

PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI

RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN BNI *MOBILE*

BANKING

(Studi Kasus pada Nasabah BNI Kec. Lowokwaru)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Kukuh

NPM. 22001081125



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

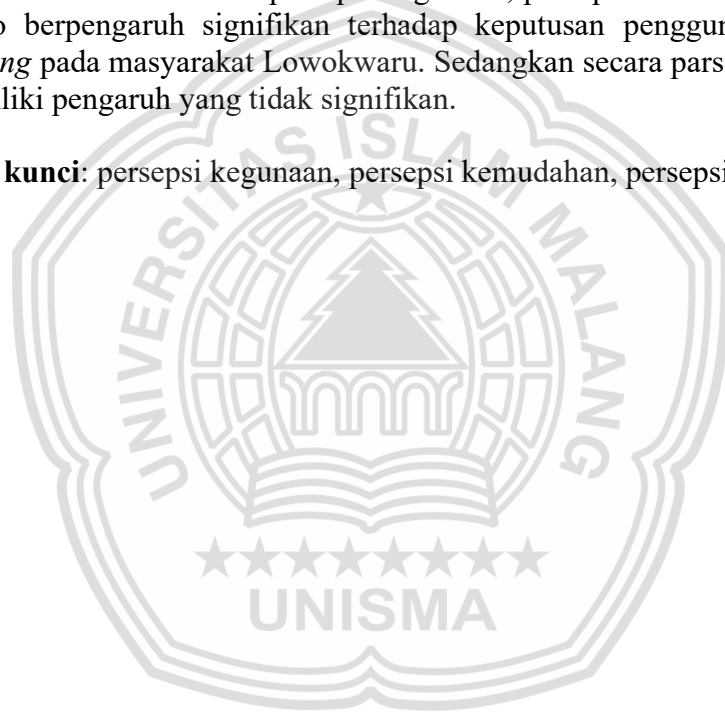
MALANG

2024

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi Resiko terhadap keputusan penggunaan BNI *Mobile Banking* (studi kasus pada nasabah BNI kec. Lowokwaru) metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* sedangkan data yang digunakan menggunakan data primer dengan pengambilan data menggunakan kuesioner berskala likert yang disebarakan berbentuk *google form*. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Malhotra dan ditemukan berjumlah 80 responden. Secara simultan diketahui bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan BNI *mobile banking* pada masyarakat Lowokwaru. Sedangkan secara parsial persepsi resiko memiliki pengaruh yang tidak signifikan.

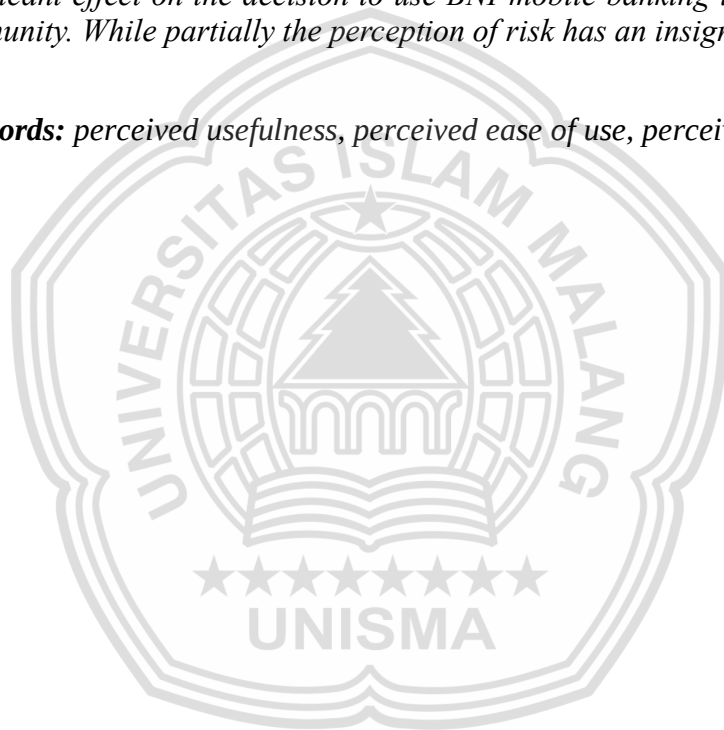
Kata kunci: persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi resiko



ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of perceived usefulness, perceived ease and perceived risk on the decision to use BNI Mobile Banking (case study of BNI CI customers in Lowokwaru District) This research method uses a quantitative method using a non-probability sampling technique while the data used uses primary data with data collection using a Likert-scale questionnaire distributed in the form of a google form. Sampling in this study used the Malhotra formula and was found to be 80 respondents. Simultaneously, it is known that perceived usefulness, perceived ease and perceived risk have a significant effect on the decision to use BNI mobile banking in the Lowokwaru community. While partially the perception of risk has an insignificant effect.

Keywords: *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dimasa sekarang ini, kita telah memasuki masa dimana teknologi berkembang dengan sangat pesat. Salah satunya adalah teknologi digital, perkembangan pesat teknologi digital telah mengubah hampir semua aspek kehidupan manusia. Secara umum, perkembangan teknologi dipacu oleh kebutuhan manusia untuk menyelesaikan masalah, meningkatkan efisiensi, mempersingkat waktu, dan mempermudah kehidupan sehari-hari. Inovasi terkait teknologi digital terbaru terus bermunculan seiring dengan semakin berkembang pesatnya pengetahuan dan penelitian dalam bidang tersebut.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia, banyak perusahaan-perusahaan yang dengan gencar memanfaatkan perkembangan teknologi untuk memudahkan manusia dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pembahasan tentang era Indonesia 4.0 tentu sudah tidak asing lagi. Pemerintah seakan tidak ingin tertinggal mengingat semakin signifikannya perkembangan teknologi digital di level global. Contoh nyata dari evolusi ini terlihat sejak bisnis warnet mulai merebak pasca reformasi hingga awal 2000-an. Pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan di tahun 2011 dengan jumlah pengguna sebanyak 43 juta dari sekitar 2 juta pengguna pada awal 2000-an. Dan pada tahun 2021 sudah jauh meningkat, mencapai 202,6 juta pengguna internet. Terjadi peningkatan sekitar 15,5 persen dari awal tahun 2020. (Jho, 2023)

Penggunaan *smartphone* telah menjadi hal umum bagi setiap individu dalam aktivitas harian mereka. Tak hanya perusahaan *smartphone*, dunia perbankan pun turut serta dalam merespon perkembangan teknologi informasi ini. Dengan tingginya tingkat adopsi *smartphone* oleh masyarakat, sektor perbankan memanfaatkan tren ini dengan meluncurkan layanan *mobile banking*. Layanan ini memungkinkan setiap individu untuk melakukan berbagai transaksi perbankan hanya dengan menggunakan *smartphone* yang mereka miliki. Adanya layanan *mobile banking* ini menjadikan proses perbankan lebih mudah diakses dan lebih efisien, sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang semakin dinamis.

Dilansir dari universalbpr.co.id (2023), *mobile banking* adalah layanan yang ditawarkan oleh bank dan menawarkan banyak sekali fitur untuk mempermudah transaksi keuangan. Hadirnya *Mobile Banking* tentunya memberikan banyak manfaat yang dapat dirasakan baik bagi penggunanya, maupun bagi bank itu sendiri. Manfaat bagi pengguna *mobile banking* yang paling dirasakan adalah kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Sebelum berkembangnya *mobile banking*, transaksi perbankan dilakukan dengan cara mendatangi bank secara langsung, namun kini pengguna hanya perlu menggunakan *smartphone* dan internet yang dimilikinya untuk melakukan transaksi. *mobile banking* juga menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tanpa terbatas pada ruang dan waktu. Transaksi perbankan menggunakan *mobile banking* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sesuai dengan keinginan dan kebutuhan penggunanya. Keuntungan bagi pihak bank sendiri ialah dengan mengurangi biaya operasional yang sebelumnya digunakan untuk membangun kantor

cabang kini dapat di minimalisir dengan adanya akses *mobile banking*. Selain itu dengan adanya fitur-fitur yang mudah dipahami dan keamanan yang baik, bank juga dapat menarik nasabah-nasabah baru yang membutuhkan layanan *mobile banking* untuk menggunakan layanan yang ditawarkan.

BNI *mobile banking* (disingkat BNI *m-Banking*) adalah layanan *mobile banking* dari Bank Negara Indonesia (BNI) yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui ponsel atau perangkat *mobile* lainnya. Dikembangkan sejalan dengan tren penggunaan ponsel yang semakin meningkat dan kebutuhan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan secara *mobile*. Bank BNI menciptakan inovasi layanan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui *smartphone* pribadinya. Diluncurkan pertama kali pada tahun 2010 dengan menyediakan layanan informasi rekening, transfer antar rekening BNI, pembayaran tagihan, isi ulang pulsa, dan beberapa fitur lainnya. Ini merupakan salah satu upaya BNI untuk meningkatkan layanan dan kenyamanan bagi nasabahnya dengan menawarkan kemudahan bertransaksi kapan pun dan di mana pun.

Seiring perkembangan teknologi, BNI *m-Banking* terus diperbarui dan ditingkatkan fitur-fiturnya, seperti pembukaan rekening baru, pembelian emas, investasi reksadana, dan lain-lain. Pada tahun 2022, BNI *m-Banking* dilengkapi dengan fitur baru seperti BNI *Virtual Account* dan QR Pay untuk memfasilitasi transaksi pembayaran yang lebih praktis. Layanan BNI *m-Banking* menjadi bagian dari strategi digitalisasi BNI dalam menyediakan layanan perbankan yang moderen, efisien, dan sesuai dengan tren perkembangan teknologi serta gaya hidup masyarakat. Secara

umum, BNI *m-Banking* hadir untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan layanan perbankan yang praktis, aman, dan dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui perangkat *mobile*.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam penelitian (Rozi & Ziyad, 2019) menjelaskan persepsi sebagai sebuah proses psikologi dimana seseorang mengambil dan menginterpretasikan stimulus menjadi suatu hal yang bermakna. Persepsi adalah proses pemahaman dan pemberian makna dari suatu informasi terhadap stimulus, singkatnya persepsi adalah sudut pandang penilaian. Persepsi mungkin sedikit berbeda dari realita, dua orang dapat memiliki persepsi yang sama atau mungkin berbeda terhadap suatu objek atau stimulus. Persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan dalam bentuk fisik, tetapi juga tergantung pada rangsangan yang ada di sekitarnya dan kondisi yang ada pada seseorang.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi, diantaranya yaitu Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko. Persepsi Kegunaan merupakan suatu ukuran yang menunjukkan atau menjelaskan manfaat dari sesuatu yang dirasakan ketika orang tersebut menggunakan produk berupa barang atau jasa sehingga mereka puas dengan manfaat produk tersebut (Wandi, 2020). Faktor kedua yaitu Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemudahan atau *perceived ease of use* (PEOU) adalah kemampuan untuk menggunakan suatu sistem tanpa usaha lebih (Ong & MN, 2022). Lalu faktor ketiga yaitu persepsi resiko, menurut (Putra & Sari, 2020) *perceived risk* atau persepsi resiko adalah potensi kerugian dalam mengejar hasil yang diinginkan dari penggunaan

layanan elektronik. Ketiga faktor ini dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi.

Salah satu resiko dalam menggunakan BNI *mobile banking* adalah resiko terkait lupa kata sandi (MPIN) dan user ID yang terdapat pada *mobile banking*. Bank Negara Indonesia (BNI) berupaya mengurangi resiko tersebut dengan menyematkan fitur keamanan pada aplikasi BNI *mobile anking* berupa biometrik sidik jari (*fingerprint*) untuk memfasilitasi proses *login* ke aplikasi. Langkah ini bertujuan untuk memberikan solusi kepada pengguna yang khawatir terkait kemungkinan lupa *password* mereka. Hal ini membuktikan bahwa bank BNI memberikan solusi berupa kemudahan dan keamanan yang sering ditakutkan oleh nasabah yang belum menggunakan BNI *mobile banking* dengan alasan kemudahan dan keamanan. Diharapkan dengan terjaminnya keamanan pada akun BNI *mobile banking*, banyak nasabah baru yang tergerak hatinya untuk menggunakan layanan *mobile banking* yang disediakan oleh bank BNI sebagai teknologi yang dapat membantu mereka dalam melakukan transaksi perbankan.

Dari paparan latar belakang yang telah dijabarkan, terlihat bahwa beberapa permasalahan muncul dan berhasil teridentifikasi menjadi fokus utama penelitian ini untuk dianalisis lebih mendalam. Keberagaman isu-isu yang muncul tersebut menjadi sumber ketertarikan peneliti untuk meneliti lebih rinci. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk mengangkat judul penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko terhadap Keputusan Penggunaan BNI Mobile (Studi Kasus pada Nasabah BNI Kec. Lowokwaru)”**

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang telah saya jelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diformulasikan sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan *BNI Mobile Banking* di Kec. Lowokwaru?
2. Apakah Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan *BNI Mobile Banking* di Kec. Lowokwaru?
3. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan *BNI Mobile Banking* di Kec. Lowokwaru?
4. Apakah Persepsi Resiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *BNI Mobile Banking* di Kec. Lowokwaru ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai yaitu:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui secara simultan pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko terhadap keputusan penggunaan *BNI Mobile Banking* di kecamatan Lowokwaru
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Keputusan Penggunaan *BNI Mobile Banking* di Kecamatan Lowokwaru.

3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap keputusan penggunaan *BNI Mobile Banking* di Kecamatan Lowokwaru.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Persepsi Resiko terhadap Keputusan Penggunaan *BNI Mobile Banking* di Kecamatan Lowokwaru.

1.3.2 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan semasa kuliah dan menerapkan secara praktik dalam kehidupan sehari-hari khususnya mengenai pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Penggunaan *BNI Mobile Banking*.
2. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca tentang pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko terhadap keputusan penggunaan *BNI Mobile Banking*.

B. Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi Bank BNI terkait Pengaruh Persepsi kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Penggunaan *BNI Mobile Banking*.

2. Bagi nasabah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko dapat mempengaruhi Keputusan Penggunaan *BNI Mobile Banking*, sehingga dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan kepercayaan nasabah terhadap layanan perbankan digital *BNI Mobile Banking*.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan *BNI Mobile Banking*, sehingga dapat merancang kebijakan yang mendukung pengembangan layanan perbankan digital, meningkatkan inklusivitas keuangan, dan memajukan transformasi digital di sektor perbankan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.
4. Bagi akademis, penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bahan mengajar untuk menambah informasi baru bagi mahasiswa terkait Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Penggunaan *BNI Mobile Banking*.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi resiko terhadap keputusan penggunaan BNI *mobile banking* pada nasabah BNI di kecamatan Lowokwaru.

1. Terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Persepsi Resiko (X3) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) BNI *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah BNI Kec. Lowokwaru).
2. Variabel Persepsi Kegunaan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan BNI *Mobile Banking*.
3. Variabel Persepsi Kemudahan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan BNI *Mobile Banking*.
4. Variabel Persepsi Resiko (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan BNI *Mobile Banking*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan penelitian, yaitu :

1. Penelitian ini hanya dapat dilakukan di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang dengan jumlah sampel yang terbatas yaitu 80 responden. Dengan keterbatasan tersebut, diharapkan untuk selanjutnya bisa melakukan

penelitian di lingkup yang lebih luas dan mendapatkan sampel yang lebih besar.

2. Pernyataan yang tidak relevan dengan pengalaman atau pengetahuan responden dapat menyebabkan kebingungan.

5.3 Saran

a. Bagi perusahaan

Bagi Perusahaan BNI perlu meningkatkan kualitas aplikasi BNI *mobile banking*, terutama masalah kelancaran aplikasi. BNI diharapkan untuk memberikan perhatian intensif terhadap pengembangan dan perbaikan teknis dalam aplikasi BNI *mobile banking*. Hal ini dapat mencakup evaluasi mendalam terhadap penyebab penurunan kelancaran dan implementasi perbaikan yang terstruktur, guna memastikan bahwa pengguna dapat melakukan transaksi dengan lancar tanpa kendala teknis yang berlebihan.

b. Bagi peneliti selanjutnya

1. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya menambah variabel lain penelitian yang lebih luas lagi
2. Diharapkan menambah lebih banyak lagi jumlah responden agar lebih luas populasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Budi Wahono, M. B. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan BRI Mobile (BRImo) (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi*, 13(1), 5.
- Ahyar, H. (2020). *Buku Metodologi Penelitian kualitatif dan kuantitatif*.
- Daiva. (2023). *Mobile Banking Adalah : Pengertian, Fitur, dan Contohnya*. Universal.Co.Id. <https://universalbpr.co.id/blog/mobile-banking-adalah/>
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna *Mobile Banking* Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol*, 62(1), 82–89. www.bni.co.id
- Ghozali, I. (2018). *aplikasi analisis multivariat dengan program IBS SPPSS 23*.
- Iqbal, J., Heriyani, H., & Urrahmah, I. (2021). Pengaruh Kemudahan dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan *Mobile Banking*. *Global Financial Accounting Journal*, 5(2), 25. <https://doi.org/10.37253/gfa.v5i2.6001>
- Jho. (2023). *Perkembangan Teknologi Digital di Indonesia: Sejarah & Dampak*. Jogjahost. <https://www.jogjahost.co.id/blog/perkembangan-teknologi/>
- Kholifah, A. P. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Brimo Pada Nasabah Bank BRI Kota Malang Aviv. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.

- Lutfiani, N. (2023). *Pengaruh keamanan, persepsi kemudahan pengguna dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan Mobile Banking (studi kasus Bank Syariah Indonesia cabang Kudus)*.
- Maholtra. (2006). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*.
- Maulidyah, N. (2021). *Pengaruh Persepsi Resiko, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Beli Online Melalui Media Sosial (Studi pada Konsumen Online Shop)*. 19(5), 1–23.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 1–9.
- Nurulhidayah, Aarsal, M., & Amin, A. R. S. (2024). Pengaruh Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BNI Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. (*IJMA*) *Indonesian Journal of Management and Accounting*, 5(2), 128.
<https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/IJMA/index%250>
- Ong, V., & MN, N. (2022). Pengaruh Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Linkaja. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 516. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18259>
- Prasetyo, Y. (2023). Pengaruh Perepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan Ulang Aplikasi BRImo (Studi Kasus pada Nasabah BRI Cabang Jombang). *STIE PGRI Dewantara Jombang*.

- Putra, M. I. A., & Sari, R. C. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* dengan Gender sebagai variabel Moderasi. *PROFITA : Kajian Ilmu Akuntansi*, 8(8), 1–12.
- Rozi, F., & Ziyad, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 92–102. <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>
- Sati, Ratna Asri Saras and Ramaditya, M. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater. *Jurnal Syntax Transformation*, 4(4), 44–56. <https://jurnal.syntaxtransformation.co.id/index.php/jst/article/view/710>
- Sugiyono. (2018). *penelitian kuantitati dan kualitatif*. alfabeta.
- Sulmi, A. A. K., Awaluddin, M., Gani, I., & Kara, M. (2021). PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING* (Studi Empiris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar). *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1, no(2), 60.
- Wandi, J., Bachri, S., & Parubak, B. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bni Menggunakan *Mobile Banking*. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 6(1), 88–96. <https://doi.org/10.22487/jimut.v6i1.175>

Windari, D. A. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Perceived Risk Terhadap Minat Menggunakan Bibit Sebagai Aplikasi Investasi Online. *Eprints.Universitaspurabangsa.Ac.Id*, 1–5.
<http://eprints.universitaspurabangsa.ac.id/id/eprint/1078/>

