

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak wabah penyakit virus corona (COVID-19) yang menjadi ancaman bagi kesehatan dan kehidupan penduduk dunia, banyak perilaku konsumsi masyarakat yang berubah (Wibowo, 2020). Penyebaran virus Corona yang sedang merebak di sejumlah negara menimbulkan kekhawatiran negara-negara di dunia termasuk negara Indonesia. Virus Corona pertama kali muncul dari Kota Wuhan Cina. Penyebaran Virus Corona sangat cepat dan mematikan jika orang yang terkena memiliki penyakit penyerta. Penularan virus corona melalui kontak fisik, ditularkan melalui mulut, mata dan hidung. Semenjak virus ini mewabah di berbagai penjuru dunia, semua masyarakat berusaha untuk menjaga pola hidup. Hal ini bertujuan untuk mencegah penularan, sehingga risiko terinfeksi virus mematikan ini dapat diminimalisir. (Haryati, 2021)

Perubahan perilaku masyarakat ditengah pandemi ini mulai dilakukan, dimana untuk memenuhi kebutuhan hidup setiap harinya masyarakat dipaksa untuk menghindari kontak langsung dengan orang lain, sehingga masyarakat mulai membiasakan diri untuk memenuhi segala jenis kebutuhan hidup melalui *e-commerce* (Adnan, 2014).

Dengan perubahan perilaku masyarakat untuk lebih memilih berbelanja melalui *e-commerce*. ini memberikan dampak positif serta

menciptakan jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru, diantaranya transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara *online*. Dalam hal ini internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media, namun juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perbankan. Bank di Indonesia memasuki dunia maya yaitu *financial teknologi (fintech)* melalui Internet Banking yang merupakan salah satu produk dari *E-Banking*, adalah bentuk layanan perbankan melalui media elektronik. (Harlan, 2014)

E-Banking pada dasarnya merupakan sebuah layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Merupakan kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui *websitemilik bank*, sehingga nasabah tidak harus mendatangi kantor untuk melakukan transaksi. Nasabah dapat menggunakan perangkat komputer *desktop, laptop, tablet*, atau *smartphone* yang terhubung pada jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dengan sistem bank (Shinhan, 2017).

Masyarakat modern saat ini, tentunya membutuhkan layanan transaksi *online*, sehingga bank harus berinovasi meluncurkan produk-produk layanan *e-banking* untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan pembayaran *e-commerce*, sehingga masyarakat tidak perlu melakukan pembayaran langsung demi memutus penyebaran rantai covid-19. Penggunaan *e-banking* bagi nasabah meluas karena memberikan manfaat yang sangat besar bagi kelancaran proses-proses transaksi. Proses transfer, penarikan, dan

pembayaran transaksi yang dilakukan secara online dan *real on time* akan mempermudah dan mempercepat penyelesaian transaksi tersebut. (Harlan, 2014)

Teknologi sebagai media memudahkan manusia juga tidak luput dengan risiko untuk penggunaannya. Risiko merupakan suatu ketidakpastian yang dirasakan oleh pengguna yang menimbulkan kerugian kepada pengguna. Risiko yang pertama dirasakan oleh pengguna adalah risiko kejahatan *cyber*(*cyber risk*). Kejahatan *cyber* dapat mengancam setiap transaksi yang dilakukan konsumen, keamanan data pribadi setiap pengguna juga tidak luput dari ancaman kejahatan *cyber*. Kebocoran data pribadi dan penyalahgunaan data dapat merugikan pengguna. *Bisnis Fintech* merupakan bisnis kepercayaan antara pengguna dan pengembang, jika terjadi sebuah kebocoran data, penyalahgunaan data, pemalsuan data dan lain sebagainya sama saja menciderai kepercayaan antara pengguna dan pengembang dan sebaliknya. Kepercayaan sangatlah penting dalam hal ini, dimana pengguna dan pengembang *Fintech* tidak dipertemukan secara langsung, karena penggunaan *Fintech* dilakukan dengan jarak jauh. Adanya berbagai risiko yang berpotensi merugikan pengguna dan pihak pengembang sendiri seharusnya dapat meningkatkan keamanan dari sistem yang dimilikinya, serta memberikan edukasi terhadap calon pengguna sehingga mampu meminimalisir terjadinya kesalahan yang merugikan pengguna *fintech* ini, karena penggunaan *Fintech* melakukannya setiap transaksinya sendiri. Setiap risiko tentunya dapat diminimalisir dengan kebijakan-kebijakan yang saling menguntungkan antara

kedua belah pihak sehingga tidak menimbulkan kerugian-kerugian yang berarti diantara kedua belah pihak. Mereka tetap akan menggunakan produk meskipun berisiko. (WILDAN, 2019)

Walaupun begitu pengguna akan mempertimbangkan berbagai faktor untuk memutuskan menggunakan kemudahan dengan adanya fintech ini, di Indonesia Bank – bank mempunyai produk *internet banking* nya masing yaitu ;

Tabel 1. 1 Daftar 10 Bank dengan Produk Mbanking

NO	NAMA BANK	NAMA PRODUK
1	BCA	BCA Mobile
2	MANDIRI	Mandiri Online
3	BRI	BriMO
4	BNI	BNI Mobile Banking
5	BSI	BSI Mobile
6	CIMB NIAGA	Go Mobile
7	BANK MEGA	Mega Mobile
8	CITIBANK	Citi Mobile
9	BANKPERMATA	PermataMobile
10	BANK BUKOPIN	Bukopin Mobile Banking

Table 1 Nama – nama produk internet banking Bank di Indonesia

Sumber : TopBrandAward.com

Dari tabel 1.1 di atas dari banyaknya Bank yang tersebar di Indonesia ada 10 produk internet banking yang menjadi pilihan pengguna untuk

dijadikan sebagai media pembayaran ketika melakukan suatu pembelian produk.

Salah satu produk internet banking dari Bank BRI yaitu Brimo merupakan pengembangan dari BRI mobile dengan mengedepankan fitur terbaru serta pengembangan keamanan sehingga pengguna merasakan keamanan bertransaksi secara mudah dan aman, serta fitur terbaru seperti penggunaan *fingerprint* dan *facedetection* membuat privasi pengguna sangat aman serta ditambah lagi dengan fitur penarikan tanpa kartu. Dengan hal itu, pengguna bisa merasakan perkembangan teknologi perbankan dengan hanya menggunakan *smartphone* saja. (Supendi, 2020)

Brimo sebagai produk *internet banking* Bank BRI selalu melakukan pengembangan dan juga melakukan perbaikan system, dalam masa pandemi yang terjadi selama ini penggunaan Brimo mengalami jumlah yang menunjukkan peningkatan, Disebutkan terdapat lebih dari 11 juta pengguna BRIMo dengan jumlah transaksi mencapai 575 juta sepanjang tahun lalu. (Banjarnahor, 2019) penyebabnya dituntutnya masyarakat yang tidak boleh melakukan aktivitas di luar rumah membuat jumlah penggunaannya mengalami peningkatan. Dalam hal ini, menentukan keputusan pembelian menggunakan internet banking (BRIMo) untuk metode pembayaran sangatlah dirasa bermanfaat.

Di Wonosalam sendiri yang merupakan wilayah dipedesaan penggunaan BRIMo juga sudah mencapai ratusan orang, hal ini membuktikan

bahwa BRIMo sendiri sudah mulai dikenal secara luas sampai pedesaan karena manfaat dan memudahkan segala transaksi *online*.

Dalam membuat keputusan untuk membeli sebuah produk, konsumen memiliki beberapa pertimbangan. Menurut Penelitian Regita (2020) yang menunjukkan bahwa keputusan pembelian menggunakan internet *banking* dipengaruhi oleh kenyamanan, keamanan serta fitur layanan . Terdapat korelasi yang sangat kuat antara variabel kemudahan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian menggunakan internet banking. Kenaikan atau penurunan pada variabel kemudahan bertransaksi dan persepsi risiko akan mempengaruhi variabel keputusan pembelian menggunakan *internet banking*.

Fenomena yang terjadi akhir-akhir ini menyebabkan sebagian masyarakat lebih memilih melakukan pembelian secara praktis dan ekonomis yang membutuhkan waktu yang relative cepat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Arifin dan Khoiriyah (2018) setiap orang yang pernah membeli barang secara *online* akan melakukan kembali atau berulang kali walaupun adanya resiko dalam pembelian secara *online* tersebut. Kemajuan teknologi menjadikan konsumen memiliki kemudahan berbelanja walaupun memiliki kekurangan dalam waktu yang terbatas untuk memenuhi kebutuhannya. Adanya toko online, masyarakat tidak mengeluarkan banyak tenaga dan waktu untuk berbelanja. Masyarakat bisa langsung membuka *marketplace*, memilih barang yang dibutuhkan dan membayar barang yang sudah dipilih melalui transfer atau dompet digital lainnya yang saat ini menjadi salah satu sistem unggulan.

Kemudahan dalam fasilitas internet banking bisa dalam bentuk memberikan keleluasaan dan kemudahan untuk nasabah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan, baik menggunakan jaringan internet maupun sms sebagai sarana transaksi. Fasilitas tersebut bisa memunculkan nilai pasar yang baik dan baru untuk bank agar menarik minat nasabah untuk menjadi salah satu bagian dari bank dan membuat produk dalam bank tersebut menjadi produk yang diunggulkan karna kualitasnya. (Kurniaputra & Nurhadi, 2018)

Persepsi resiko juga sangat mempengaruhi keputusan penggunaan dompet digital (Yunita, Sumarsono dan Farida, 2019). Hal tersebut dikarenakan pengguna tidak mengetahui dan melihat keadaan jaringan yang digunakan secara langsung. Meskipun dengan sistem *online*, namun juga terdapat kejahatan yang semakin meningkat. Maraknya oknum yang tidak bertanggungjawab memanfaatkan teknologi/internet untuk melakukan tindakan penipuan, hacker kartu kredit dan transfer dana secara illegal dari buku rekening.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Bertransaksi dan Presepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Dompet Digital (Brimo)(Studi pengguna Brimo BRI Unit Wonosalam Jombang)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka dapat dirumuskan adalah:

1. Apakah kemudahan bertransaksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan dompet digital (Brimo)?
2. Apakah persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan dompet digital (Brimo)?

1.3 Batasan Masalah

Untuk membatasi ruang lingkup dalam penelitian ini dan agar pembahasan tidak terlalu luas meluas, maka permasalahan perlu dibatasi sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada nasabah pengguna dompet digital (BriMo)

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan menggunakan Dompet Digital (Brimo)
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi Risiko terhadap keputusan menggunakan Dompet Digital (Brimo)

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baik untuk kalangan akademi (mahasiswa) maupun masyarakat terutama berkaitan dengan keputusan pembelian. Dan dalam jangka panjang hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam ilmu pengetahuan di

bidang pemasaran dan sebagai salahsatu bekal dan teori yang didapat selama perkuliaahan pada penerapannya di dunia nyata.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bagi pengembang *Fintech*, dapat dijadikan referensi dalam membuat sistem layanan keuangan berbasis teknologi sesuai dengan kebutuhan mahasiswa