

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Di era sekarang penggunaan teknologi semakin menjamur. Hal ini berdampak pada aspek kehidupan masyarakat, termasuk layanan perbankan. Dalam beberapa tahun terakhir bank telah memperkenalkan sistem perbankan berbasis internet kepada penggunanya untuk meningkatkan layanan mereka. *M-banking* merupakan salah satu bentuk produk layanan yang ditawarkan kepada nasabah. Bank menawarkan layanan perbankan elektronik atau *electronic banking* untuk memenuhi permintaan dan kebutuhan nasabah tanpa harus datang ke bank atau *ATM* (Maryanto, 2010). *M-banking* dapat menghilangkan batasan fisik perbankan dan waktu perbankan yang terbatas karena *M-banking* dapat diakses dari mana saja dan kapan saja.

Dalam pemberian pelayanan ini bank melakukan terobosan di dalam fitur *M-banking* terutama transaksi perbankan, transaksi belanja *online* di pasar dan penarikan uang. Fasilitas tersebut juga dapat menciptakan nilai pasar bagi bank untuk menarik nasabah dan meningkatkan kualitas produk. Untuk membangun kepercayaan nasabah, perbankan harus terus meningkatkan layanan dan standar perbankan lainnya. Hal ini dapat meningkatkan citra bank dan secara langsung mempengaruhi penggunaan *M-banking* pada masyarakat.

Bank BRI merupakan salah satu bank yang telah menyuguhkan layanan digital bagi nasabahnya. Manajemen BRI menyadari, jika tidak aktif berinovasi maka mereka akan tergeser oleh bank yang lebih maju dari segi perkembangan teknologinya, mengingat pola kebutuhan masyarakat saat ini juga berubah. Bank BRI sendiri telah mengeluarkan dua aplikasi *mobile banking*, yaitu BRI *M-banking* dan BRI_{mo}. BRI_{mo} adalah aplikasi BRI *M-banking* yang dapat digunakan dalam membantu pengembangan aplikasi yang berguna untuk membantu memudahkan para nasabah dalam proses transaksi dan mendapatkan nasabah baru. Secara fungsi, aplikasi BRI *M-banking* memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai aktivitas perbankan diantaranya yaitu, mengecek saldo, mengirim dan menerima

uang serta membayar tagihan dan melakukan belanja *online*. Nasabah juga dapat mendapatkan informasi mengenai lima transaksi terakhir.

BRI *Mobile* adalah aplikasi *launching* yang mengintegrasikan beberapa aplikasi *e-banking* BRI yang tersedia melalui smartphone, serta aplikasi tambahan lainnya. Keberadaan BRI *Mobile* bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan melalui sistem *online*. Keuntungan menggunakan BRI *Mobile* antara lain pendaftaran yang mudah, desain jelas dan *user-friendly*. Layanan perbankan yang tersedia 24 jam sehari, demikian juga keamanan layanan yang tersedia di BRI *Mobile*.

Dalam periode pandemi, pihak pengelola sekaligus pemilik BRI *Mobile* yaitu PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk mengalami lonjakan transaksi digital. Peningkatan ini dapat disebabkan oleh pembatasan aktivitas dan pemberlakuan *physical distancing* dari pemerintah dalam upaya mengurangi penyebaran virus corona. BRI mencatat peningkatan transaksi digital melalui internet banking, *M-banking* (BRIMO) dan pembelian dipasar. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa peningkatan penggunaan *mobile banking* ini berkaitan erat dengan persepsi orang tentang kontrol perilaku ketika berhadapan dengan sebuah situasi tertentu, yaitu situasi pandemi corona. Minat penggunaan *M-banking* mengalami peningkatan selama pandemi COVID-19 dan mencapai 94%. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan *M-banking* pada Bank Mandiri sebesar 30%, Bank BNI mencapai 91%, dan di BRI mencapai 100% (Sitorus, 2022). Kenyamanan dalam penggunaan *M-banking* mampu meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan layanan di masa pandemi.

Kesadaran menerima teknologi baru mempengaruhi minat orang untuk menggunakan teknologi baru. Berhasil atau tidaknya rekrutmen konsumen aplikasi *M-banking* dapat diprediksi dengan korelasi dan kausalitas. Dalam tugas akhir ini penulis akan membahas mengenai analisis persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko. Persepsi merupakan proses penyampaian informasi melalui alat indera. Perangkat sensorik memiliki, mengatur, dan menafsirkan informasi yang mereka terima untuk membantu gambar yang bermakna. Kemudahan penggunaan yang dirasakan sedemikian rupa sehingga orang percaya

bahwa teknologi itu mudah digunakan. Persepsi risiko adalah rasa ketidakpastian konsumen tentang pilihan yang mereka buat.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengambil tema tugas akhir dengan Judul “**PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN, RISIKO PADA APLIKASI M-BANKING BRIMO**”

I.2 Tujuan Penulisan Tugas Akhir

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka tujuan penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi kegunaan didalam aplikasi BRImo oleh nasabah bank BRI
2. Untuk mengetahui bagaimana persepsi kemudahan didalam aplikasi BRImo oleh nasabah bank BRI
3. Untuk mengetahui bagaimana persepsi keamanan didalam aplikasi BRImo oleh nasabah bank BRI.

I.3 Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat dapat diperoleh dari penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Manfaat secara teoritis
Bagi perguruan tinggi yaitu penulis dapat digunakan sebagai referensi baru dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penulis selanjutnya dengan pembahasan yang serupa.
2. Manfaat secara praktis
 - a. Bagi Bank BRI
Hasil penulisan ini guna untuk masukan terhadap PT Bank BRI sebagai salah suatu evaluasi kekurangan kinerja bank PT. Bank BRI khususnya evaluasi terhadap tingkat performabank dan juga keamanan bagi pengguna bank bri yang berkaitan dengan penuliasn Tugas Akhir terkait.
 - b. Bagi Institusi
Penulisan ini dapat memberikan pengetahuan khususnya terhadap wawasan tentang persepsi terhadap penggunaan *M-banking* pada Bank BRI.
 - c. Bagi Masyarakat

Penulisan ini diharapkan dapat berguna untuk masyarakat menambah pengetahuan tentang teknologi dan pengaruh penggunaan Mobil Banking.

d. Bagi Penulis

Penulisan ini dijadikan sebagai sumber sarana penulis mengaplikasikan teori yang telah penulis peroleh dalam mata kuliah sistem informasi keuangan dan menambah wawasan.