahun 1991 di Jakarta oleh Prof. Dr. Soemitro Djohadikusumo dengan fokus pada peningkatan inklusi keuangan dan pemberdayaan koperasi di Indonesia. Bank ini awalnya memberikan pembiayaan kepada PNS melalui Koperasi Primer Pegawai Negeri (KP-RI) dengan pola *executing*.

##### b. 1992 dan 2020

Tahun 1992, Bank BKE mulai melakukan kegiatan perbankan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 256/KMK.013/1992 tanggal 21 Februari 1992. Pada tahun 2020,

---

<sup>46</sup> <https://seller.shopee.co.id/edu/article/8607> Diakses pada tanggal 09 Mei 2024

Bank BKE tumbuh dengan aset sebesar Rp 3.469 miliar, memiliki 12 kantor layanan, dan lebih dari 300 pegawai.

c. 2021

Di tahun 2021, Bank BKE resmi berganti nama menjadi PT Bank SeaBank Indonesia (SeaBank) berdasarkan surat keputusan deputy komisioner pengawas perbankan Otoritas Jasa Keuangan nomor KEP-12/PB.1/2021 tanggal 10 Februari 2021 dan meluncurkan layanan digital banking.<sup>47</sup>

d. 2022

Selama tahun 2022, SeaBank telah berhasil meningkatkan efisiensi proses pembukaan rekening menjadi dalam waktu 3 menit, meluncurkan fitur bill payment untuk produk pulsa/data, PLN, dan kartu kredit, serta memungkinkan pembukaan rekening tanpa perlu mengunduh aplikasi. Selain itu, SeaBank juga telah meluncurkan produk deposito berjangka pada aplikasinya, memperoleh lisensi bank devisa, dan menambahkan setoran modal sebesar Rp3.100 miliar, sehingga total modal inti yang tercatat menjadi lebih dari Rp5.000 miliar sesuai dengan ketentuan regulator minimal sebesar Rp3.000 miliar.

e. 2023

Pada tahun 2023, PT Bank SeaBank Indonesia telah meraih sertifikasi ISO27001 yang menegaskan komitmen mereka terhadap

---

<sup>47</sup><https://www.seabank.co.id/perusahaan/info/seabank> Diakses pada tanggal 09 Mei 2024

standar internasional prinsip utama keamanan informasi (SMKI). Selain itu, SeaBank juga meluncurkan fitur QRIS untuk memudahkan transaksi nasabah, fitur Chatbot untuk meningkatkan pelayanan nasabah, dan fitur pembayaran tagihan terhadap berbagai produk digital seperti internet & TV, BPJS, PDAM, Multifinance, PBB, tagihan pulsa pasca bayar, angsuran kredit, dan SeaBank Bayar Instan di aplikasi Shopee.<sup>48</sup>

## 2. Profil SeaBank

- a. Nama Bank : PT. Bank SeaBank Indonesia
- b. Alamat : Gama Tower, Jl. H. R. Rasuna Said No.2 Level GF, Karet Kuningan, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12940, Indonesia
- c. Didirikan pada : 27 November 1991
- d. Telepon : (021) 50995103
- e. Nomor kode pos : 12940

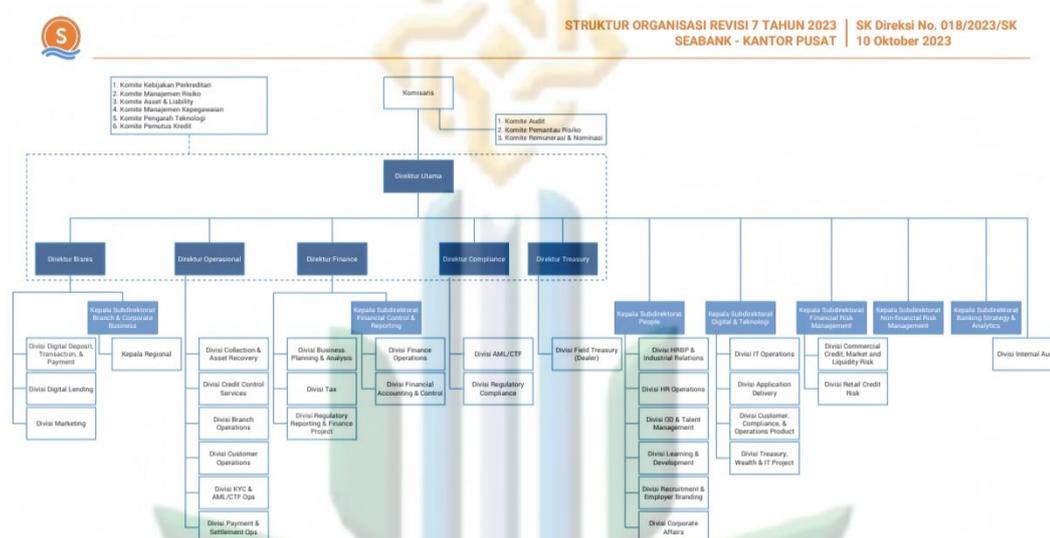
## 3. Visi dan Misi PT. Bank SeaBank Indonesia

- a. Visi PT. Bank SeaBank Indonesia  
Memberi terobosan pengalaman perbankan untuk melayani yang belum terlayani dan memajukan kehidupan masyarakat Indonesia.
- b. Misi PT. Bank SeaBank Indonesia  
Kemudahan perbankan bagi semua.

<sup>48</sup> "Dokumen Laporan Keuangan Seabank 2023, Diakses tahun 2023

#### 4. Struktur Organisasi PT. Bank SeaBank Indonesia

**Gambar 4.1**



Sumber: <https://www.seabank.co.id/perusahaan/info/seabank>

#### B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian dan analisis data memang tahapan penting dalam sebuah penelitian. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, survey dan dokumentasi, peneliti dapat memastikan keakuratan dan relevansi data yang mereka kumpulkan dengan masalah yang sedang diteliti. Tahapan ini dapat membantu menyajikan informasi yang lebih jelas dan mendalam untuk mendukung temuan dan kesimpulan penelitian. Selanjutnya data dan hasil penelitian diperoleh melalui observasi langsung pada para pengguna shopee. Berikut topik yang akan dibahas secara rinci sesuai dengan fokus penelitian:

## 1. Penilaian dari Peningkatan Minat Menabung di SeaBank Sebagai Alat Transaksi Shopee

SeaBank salah satu bank digital yang membawa inovasi layanan keuangan untuk mempermudah pelanggan dalam bertransaksi. Pengguna yang menggunakan fitur layanan SeaBank dapat merasakan berbagai manfaatnya, dijelaskan pada laporan keuangan tahun 2023, SeaBank mencatat pertumbuhan yang positif dalam jumlah tabungan, mencapai Rp8.611 miliar. Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 7.30% atau Rp586 miliar dibandingkan tahun sebelumnya. Kenaikan ini selaras dengan peningkatan jumlah nasabah yang bergabung dengan SeaBank, yang merupakan hasil dari strategi akuisisi dan promosi yang efektif sepanjang tahun., Sesuai dengan pernyataan para pengguna SeaBank, yaitu saudari Saidatus Zakiya mengatakan bahwa:

“Iya, untuk penggunaan bank digital ini sangat mudah digunakan terlebih lagi keamanan disini memiliki 2 tahap, serta bank digital ini dapat membantu memenuhi kebutuhan finansial salah satunya menabung, menabung disini kita diberikan kemudahan serta keuntungan dari contoh segi keuntungannya yaitu: terdapat adanya non administrasi dan tidak ada biaya pengendapan, saya menggunakan *m-banking* ini kurang lebih 1,5 tahun dan masih menggunakannya hingga sekarang, aplikasi ini jarang saya gunakan, tetapi saya lebih sering menggunakannya ketika ada event besar di shopee terlebih lagi jika menggunakan SeaBank tidak ada biaya administrasi.”<sup>49</sup>

Begitu pula yang dapat dikatakan saudari Maira Septian Yudinestira bahwa:

“Saya telah menggunakan SeaBank selama setengah tahun, serta aplikasi ini cocok digunakan dalam menabung dan transaksi

<sup>49</sup>Saidatus Zakiya, diwawancara oleh penulis. Jember, 24 Mei 2024

sehingga sangat mudah karena tidak adanya administrasi, terlebih lagi saya merasa nyaman dan gampang saat menggunakan *platform* bank digital ini, navigasinya juga sangat mudah difahami.”<sup>50</sup>

Hal ini serupa dengan yang dikatakan saudari Lilis Wahyuningsih bahwa:

“Iya, saya menggunakan aplikasi SeaBank ini sudah kurang lebih 8 bulan dan penggunaan aplikasi ini sangat mempermudah saat saya melakukan transaksi di shopee, didalam *platform* SeaBank ini memiliki berbagai fitur salah satunya menabung, bank digital ini memiliki keamanan yang dimana membuat kita yakin adanya keamanan ganda sehingga kita dapat menabung dengan tenang.”<sup>51</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas para pengguna aplikasi terbaru dapat disimpulkan bahwa: para pengguna telah menggunakan *m-banking* selama 1,5 tahun, namun jarang digunakan. Aplikasi ini lebih sering dipakai saat ada event besar di Shopee, terutama karena SeaBank tidak mengenakan biaya administrasi. Pengguna telah menggunakan SeaBank selama setengah tahun untuk menabung dan melakukan transaksi, menemukan bahwa aplikasi ini sangat memudahkan transaksi di Shopee. Tidak jauh berbeda dengan yang dikatakan oleh Wahida Ulimatul Muafif yang juga selaku pengguna SeaBank mengatakan bahwa:

“Saya telah menggunakan layanan SeaBank selama 1 tahun salah satunya dikarenakan sangat membantu dan memudahkan saya dalam bertransaksi, sehingga dimana saya cukup menyalakan *smartphone* saja, serta tidak ada biaya administrasi, aplikasi ini juga sudah terdaftar di OJK sehingga kita dapat dengan mudah menabung dengan aman”<sup>52</sup>

Sama halnya yang dikatakan oleh saudari Fia Reza Rosalina selaku pengguna SeaBank mengatakan hal yang sama bahwa:

<sup>50</sup>Maira Septian Yudinestira, diwawancarai oleh penulis. Jember 23 Mei 2024

<sup>51</sup>Lilis Wahyuningsih, diwawancarai oleh penulis. Jember 25 Mei 2024

<sup>52</sup>Wahida Ulimatul Muafif, diwawancarai oleh penulis. Jember 24 Mei 2024

“Saya menggunakan layanan SeaBank selama 2 tahun, dalam pembuatan rekening sangatlah mudah dan cepat, di SeaBank ini telah ber kolaborasi bersama shopee sehingga terdapat potongan dari shopee ketika berbelanja. Dengan begitu saya juga dapat melakukan transaksi tanpa adanya biaya tambahan, dalam menggunakan rekening SeaBank secara langsung melakukan pembayaran di aplikasi shopee, sekaligus juga bisa menabung”<sup>53</sup>

Hal yang sama dikatakan oleh saudari Siti Zulaehak, bahwa:

“Saya telah menggunakan aplikasi ini sekitar 2 tahun yang lalu karena di aplikasi ini lebih mudah serta ketika berbelanja di shopee dengan menggunakan SeaBank lebih banyak diskon dan aplikasi ini dapat mempermudah berbelanja di shopee”<sup>54</sup>

Begitu juga yang dikatakan oleh Ika Damayanti yang juga pengguna SeaBank mengatakan bahwa: “Saya sudah menggunakan aplikasi SeaBank kurang lebih 3 tahun yang lalu. Karena SeaBank ini telah bekerja sama dengan shopee, dan tidak adanya biaya admin serta dapat mempermudah pembayaran jika berbelanja di shopee.”<sup>55</sup>

Dan saudari Lailatul Sakdiyah juga mengatakan hal yang serupa: “Saya telah menggunakan aplikasi tersebut sekitar 4 tahun yang lalu serta aplikasi tersebut lebih praktis ketika ingin membeli barang di shopee”<sup>56</sup>

Berdasarkan wawancara diatas para pengguna aplikasi SeaBank dapat disimpulkan bahwa: para pengguna layanan SeaBank telah merasakan berbagai manfaatnya selama 1 hingga 4 tahun. Mereka juga menilai SeaBank dapat membantu dalam melakukan transaksi, terutama karena tidak adanya biaya administrasi dan dalam pengoperasian aplikasi ini atau bank digital ini sangat mudah, terlebih lagi keamanan bank digital

<sup>53</sup> Fia Reza Rosalina, diwawancara oleh penulis. Jember 26 Mei 2024

<sup>54</sup> Siti Zulaehak, diwawancara oleh penulis. Jember 31 Mei 2024

<sup>55</sup> Ika Damayanti, diwawancara oleh penulis. Jember 30 Mei 2024

<sup>56</sup> Lailatul Sakdiyah, diwawancara oleh penulis, Jember 31 Mei 2024

sudah sangat baik dengan adanya verifikasi 2 langkah. Serta kolaborasi SeaBank dengan Shopee memberikan keuntungan berupa potongan harga dan diskon, serta memudahkan proses pembayaran saat berbelanja di Shopee. Proses pembuatan rekening juga dinilai cepat dan mudah, sehingga pengguna merasa praktis dan terbantu dalam kegiatan berbelanja online.

Dari pernyataan beberapa informan tersebut terlihat bahwa aplikasi SeaBank dapat mempermudah transaksi serta aplikasi tersebut karena sudah berkolaborasi dengan shopee. Sehingga dapat membuat para pengguna tertarik dengan hal tersebut, yang dimana kita dapat memperoleh berbagai keuntungan salah satunya adanya potongan harga serta ditiadakannya biaya administrasi.

## **2. Penilaian *Feedback* Seabank dapat Menarik Minat Menabung Pengguna Shopee**

Dari hasil wawancara nasabah, dapat dikatakan bahwa peningkatan selama penggunaan di aplikasi SeaBank, yaitu beberapa para pengguna aplikasi SeaBank seperti yang dikatakan saudari Saidatus Zakiya bahwa:

“untuk pemakaian aplikasi ini saya jarang menggunakan dikarenakan dipakainya cukup ketika adanya *flash sale* sehingga saya tidak memakai sesering itu akan tetapi di aplikasi ini terdapat 1 kendala seperti belum ada bentuk fisik untuk melakukan penarikan non tunai, dan menurut saya kecepatan dalam transaksi disini termasuk cepat tanpa ada hambatan, sehingga mempermudah saya mengelola keuangan”.<sup>57</sup>

<sup>57</sup>Saidatus Zakiya, diwawancara oleh penulis. Jember, 24 Mei 2024

Sedangkan Menurut pendapat saudari Wahida Ulimatul Muafif menyatakan bahwa:

“menurut saya dalam peningkatan penggunaan aplikasi SeaBank ini cukup baik untuk sejauh ini, terlebih lagi saya menyukai adanya promosi dan *cashback* yang telah ditawarkan SeaBank tersebut, maka dari itu saya suka aplikasi bank digital ini karena banyak keuntungan yang bisa diperoleh”<sup>58</sup>

Begitu juga yang dikatakan saudari Fia Reza Rosalina bahwa:

“peningkatan SeaBank cukup baik salah satunya dalam pembuatan rekening ini sangat mudah dan cepat sehingga dalam hal ini pembuatan akun dapat mempermudah para pengguna untuk melakukan pembuatan tersebut, terlebih lagi disini ada promosi serta *cashback*, terdapat *feedback* positif mengenai keamanan dan perlindungan akun pengguna SeaBank”.<sup>59</sup>

Sama halnya yang dikatakan oleh saudari Ika Damayanti bahwa:

“dalam peningkatan SeaBank lumayan bagus dikarenakan adanya kerjasama antara SeaBank dengan shopee yang mana dengan adanya kerja sama tersebut kita mendapatkan keuntungan, terlebih lagi dalam proses transaksi tidak ada hambatan sehingga mempermudah saya dalam melakukan transaksi”.<sup>60</sup>

Tidak jauh berbeda yang dikatan saudari Siti Zulaehak bahwa:

“dalam peningkatan SeaBank sudah cukup baik hingga saat ini, terlebih lagi adanya *feedback* bagi para pengguna SeaBank contohnya seperti ada *voucher*, *cashback* dan lain- lainnya, dan mereka juga berkolaborasi dengan shopee sehingga mendapatkan berbagai promo – promo yang menarik”

Menurut saudari Maira Septian Yudinestira peningkatan dalam minat menabung yaitu: “untuk peningkatan ini sangat cocok digunakan menabung dimana dalam aplikasi SeaBank ini terdapat non admin”

<sup>58</sup> Wahida Ulimatul Muafif, diwawancara oleh penulis. Jember 24 Mei 2024

<sup>59</sup> Fia Reza Rosalina, diwawancara oleh penulis. Jember 26 Mei 2024

<sup>60</sup> Ika Damayanti, diwawancara oleh penulis. Jember 30 Mei 2024

Berdasarkan pernyataan diatas bahwa peningkatan dalam sebuah aplikasi SeaBank ini cukup baik sehingga dapat dikatakan untuk saat ini para pengguna cukup stabil ditambah lagi untuk pembuatan rekening tersebut sangatlah mudah dan praktis, akan tetapi ada beberapa para pengguna menyatakan sebuah kendala yaitu aplikasi SeaBank ini tidak ada sebuah penarikan berupa non tunai serta bentuk fisik sehingga para pengguna ketika penarikan uang mengharuskan perpindahan dana ke tempat lainnya.

### **C. Pembahasan Temuan**

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan analisis data yang sudah dilakukan berdasarkan fokus penelitian, maka dalam hal ini peneliti akan membahas temuan-temuan di lapangan mengenai “Analisis Peningkatan Minat Menabung di SeaBank Dalam Perspektif Pengguna shopee”, sebagai berikut:

#### **1. Penilaian dari Peningkatan Minat Menabung di SeaBank Sebagai Alat Transaksi Shopee**

Diperjelas dalam teori yang dikemukakan oleh Mukhlis dalam bukunya “Ekonomi Pembangunan”, menyatakan bahwa minat masyarakat untuk menabung di bank dapat dilakukan dengan memberikan insentif berupa tingkat bunga yang menarik. Dengan tingkat bunga yang lebih tinggi, menabung di bank menjadi lebih menguntungkan daripada mengeluarkan uang untuk keperluan langsung. Ini mendorong lebih

banyak orang untuk menyimpan uang mereka di bank, mengurangi pengeluaran dan memperkuat kebiasaan menabung.<sup>61</sup>

Berdasarkan hasil temuan peneliti dari beberapa mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember para pengguna aplikasi SeaBank, dalam meningkatkan minat untuk menabung yang didalamnya mempunyai fitur kerjasama antara pihak Shopee dengan SeaBank yang dimana para pengguna mendapatkan sebuah voucher atau *flash sale* terutama ketika ada sebuah promo yaitu tanggal kembar.

Pemaparan penelitian diatas mempunyai persamaan dengan penelitian terdahulu pada teori Nafra Veraniaazzahra<sup>62</sup> dijelaskan bahwa : nasabah menerima manfaat dari SeaBank tersebut salah satunya bunga simpan yang tinggi, tidak ada minimal saldo pengendapan, serta tidak ada biaya admin perbulan. Dimana SeaBank ini sudah berizin OJK dan telah terdaftar di LPS (Lembaga Penjamin Simpanan) serta SeaBank ini memiliki sebuah fitur unggulan salah satunya ialah fitur *Link* dengan Shopee yang mempermudah sebuah nasabah dalam melakukan pembayaran di aplikasi *e-commerce* Shopee tanpa biaya penanganan.

Sehingga dari hasil temuan yang diteliti oleh peneliti mengatakan bahwa peningkatan minat menabung di SeaBank dapat menjadi sebuah indikator serta keberhasilan strategi pemasaran dan layanan perbankan

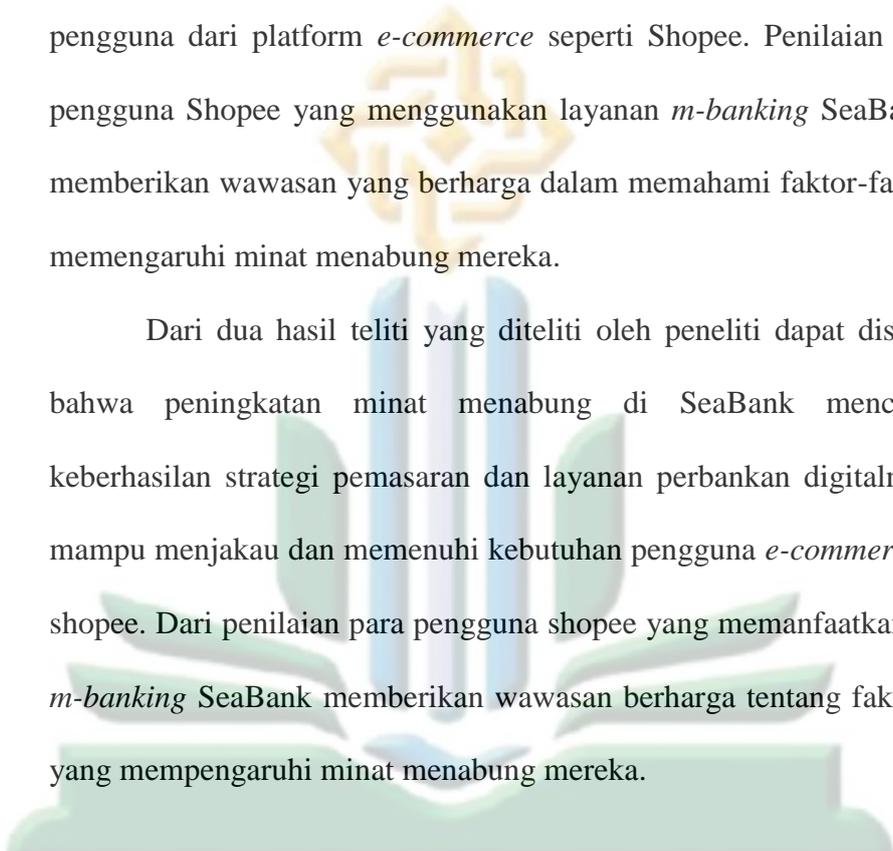
---

<sup>61</sup> Christea Frisdiantara dan Imam Mukhlis. *Ekonomi Pembangunan: Sebuah Kajian Teoritis dan Empiris.* (Malang, Deepublish, 2016) 36 [https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi\\_Pembangunan/Hd4ADAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=peningkatan+minat+menabung&pg=PA36&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi_Pembangunan/Hd4ADAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=peningkatan+minat+menabung&pg=PA36&printsec=frontcover)

<sup>62</sup> Veraniaazzahra, Nafra, and Rodiana Listiawati., "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Credibility, dan Features Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital SeaBank di Jabodetabek." *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ*. Vol. 4. No. 1 (2023)

digital SeaBank sehingga dapat menjangkau dan memenuhi kebutuhan pengguna dari platform *e-commerce* seperti Shopee. Penilaian dari para pengguna Shopee yang menggunakan layanan *m-banking* SeaBank dapat memberikan wawasan yang berharga dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung mereka.

Dari dua hasil teliti yang diteliti oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa peningkatan minat menabung di SeaBank mencerminkan keberhasilan strategi pemasaran dan layanan perbankan digitalnya, yang mampu menjangkau dan memenuhi kebutuhan pengguna *e-commerce* seperti shopee. Dari penilaian para pengguna shopee yang memanfaatkan layanan *m-banking* SeaBank memberikan wawasan berharga tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung mereka.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## 2. Penilaian *Feedback* SeaBank dapat Menarik Minat Menabung Pengguna Shopee

Hal ini sesuai dengan teori yang Menurut Suhadi (2008), umpan balik atau *feedback* memegang peranan penting dalam proses belajar-mengajar. Dalam situasi menabung di SeaBank, umpan balik memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi motivasi dan minat nasabah terhadap kegiatan menabung secara elektronik., SeaBank dapat meningkatkan minat pengguna Shopee untuk menabung melalui layanan mereka dengan memastikan bahwa aplikasi SeaBank mudah digunakan dan memberikan manfaat yang nyata dalam pengelolaan keuangan pengguna Shopee.<sup>63</sup>

Berdasarkan temuan pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember para pengguna Shopee dengan sebuah *feedback* Shopee dapat dilihat berdasarkan dari SeaBank, dimana layanan perbankan digital merupakan peran penting dalam meningkatkan minat menabung pengguna Shopee. Selain penilaian *feedback* dari pengguna menjadi kunci dalam upaya meningkatkan minat menabung di SeaBank. Dalam perspektif pengguna Shopee, analisis *feedback* memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menabung dengan cara SeaBank dapat meningkatkan pengalaman pengguna untuk

---

<sup>63</sup> Christea Frisdiantara dan Imam Mukhlis. *Ekonomi Pembangunan: Sebuah Kajian Teoritis dan Empiris*, (Malang, Deepublish, 2016), 36. [https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi\\_Pembangunan/Hd4ADAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=peningkatan+minat+menabung&pg=PA36&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi_Pembangunan/Hd4ADAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=peningkatan+minat+menabung&pg=PA36&printsec=frontcover)

mendorong aktivitas menabung. Salah satu *feedback* pengguna Shopee memberikan informasi tentang kebutuhan dan preferensi terkait layanan perbankan digital. SeaBank dapat menggunakan masukan ini untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, seperti fitur yang lebih intuitif dan transparan, untuk memudahkan proses menabung. Selain itu, analisis *feedback* membantu SeaBank meningkatkan kualitas layanan dan produk dengan mengidentifikasi potensi perbaikan atau inovasi, seperti program loyalitas atau insentif menarik.

Penggunaan *feedback* juga membantu SeaBank memperbaiki pengalaman pengguna secara keseluruhan dengan meningkatkan interaksi antarmuka, kecepatan layanan, dan respons terhadap masalah pengguna. Hal ini membuat pengguna Shopee merasa lebih terhubung dan dihargai, meningkatkan kepercayaan dan minat menabung. Dengan pendekatan ini, SeaBank juga dapat memperkuat hubungan dengan pengguna Shopee dan mendorong kegiatan menabung yang berkelanjutan.

Penelitian ini mempunyai persamaan dengan penelitian terdahulu pada penelitian Kurniasih Setyagustina<sup>64</sup> menyatakan bahwa aplikasi shopee ini merupakan aplikasi belanja yang memiliki banyak pengunjung yang menyediakan beragam kemudahan, penawaran dan pelayanan sehingga dapat meningkatkan minat belanja, salah satunya yaitu terdapat potongan harga (diskon), gratis ongkir dan sistem COD. Terlebih lagi dengan adanya sistem *Cash On Delivery* (COD) yang mana pembeli tidak

---

<sup>64</sup> Setyagustina, K., Rahmania, R., Joni, M., Kholik, A., & Suhtasari, W. D., "Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir Dan Sistem Cod Terhadap Minat Berbelanja Online Di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Economina*, No.1 Vol. 3,(2022) : 599

merasa khawatir dengan barang akan diantar langsung kepada si pembeli serta pembayaran dilakukan setelah barang sampai.

Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti mengatakan bahwa penggunaan *feedback* di SeaBank tidak hanya membantu meningkatkan minat menabung, tetapi juga memperbaiki pengalaman pengguna secara keseluruhan. Melalui peningkatan interaksi antarmuka, kecepatan layanan, dan respons terhadap masalah pengguna, SeaBank berhasil membuat pengguna Shopee merasa lebih terhubung dan dihargai. Hal ini meningkatkan kepercayaan dan minat menabung mereka. Dengan pendekatan ini, SeaBank mampu memperkuat hubungan dengan pengguna Shopee dan mendorong kegiatan menabung yang berkelanjutan.

Kesimpulan dari dua hasil penelitian diatas yaitu, peneliti menemukan bahwa penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa aplikasi Shopee menyediakan berbagai kemudahan, penawaran seperti potongan harga, gratis ongkir, sistem COD, dan penggunaan *feedback*, dapat meningkatkan minat belanja pengguna. Selain itu, penggunaan *feedback* di SeaBank tidak hanya membantu meningkatkan minat menabung, tetapi juga memperbaiki pengalaman pengguna secara keseluruhan dan pada akhirnya dapat memperkuat hubungan dengan pengguna dan mendorong kegiatan menabung yang berkelanjutan.

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait Analisis Peningkatan Minat Menabung di SeaBank dalam Perspektif Pengguna Shopee, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Peningkatan minat menabung di SeaBank sebagai alat transaksi dan *feedback* pengguna, terlihat bahwa SeaBank berhasil menarik minat menabung pengguna Shopee, dengan laporan keuangan 2022 menunjukkan peningkatan jumlah rekening hingga 64,78% dan nasabah sebesar 88,21%. Pada akhir 2023, SeaBank mencatatkan rekor 10 juta nasabah di seluruh Indonesia. Ini menunjukkan upaya SeaBank dalam meningkatkan minat menabung serta dampak positif terhadap pengguna Shopee.
2. SeaBank juga telah menciptakan strategi efektif yang mengubah persepsi pengguna Shopee terhadap menabung di SeaBank. Sehingga dapat memanfaatkan *feedback* pengguna dan mengintegrasikan fitur menabung sebagai alat transaksi salah satunya terdapat promosi, *voucher*, terdapat tidak ada biaya pengendapan serta adanya keamanan dan perlindungan akun, sehingga SeaBank berhasil membangun kepercayaan dan ketertarikan pengguna Shopee untuk menabung melalui platform mereka.

Selain itu dapat dikatakan bahwa peningkatan minat menabung di SeaBank dapat terlihat dari respons positif pengguna Shopee yang semakin tertarik dan aktif menggunakan layanan menabung SeaBank. Dengan adanya analisis ini menunjukkan bahwa kerjasama antara SeaBank dan Shopee dalam meningkatkan minat menabung telah memberikan hasil menguntungkan bagi kedua pihak serta mendorong kesadaran akan pentingnya menabung di kalangan pengguna Shopee.

## **B. Saran**

1. SeaBank dapat meningkatkan daya saing mereka dengan mempertimbangkan untuk meningkatkan program *cashback* mereka. Penawaran yang lebih menarik dapat memikat lebih banyak konsumen dan mendorong mereka untuk menggunakan layanan SeaBank, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pangsa pasar mereka. SeaBank harus melakukan untuk memberikan *feedback* yang lebih menarik lagi dan berdampak positif bagi para pengguna.
2. SeaBank dapat mempertimbangkan untuk mengintegrasikan layanan mereka dengan platform *e-commerce* seperti Shopee. Hal ini dapat meningkatkan visibilitas SeaBank dan mendorong pengguna Shopee untuk menggunakan layanan perbankan digital mereka.
3. Bagi mahasiswi penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi dan diharapkan memberikan informasi lebih tentang sejauh mana peningkatan minat menabung para pengguna shopee melalui aplikasi SeaBank.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aristia, Irma, Dkk. (2023). "Pengaruh Harga Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online." *Kinerja: Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 13 (1)
- Aristia, I., Sugiono, S., Rinnanik, R., dan Aliyah, H. (2023). "Pengaruh Harga Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online". *Performance: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 13(1)
- Ahdiat , Adi. "Rata-rata Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia ( Kuartal I-Kuartal III 2023)," Oktober 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat> Diakses 2 januari 2024
- Christea Frisdiantara dan Imam Mukhlis. *Ekonomi Pembangunan: Sebuah Kajian Teoritis dan Empiris*. ( Malang, Deepublish, 2016) 36 [https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi\\_Pembangunan/Hd4ADA\\_AAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=peningkatan+minat+menabung&pg=PA36&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi_Pembangunan/Hd4ADA_AAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=peningkatan+minat+menabung&pg=PA36&printsec=frontcover)
- Citra, Ermawati, dan Asah Wiari Sidiq. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung Nasabah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Kcp Kendal Boja." *Solusi* 19.3 (2021)
- Dokumen Laporan Keuangan Seabank 2023, Diakses tahun 2023
- Fauzan, 2019. *Manajemen Pemasaran Syariah*. (Yogyakarta ; CV. Bildung Nusantara)
- Goodstats." Diakses 02 Juli 2023, <https://data.goodstats.id/statistic/>
- [https://www.seabank.co.id/assets/pdf/pages/annual%20report/Laporan\\_Tahunan\\_SeaBank\\_2022.pdf](https://www.seabank.co.id/assets/pdf/pages/annual%20report/Laporan_Tahunan_SeaBank_2022.pdf) Diakses pada 3 Mei 2024
- <https://seller.shopee.co.id/edu/article/8616> Diakses pada 2 Januari 2024
- Hilmawan, A., & Yanti, H. B. (2023). "Faktor Determinan Loyalitas Pelanggan Studi Pada Bank Digital Seabank". *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2)
- Hidayatullah, MF, Dkk., (2023)"Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik DOT.Id." *Falah Manusia* 10 (1)

- Iis Hardiyanti, H. (2019). *“Media Daring Gaya Hidup (Studi Tentang Minat Beli Mahasiswa Melalui Aplikasi Shopee. Com)”* (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- Jesslyn, J., Hartono, C., Jennifer, F., Liana, J., & Fatyandri, A. N. (2023). “Analisis Strategi Bisnis dan Tingkat Persaingan dengan Kompetitor pada Perusahaan Seabank dalam Dunia Perbankan”. *Jurnal Mirai Management*, 8(2)
- Kasmir, (2008). *Manajemen Perbankan*(Jakarta,PT Rajagrafindo Persada)
- Kurniawan Angga, 2023. *Digital Marketing* ( Yogyakarta)
- Lestari, W., Sihabudin, S., & Fauji, R. (2023). “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Seabank) (Studi Pada Masyarakat Karawang Timur)”. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 12(04)
- Leo Dwi Jatmiko “Shopee Efisiensi, Seabank Indonesia pastikan Bisnis dan Operasional Terjaga,”September 2022,<https://finansial.bisnis.com/read/20220928/90/1582175/shopee-efisiensi-seabank-indonesia-pastikan-bisnis-dan-operasional-terjaga> Diakses pada 2 januari 2024
- Maharani, R., Supriyanto, T., & Rahmi, M. (2021). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah:(Studi Kasus Di Bsi Ex Bsm)”. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2),
- Muslimah, Muslimah, Marya Ulfa, And Sony Junaedi. (2023) "Upaya Meningkatkan Kemampuan Penulisan Karya Tulis Ilmiah Mahasiswa Melalui Pendekatan Saintifik Pada Fakultas Bahasa Dan Budaya Universitas 17 Agustus 1945 Semarang." *Bangun Rekaprima* 9(1)
- Mauliyah Nur Ika, Maulidatul Hasanah dkk., (2024)“Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Dalam Meningkatkan Pengunjung Di UPT Rembangan” *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2 (2)
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). “Strategi meningkatkan minat menabung di Bank Syariah melalui penerapan religiusitas”. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16(1)
- Putra, I. G. W. S. C., & Ginting, J. A. (2022). “Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z dalam Menggunakan Aplikasi Bank Digital di Indonesia”. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2)
- Rosmita, C. N., & Akbar, J. (2023). “A Analisis Minat Menabung Mahasiswa Uin Sultan Maulana Hasanuddin Banten Di Bank Syariah”. *Jekis: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1)

- Setyagustina, Kurniasih, Et All. (2022) "Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir Dan Sistem Cod Terhadap Minat Berbelanja Online Di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Economina* 1(3)
- Saskara, P. M., & Rizal, H. M. (2023). "Pengembangan Business Model Canvas untuk Menciptakan Competitive Advantage Seabank Indonesia". *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(1)
- Simanjuntak, D. R., Londa, N., & Waleleng, G. (2019). "Persepsi Mahasiswa Pada Jasa Belanja Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Sam Ratulangi)". *Acta Diurna Komunikasi*, 8(1).
- Sakir, N., Jaya, JNU, & Wahyuni, N. (2022). "Penerapan Metode Pieces Framework Sebagai Evaluasi Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Seabank di Balikpapan". *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9 (2)
- Simamora, A. P., Yanto, A., & Winanti, W. (2023). "Evaluasi User Experience Pada Aplikasi Bank Digital Seabank Menggunakan User Experience Questionnaire (Ueq)". *Insan Pembangunan Sistem Informasi Dan Komputer (Ipsikom)*, 11(2)
- Shopee." Diakses Juni 2020, <https://help.shopee.co.id/portal/11/article/>
- Suprianik, Hirsulaifah., ,( 2024) "Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Fashion Di Lazarus Batik" *Gudang Jurnal Pengabdian Masyarakat*, <https://doi.org/10.59435/gjpm.v2i1.130>
- Siti Masrohatin, Hafiz Wahyu Ananda. (2023) "Transformasi Digital Branch dalam Upaya Peningkatan Layanan di Era Society 5.0 pada Bank Mandiri Jember pada Bank Mandiri Jember" *Jurnal Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah (JEIPS)*, No. 1, <https://doi.org/10.37598/jeips.v3i1.1761>
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 19 (Bandung, Alfabeta, Cv.)
- Seruni, Seruni; Hikmah, Nurul. Pemberian Umpan Balik Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Dan Minat Belajar Mahasiswa. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 2015, 4.3.
- Tim Penyusun, 2020. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press)
- Veraniazzahra, Nafra, and Rodiana Listiawati. (2023) "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Credibility, dan Features Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital SeaBank di Jabodetabek." *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ*. Vol. 4. No. 1

Winarni Endang Widi, Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R dan D (Jakarta : Bumi Aksara, 2018)

Yuwana, Siti Indah Purwaning, And Ayu Wulandari. "Pengaruh Brand Pride, Web Design Quality, E-Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention E-Commerce Shopee Pada Konsumen Milenial Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBI)* 3.2 (2023)

### **Wawancara**

Maira Septian Yudinestira, Wawancara. Jember 23 Mei 2024

Saidatus Zakiya, Wawancara Jember 24 Mei 2024

Wahida Ulimatul Muafif, Wawancara. Jember 24 Mei 2024

Lilis Wahyuningsih, Wawancara. Jember 25 Mei 2024

Fia Reza Rosalina, Wawancara. Jember 26 Mei 2024

Ika Damayanti, Wawancara. Jember 30 Mei 2024

Siti Zulaehak, Wawancara. Jember 31 Mei 2024

Lailatul Sakdiyah, Wawancara, Jember 31 Mei 2024

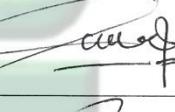
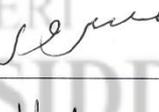
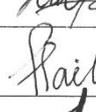
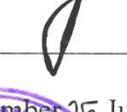
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## Matrik Penelitian

JUDUL	FOKUS PENELITIAN	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN
Analisis Peningkatan Minat Menabung di SeaBank dalam Perspektif Pengguna Shopee	<p>3. Bagaimana peningkatan keuntungan menggunakan SeaBank sebagai alat transaksi shopee?</p> <p>4. Bagaimana <i>feedback</i> SeaBank dapat menarik minat menabung pengguna shopee?</p>	<p>a. Peningkatan Minat Menabung</p> <p>b. Pengguna SeaBank</p> <p>c. Perspektif Pengguna Shopee</p>	<p>a. 1. Peningkatan 2. Minat 3. Menabung 4. Faktor-faktor Peningkatan Minat Menabung</p> <p>b. SeaBank</p> <p>c. Perspektif Pengguna Shopee</p>	<p>1. Observasi</p> <p>2. Informan - mahasiswa atau mahasiswi di fakultas ekonomi dan bisnis islam</p> <p>3. Dokumentasi</p> <p>4. Kepustakaan</p>	<p>1. <b>Pendekatan Penelitian:</b> Kualitatif <b>Jenis Penelitian:</b> Penelitian Lapangan (<i>field reserch</i>)</p> <p>2. <b>Lokasi Penelitian:</b> UIN KHAS JEMBER terutama mahasiswa atau mahasiswi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.</p> <p>3. <b>Teknik Penentuan Subyek Penelitian :</b> <i>Snowball Sampling</i></p> <p>4. <b>Pengumpulan Data :</b> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi</p>

pJURNAL KEGIATAN PENELITIAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

Nama : Shofia Auliya Az  
Nim : 205105010007  
Judul : Analisis Peningkatan Minat Menabung Di Seabank Dalam Perspektif Pengguna Shopee

NO	TANGGAL	KEGIATAN PENELITIAN	PARAF
1	14 Mei 2024	Mengantar surat izin tempat penelitian ke resepsionis rektorat	
2	12 Juni 2024	Memperoleh izin penelitian dari LP2M	
3	23 Mei 2024	Wawancara dengan Maira Septian Yudinestira selaku pengguna Seabank	
4	24 Mei 2024	Wawancara dengan Saidatus Zakiya selaku pengguna Seabank	
5	24 Mei 2024	Wawancara dengan Wahida Ulimatul Muafif selaku pengguna Seabank	
6	25 Mei 2024	Wawancara dengan Lilis Wahyuningsih selaku pengguna Seabank	
7	26 Mei 2024	Wawancara dengan Fia Reza Rosalina selaku pengguna Seabank	
8	30 Mei 2024	Wawancara dengan Ika Damayanti selaku pengguna Seabank	
9	31 Mei 2024	Wawancara Siti Zulaehak selaku pengguna Seabank	
10	31 Mei 2024	Wawancara Lailatul Sakdiyah selaku pengguna Seabank	
11	25 Juni 2024	Meminta surat keterangan selesai penelitian ke LP2M	

Jember, 25 Juni 2024  
Ketua,  
  
Zennal Abidin )



## PEDOMAN WAWANCARA

1. Apakah anda menggunakan layanan seabank? Jika iya sudah berapa lama anda menggunakan seabank dalam transaksi tersebut. Jika tidak, kenapa tidak menggunakan layanan seabank
2. Bagaimana peningkatan minat menabung di seabank sebagai alat transaksi shopee?
3. Bagaimana pendapat anda mengenai kualitas keamanan di aplikasi seabank ?
4. Apa yang anda minati dalam bertransaksi sehingga anda menggunakan seabank?
5. Bagaimana pendapat anda mengenai kecepatan dalam transaksi disini?
6. Apa faktor kendala seabank dalam meningkatkan minat menabung pengguna shopee?
7. Apa manfaat yang kalian peroleh selama menggunakan aplikasi seabank?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shofia Auliya Az

Nim : 205105010007

Prodi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain,kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain,maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, 06 Agustus 2024



Shofia Auliya Az  
NIM. 205105010007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LPPM)

Jl. Mataram 1 Mangli, Kaliwates, Jawa Timur Indonesia Kode Pos 68136 Telp: (0331) 487550  
Fax: (0331) 427005, 68136, email : [lp2m@uinkhas.ac.id](mailto:lp2m@uinkhas.ac.id), website : <http://www.uinkhas.ac.id>



Nomor : B-239/Un.22/L.1/PP.00.9/6/2024  
Lampiran : -  
Hal : Ijin Penelitian

11 Juni 2024

Kepada Yth.  
Rektor UIN KHAS Jember  
Di Tempat

*Assalamualaikum Wr, Wb.*

Bersama ini kami mohon agar sedapatnya nama berikut:

Nama : Shofia Auliya Az  
NIM : 205105010007  
Jabatan : Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember

Dijijinkan untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Peningkatan Minat Menabung di Seabank dalam Perspektif Pengguna Shopee" sejak tanggal 14 Mei s/d 14 Juni 2024.  
Demikian surat permohonan ini, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

*Walaikum salam Wr, Wb.*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Ketua,  
  
Zainal Abidin

Tembusan:

1. Kabiro;
2. Fakultas;
3. Kabag Akademik dan Umum;
4. Yang bersangkutan;
5. Arsip.



Dokumen ini telah ditanda tangani secara elektronik.

Token : ZsGjpp



SURAT KETERANGAN  
NOMOR: B-442/Un.22/L.1/PP.00.9/6/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Zainal Abidin, S.Pd.I, M.S.I.  
NIP : 198106092009121004  
Jabatan : Ketua LP2M UIN KHAS Jember  
Unit Kerja : UIN KHAS Jember

menerangkan bahwa Mahasiswa di bawah ini :

Nama : Shofia Auliya Az  
NIM/Semester : 205105010007  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Prodi : Perbankan Syariah

Telah selesai melakukan penelitian dengan judul “Analisis Peningkatan Minat Menabung di Seabank dalam Perspektif Pengguna Shopee” sejak tanggal 14 Mei 2024 s/d 14 Juni 2024.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

25 Juni 2024

Ketua,



Zainal Abidin

Tembusan :

1. Kabiro;
2. Fakultas;
3. Yang bersangkutan;
4. Arsip.

### SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

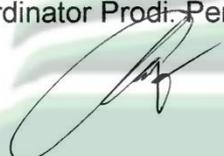
Nama : Shofia Auliya Az

NIM : 205105010007

Semester : IX (Sembilan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 02 Agustus 2024  
Koordinator Prodi. Perbankan Syariah,



Ana Pratiwi, S.E., Ak.,MSA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



### SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Shofia Auliya Az  
NIM : 205105010007  
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH  
Judul : Analisis peningkatan minat menabung di seabank dalam perspektif pengguna shopee

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, 2 Agustus 2024  
Operator Turnitin  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
(.....)  
Dr. Heron F. Q.



## DOKUMENTASI



Wawancara dengan saudari Fia Reza Rosalina selaku nasabah



Wawancara dengan saudari Saidatus Zakiya selaku nasabah



Wawancara dengan saudari Lilis Wahyuningsih selaku nasabah



Wawancara dengan saudari Ika Damayanti selaku nasabah



Wawancara dengan saudari Lailatul Sakdiyah selaku nasabah



Wawancara dengan saudari Maira Septian Yudinestira selaku nasabah



Wawancara dengan saudari Wahida Ulimatul Muafif selaku nasabah



Wawancara dengan saudari Siti Zulaehak selaku nasabah

## Lampiran SeaBank

The screenshot shows the SeaBank website homepage. The main banner is split into blue and orange sections. On the left, it says "SELAMAT DATANG DI SEABANK" and "Menabung dan transaksi melalui handphone, kapan pun dan di mana pun". On the right, it promotes "Transfer Gratis 100x", "Top-up E-Wallet Gratis 100X", and "Bunga Cair Setiap Hari" with the hashtag "#LebihUntungdiSeaBank". Below the text are buttons for "GET IT ON Google Play" and "Download on the App Store", along with a QR code. The background features a group of four people smiling and holding their phones. The website navigation includes "Beranda", "Produk & ...", "Promo", "Perusaha...", "Blog", and "Pusat Bantu...". A "Download SeaBank" button is in the top right.

The screenshot shows the SeaBank website homepage with a focus on interest rates. The banner is split into blue and orange sections. On the left, it advertises "Bunga Tabungan 3,5% CAIR SETIAP HARI" with an illustration of a wallet. On the right, it advertises "Bunga Deposito S.D. 6% JATUH TEMPO 1, 3, & 6 BULAN" with an illustration of a piggy bank. The text "S&K Berlaku" is visible at the bottom left of the banner. The website navigation and "Download SeaBank" button are consistent with the previous screenshot.

## BIODATA PENULIS



Nama : Shofia Auliya Az

Tempat, Tanggal Lahir : Blitar, 26 Juni 2001

Nim : 205105010007

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Alamat : Jl. Kalimantan, RT 001 RW 002, Desa Slorok,  
Kecamatan Garum, Kabupaten Blitar

### Riwayat Pendidikan

SDIT AL – IHSAN : 2007 - 2013

SMPIT AL – IHSAN : 2013 - 2016

SMAIT Nurul ‘Ilmi Tenggarong : 2016 - 2019