

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi *digital banking* di Indonesia saat ini terus mengikuti perkembangan zaman dan mampu menjangkau ke berbagai pelosok daerah sesuai kebijakan OJK dengan nomor 12/POJK.03/2018 mengenai Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum yang dapat dilakukan secara mandiri dan menjadi lebih efektif. 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). 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 technology* (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, yang merupakan kegiatan perbankan dengan memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui *website* milik 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. Menurut Wildan (2019) 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 harusnya 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). Berikut daftar aplikasi Bank Indonesia dengan nama-nama produk sebagai berikut:

Tabel 1.1 Daftar 10 Bank dengan Produk M-banking

No	Nama Bank	Nama Produk
1	BCA	BCA Mobile
2	MANDIRI	Livin' by Mandiri
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	BANK PERMATA	Permata Mobile
10	BANK BUKOPIN	Bukopin Mobile Banking

Sumber : Top Brand Award.com (2022)

Dari Tabel 1.1 diatas banyaknya Bank yang tersebar di Indonesia tersedia 10 produk *internet banking* yang menjadi pilihan pengguna untuk dijadikan sebagai

mediapembayaran ketika melakukan suatu pembelian produk. BRI sebagai salah satu bank yang telah melakukan terobosan *internet banking* yaitu BankRakyat Indonesia (BRI) telah membuat terobosan aplikasi BRImo. BRImomampu mengurangi aktivitas perbankan yang dilakukan dikantor cabang. BRImomerupakan aplikasi *internet banking* terbaru dari bank BRI yang lebih modern, inovatif, dan lengkap. Selain itu produk dari bank BRI juga beraneka ragam sesuai dengan kebutuhan para nasabah, berikut macam-macam Fitur BRImo:

Tabel 1.2 Fitur Aplikasi BRImo

No	FITUR BRIMO	MACAM-MACAM FITUR BRIMO
1	Tabungan Digital	Britama Rencana
		Britama Valas
		Britama Muda
		Simpedes Bisa
2	Fitur Lainnya	Pulsa/Data
		Transfer
		Dompot Digital
		BRIZZI
		Tarik Tunai
		BRIVA
		Listrik
		Asuransi
		BPJS
		Catatan Keuangan
		Cicilan
		KAI
		Konversi Valas
		LTMPPT
		Mutasi
Pascabayar		
3	Pinjaman Digital	Ceria
		Briguna
4	BRI Internasional	BRI Trade Finance and Services

Sumber : Aplikasi BRImo (2022)

Berdasarkan Tabel 1.2 *Internet banking* Bank BRI yaitu Aplikasi BRImo yang diluncurkan pada akhir bulan Februari 2019, BRImo merupakan Aplikasi Keuangan Digital Bank BRI Terbaru berbasis data internet yang memberikan kemudahan bagi nasabah maupun non nasabah BRI untuk dapat bertransaksi. Tujuan pengembangan aplikasi BRImo versi terbaru adalah untuk mempersiapkan *business* model baru ke depannya disertai pergeseran habit nasabah yang sebelumnya bertransaksi melalui unit kerja BRI terdekat kemudian *shifting* ke ATM dan SMS Banking. BRI berharap kedepannya seluruh nasabah mulai bertransaksi melalui *internet banking*. Dengan hal itu, pengguna bisa merasakan perkembangan teknologi perbankan dengan 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). Hadirnya *internet banking* tentunya sangat memudahkan masyarakat dalam mengakses keuangan tanpa batasan ruang dan waktu, cukup dengan adanya fasilitas jaringan internet yang memadai masyarakat sudah dapat mengakses berbagai macam fitur keuangan yang ditawarkan, namun masih banyak masyarakat yang belum menggunakan *internet banking* atau layanan jasa keuangan yang menggunakan internet, padahal akses terhadap teknologi dan jaringan

internet sudah mulai banyak digunakan, sehingga masyarakat lebih mudah menggunakan jasa keuangan yang berbasis internet tersebut.

Menurut (Pancaningrum & Risdwiyanto, 2013), kegunaan (*Perceived Usefulness – PU*) didefinisikan sebagai persepsi individu yang menggunakan teknologi baru akan meningkatkan atau memperbaiki kinerja pekerjaan dalam satu konteks organisatoris. Penggunaan internet *banking* pada umumnya dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kegunaan, persepsi keamanan, lingkungan, fitur layanan, daya tarik, tingkat pemahaman, serta pendapatan (Wibowo., et al, 2015). Beberapa faktor tersebut dapat menunjukkan bahwa keputusan penggunaan maupun meningkatkan minat menggunakan ulang internet *banking*. Dua faktor yang cukup signifikan dalam meningkatkan minat penggunaan internet *banking* yaitu faktor persepsi kemudahan dan persepsi manfaat, dimana kedua faktor tersebut terdapat dalam variabel utama teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh (Davis, 1989). Dalam *Technology Acceptance Model*, persepsi kegunaan merupakan salah satu dari dua kunci pengukuran pengaruh sikap terhadap teknologi baru.

Mustofa(2014), mendefinisikan kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use – PEU*) sebagai suatu ukuran keyakinan pengguna suatu teknologi tertentu bahwa dengan menggunakan suatu teknologi dapat memberikan keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih. Semakin mudah suatu teknologi digunakan maka akan semakin kecil pula usaha yang akan dilakukan oleh pengguna teknologi tersebut. Menurut TAM, kemudahan penggunaan memiliki dua efek,

yaitu efek langsung maupun tidak langsung pada sistem online. Efek tidak langsung pada niat adalah melalui kegunaan. Efek langsung dijelaskan oleh fakta bahwa dalam perilaku pengambilan keputusan, konsumen berusaha meminimalkan upaya dalam perilaku mereka, seperti juga halnya dengan persepsi konsumententang "kemudahan penggunaan": yaitu persepsi bahwa berbelanja melalui internet akan bebas dari kesulitan (Venkatesh, 2000).

Amijaya (2010) membuktikan bahwa persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan internet *banking*. 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.

Kemudahan dalam fasilitas internet *banking* bisa dalam bentuk memberikan keleluasaan dan kemudahan untuk nasabah dalam melakukan berbagai 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 (Kurni Putra & Nurhadi, 2018). Yanuardinda (2014) menyatakan bahwa persepsi kesesuaian berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Hal ini terjadi karena nasabah berasumsi bahwa *internet banking* (BRImo) memiliki kesesuaian terhadap keinginan nasabah yang meliputi kebutuhan dan kesesuaian dengan keinginan bertransaksi, sehingga kondisi ini

menimbulkan pengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *Internet banking*.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang Aplikasi BRImo (Studi Pada Nasabah BRI Cabang Jombang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka dapat dirumuskan adalah:

1. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan ulang Aplikasi BRImo?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan ulang Aplikasi BRImo?
3. Apakah persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan ulang Aplikasi BRImo?

1.3 Batasan Masalah

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

1. Penelitian dilakukan pada nasabah pengguna Aplikasi BRImo
2. Waktu penelitian pada nasabah pengguna Aplikasi BRImo terhitung mulai bulan Februari 2022 sampai dengan Mei 2022

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan ulang aplikasi BRImo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan ulang aplikasi BRImo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi resiko terhadap minat menggunakan ulang aplikasi BRImo.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

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 dibidang pemasaran dan sebagai salahsatu bekal dan teori yang didapat selama perkuliahan 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.