

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi digitalisasi menjadi hal yang sangat penting dan tidak terbantahkan dalam rangka mempermudah, memperlancar dan mempercepat semua aspek pelayanan. Agar dapat terus menawarkan pilihan transaksi terbaik kepada nasabahnya, bank harus bertindak cepat untuk meningkatkan kemampuan digital mereka. Dengan demikian, diharapkan nasabah dapat melakukan transaksi keuangan tanpa harus mengunjungi bank secara fisik dan terus menjadi nasabah yang setia berkat berbagai layanan digital yang ditawarkan, yang dapat membuat bank tetap dekat dengan nasabahnya meskipun tidak ada kunjungan ke kantor cabang secara fisik.

Objek penelitian ini adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI), dimana BRI adalah Bank yang cepat merespon digitalisasi. Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), tujuan utama BRI adalah untuk melayani sebagian besar nasabah di Indonesia serta juga Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Nasabah yang biasanya bersedia mengantri untuk melakukan transaksi fisik konvensional di Bank. BRI terus melakukan perubahan untuk menawarkan alternatif transaksi dengan melakukan peningkatan pada digitalisasi Aplikasi BRImo yang berbasis online banking. Dengan sejumlah fitur dan kemudahan baru yang ada di dalam **Aplikasi BRImo**, BRImo telah mengumumkan niatnya untuk menjadi salah satu *SuperApp*, dengan tujuan untuk mengumpulkan sebanyak mungkin uang dari masyarakat.

Penelitian ini dilakukan di BRI karena teknologi digital yang dimiliki BRI yang semakin handal, bahkan dengan satelitnya sendiri, BRI saat ini menjadi bank pertama yang dapat menjangkau seluruh wilayah kerjanya secara *real time online*.

Mengingat persaingan dunia perbankan dengan pemanfaatan digitalisasi telah menciptakan persaingan antar bank yang menawarkan pelayanan yang sama, maka pengambilan keputusan nasabah atas layanan yang diberikan menjadi sesuatu yang dipertimbangkan. Setiap nasabah dalam mengambil keputusan, fenomena yang dihadapinya selalu mencari pengenalan atas produk/ jasa yang ditawarkan, mencari informasi, melakukan evaluasi alternatif, memutuskan untuk menggunakan dan menunjukkan perilaku pasca menggunakan layanan jasa. Fakta yang terlibat bahwa nasabah sulit di dalam mengambil keputusan karena mempertimbangkan banyak hal terhadap layanan jasa yang ditawarkan.

Seperti halnya nasabah BRImo di dalam mengambil keputusan selalu mempertimbangkan hubungan atau pengaruh yang diambil terhadap berbagai produk serta jasa yang difasilitasi pihak bank. Seperti fitur layanan, keamanan transaksi, *brand ambassador* dan persepsi kemudahan penggunaan aplikasi. Ini semua menjadi pertimbangan bagi nasabah mengambil keputusan dengan melihat sisi keunggulan dan risiko yang bisa ditimbulkan. Berikut ditunjukkan data mengenai nasabah yang aktif tercatat pada tempat penelitian saat ini:

**Tabel 1.1**  
**Data Timeseries Persentaes Nasabah Tabungan BRI KCP Makassar Sudiang**  
**Per Januari – Juni 2023**

Nasabah	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
Belum memakai BRI <sub>mo</sub>	11.619	11.578	11.580	11.592	11.418	11.540
Sudah memakai BRI <sub>mo</sub>	3.493	3.647	3.800	3.863	4.072	4.310
Jumlah Rekening Tabungan	15.112	15.225	15.380	15.455	15.490	15.850
Pesentase BRI <sub>mo</sub>	23.11%	23.95%	24.71%	25.00%	26.29%	27.19%

Sumber: BRI KCP Makassar Sudiang, 2023

Data timeseries di atas menunjukkan bahwa nasabah yang sudah mengambil keputusan memakai BRI<sub>mo</sub> mengalami peningkatan dari bulan Januari ke Juni, dari 23.11% (3.493 nasabah) menjadi 27.19% atau 4.310 nasabah. Ini berarti masih di bawah 70% dari standar yang seharusnya mengambil keputusan memakai BRI<sub>mo</sub>. Meskipun telah diperkenalkan penggunaan fitur layanan, keamanan transaksi, brand ambassador dan persepsi kemudahan dalam pemberian layanan.

Faktanya BRI<sub>mo</sub> KCP Makassar Sudiang sudah memberikan fitur layanan berupa produk/jasa paket layanan dalam mendapatkan kemudahan akses informasi, penyajian keberagaman layanan transaksi, penampilan keunggulan layanan dan inovasi pembaruan layanan. Tetapi masih banyak diantara nasabah BRI yang belum mengambil keputusan menjadi nasabah BRI<sub>mo</sub>. Tentunya keputusan tersebut belum diambil karena masih diperhadapkan dengan berbagai pertimbangan yang berkaitan dengan aplikasi yang digunakan. Ini merupakan permasalahan yang kebanyakan nasabah belum memahami pentingnya fitur layanan terhadap pengambilan keputusan.

Fakta lain yang memperlihatkan bahwa pengambilan keputusan nasabah BRImo belum menentukan pilihannya untuk menjadi nasabah BRImo karena pertimbangan keamanan transaksi. Informasi dan pengetahuan nasabah yang terbatas terhadap suatu sistem yang berkaitan dengan data kehilangan atau pencurian dalam kegiatan layanan transaksi belum meyakinkan bagi nasabah. Keamanan transaksi yang sampai saat ini belum diyakini oleh nasabah karena sering terjadi yang dialami oleh nasabah kehilangan informasi kerahasiaan pribadi nasabah melalui mobile banking, aplikasi proses transaksi yang sering bermasalah dan informasi yang tersaji dalam data nasabah sering tidak akurat. Ini menjadi problematika dari aspek keamanan transaksi terhadap pengambilan keputusan nasabah.

Termasuk dalam upaya yang telah diupayakan oleh Bank BRI dalam melakukan aktivitas promosi melalui *brand ambassador* yaitu icon atau identitas dalam mempromosikan produk atau jasa mewujudkan keputusan nasabah untuk beralih menjadi nasabah BRImo. Band NOAH saat ini digunakan oleh BRI sebagai *brand ambassador* yang selalu diikutsertakan dalam semua kegiatan promosi BRI dalam upaya menyebarkan awareness dan mempromosikan aplikasi BRImo. Harapannya dapat memicu lebih banyak lagi minat untuk menggunakan aplikasi BRImo di kalangan pengguna saat ini dan calon pengguna. Namun upaya tersebut belum juga memberikan animo kepada nasabah untuk mendapatkan manfaat *transference* (dukungan selebriti atas merek), *congruence* (kesesuaian merek dengan selebriti yang digunakan), *kredibility* (selebriti yang memiliki kemampuan untuk meyakinkan nasabah), *interest* (daya tarik yang disajikan selebriti menunjang

produk yang dipromosikan) dan *power* (kharisma selebriti yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk). Akibatnya *brand ambassador* masih menjadi masalah dalam menentukan pengambilan keputusan.

Pihak BRI KCP Makassar Sudiang juga berupaya mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dengan memberikan persepsi kemudahan penggunaan berbagai fasilitas teknologi informasi dengan menggunakan sistem online, di mana pihak bank menyediakan kegiatan transaksi online dengan aplikasi yang mudah dimengerti, kelancaran proses pelayanan yang praktis, informasi layanan yang mudah didapat dan kemudahan akses layanan di mana saja juga telah disediakan. Tetapi kenyataannya masih banyak nasabah yang melakukan kegiatan atau transaksi di dalam mengambil keputusannya tidak menggunakan sistem aplikasi online dengan akses yang mudah, lancar dan terpadu. Ini menjadi permasalahan tentang persepsi nasabah mengenai kemudahan penggunaan aplikasi yang tidak dimanfaatkan mengambil keputusan penggunaan sebagai nasabah BRImo.

Berdasarkan fenomena, fakta dan data yang terlihat diatas, peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul: Pengaruh Fitur Layanan, Keamanan Transaksi, *Brand ambassador* dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Nasabah Bank BRI menggunakan Aplikasi BRImo.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sebagaimana fenomena dan latar belakang masalah, maka perumusan masalah penelitian ini antara lain:

1. Apakah fitur layanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi BRImo?
2. Apakah keamanan transaksi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi BRImo?
3. Apakah *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi BRImo?
4. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi BRImo?
5. Apakah fitur layanan, keamanan transaksi, *brand ambassador* dan persepsi kemudahan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi BRImo?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan penelitian yang telah dibuat, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi pengaruh keputusan nasabah dalam memanfaatkan Aplikasi BRImo. Secara khusus, tujuan dilakukannya penelitian ini antara lain:

1. Menguji pengaruh fitur layanan terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi BRImo.
2. Menguji pengaruh keamanan transaksi terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi BRImo.
3. Menguji pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi BRImo.

4. Menguji pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi BRImo.
5. Menguji pengaruh simultan fitur layanan, keamanan transaksi, *brand ambassador* dan persepsi kemudahan terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi BRImo.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan baru yang bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya terkait keamanan transaksi, *brand ambassador*, persepsi kemudahan, dan fitur layanan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan produk *mobile banking* BRI, khususnya Aplikasi BRImo.

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Bagi PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi BRI dalam menentukan sejauh mana keputusan konsumen untuk menggunakan produk BRImo dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, *brand ambassador*, keamanan bertransaksi, dan fitur layanan.

2. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan mengenai fitur layanan, keamanan transaksi, *brand ambassador*, dan persepsi kemudahan mobile banking agar dapat lebih berinovasi untuk memasarkan lebih luas untuk mencapai target perusahaan.

3. Bagi Program Studi Magister Manajemen Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang relevan bagi para peneliti lain yang melakukan penelitian serupa di program Magister Manajemen Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Pedoman penulisan tesis Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya tahun 2023 menjadi dasar sistematika penulisan tesis ini, yaitu antara lain:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bahasan ini akan diuraikan gambaran umum tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bahasan ini akan diuraikan penelitian terdahulu, landasan teori, hubungan antar variabel, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bahasan ini akan diuraikan mengenai rancangan penelitian, ruang lingkup penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, uji validitas dan reliabilitas instrumen



penelitian, data dan metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bahasan ini diuraikan hasil uji validitas dan reliabilitas, deskripsi subjek penelitian, deskripsi variabel penelitian, hasil penelitian, pembahasan dan implikasi hasil penelitian.

**BAB V : PENUTUP**

Pada bahasan ini akan diuraikan kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.

