BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, terutama dalam cara individu dan organisasi memperoleh, mengolah, serta mendistribusikan informasi. Kemajuan teknologi digital mendorong terciptanya sistem yang semakin terintegrasi, *real-time*, dan berbasis jaringan, sehingga aktivitas di berbagai sektor dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien. Perubahan ini tidak hanya berdampak pada aspek teknis, tetapi juga memengaruhi pola interaksi sosial, cara kerja organisasi, serta model penyediaan layanan kepada masyarakat.

Di Indonesia, proses digitalisasi di sektor jasa keuangan telah mendorong perubahan sistem layanan dari yang sebelumnya konvensional menjadi berbasis teknologi digital. Perkembangan *financial technology* (fintech) serta revolusi layanan digital turut mempercepat transformasi dalam industri perbankan. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi cara lembaga keuangan menjalankan operasionalnya, tetapi juga membentuk pola perilaku dan preferensi masyarakat dalam mengelola keuangan. Masyarakat memiliki harapan bahwa layanan perbankan digital mampu memperluas inklusi keuangan sekaligus memberikan kemudahan akses tanpa batasan waktu. Oleh karena itu, layanan pelanggan di sektor perbankan saat ini semakin banyak memanfaatkan teknologi informasi melalui sistem *mobile banking* (Sari & Kurniawan, 2021).

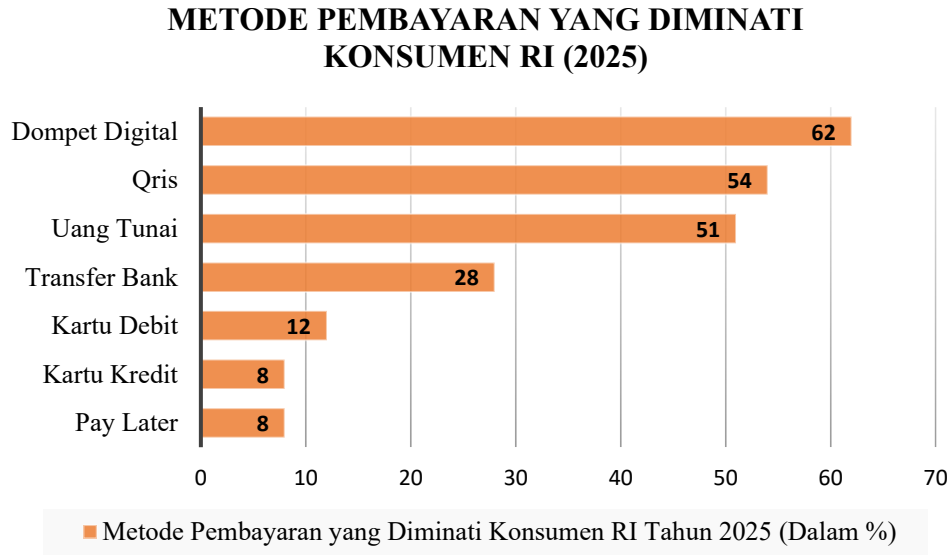
Perbankan memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, mengingat fungsinya sebagai *intermediary* yang menghubungkan

berbagai aktivitas transaksi keuangan, menyediakan kredit sebagai sumber pembiayaan usaha, serta menjadi lembaga yang dipercaya masyarakat untuk menyimpan dana secara aman (Suharbi & Margono, 2022). Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 1998 tentang Perbankan, bank didefinisikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas.

Ditinjau dari aspek kepemilikan, perbankan di Indonesia diklasifikasikan menjadi empat kategori, yakni bank pemerintah, bank swasta, bank asing, dan bank pembangunan daerah (BPD). Dalam perkembangannya, sejumlah bank asing dan BPD menunjukkan peningkatan investasi di bidang teknologi sebagai respons terhadap pesatnya ekspansi perusahaan *financial technology* (fintech) yang menawarkan alternatif layanan transaksi keuangan di berbagai wilayah (Maulidya & Afifah, 2021). Sejalan dengan ketentuan dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 21 Tahun 2023 tentang Layanan Digital oleh Bank Umum, industri perbankan dituntut untuk mengoptimalkan pengembangan inovasi berbasis teknologi guna meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah. Regulasi tersebut menekankan pentingnya pemanfaatan teknologi informasi dalam penyediaan layanan keuangan yang lebih efisien, aman, dan mudah diakses oleh masyarakat.

Perkembangan teknologi dan akselerasi transformasi digital telah merekonstruksi pola aktivitas ekonomi masyarakat, khususnya dalam aspek transaksi dan sistem pembayaran. Inovasi pada instrumen pembayaran

menghadirkan beragam alternatif yang mendorong masyarakat untuk lebih memilih metode *digital payment* dalam melakukan tansaksi keuangan sehari-hari. Variasi metode pembayaran yang dianggap lebih mudah, fleksibel, dan cepat oleh masyarakat mencakup dompet digital (*e-wallet*), layanan perbankan digital, transfer bank, kartu debit dan kredit, hingga fasilitas pembayaran berbasis pembiayaan seperti *paylater*. Sejumlah masalah dihadapi oleh sektor perbankan akibat pertumbuhan mitra teknologi dan perkembangan *fintech* selama beberapa tahun terakhir. Sebagai contoh, meningkatnya penggunaan dompet digital yang kian populer di kalangan masyarakat.

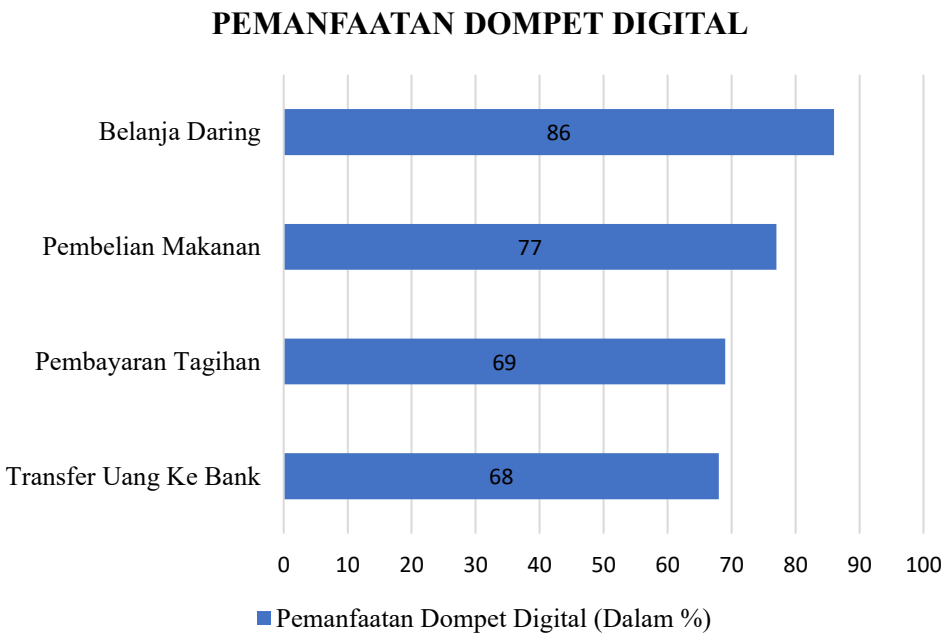


Gambar 1.1 Metode Pembayaran yang Diminati Konsumen RI
Sumber: Populix (diolah GoodStats)

Berdasarkan laporan *Consumer Confidence Index 2025* yang dipublikasikan oleh Populix, yang disusun melalui survei terhadap 1.100 responden dari berbagai latar belakang sosial ekonomi pada Juni 2025, dompet digital menempati posisi paling dominan dengan tingkat penggunaan sebesar 62 persen. Tingginya adopsi ini merefleksikan persepsi kemudahan, efisiensi, serta integrasi layanan keuangan

dalam satu platform digital. Selain dompet digital, *Quick Response Code Indonesian Standard* atau yang dikenal sebagai QRIS, menempati urutan kedua dengan tingkat penggunaan 54 persen. Peningkatan pemanfaatan QRIS berkorelasi dengan ekspansi ekosistem pembayaran digital yang terintegrasi. Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia yang melaporkan jumlah pengguna mencapai 56 juta pada kuartal pertama 2025 dengan rata-rata 26,8 transaksi per *merchant*. Keberadaan QRIS di bawah otoritas Bank Indonesia turut memperkuat legitimasi, keamanan, serta interoperabilitas sistem pembayaran nasional.

Meski digitalisasi metode pembayaran di kalangan masyarakat Indonesia menunjukkan tren dominan, penggunaan uang tunai masih dipertahankan oleh 51 persen responden karena dianggap memberikan kendali langsung dan meminimalkan risiko kejahatan siber. Sementara itu, metode transfer bank digunakan oleh 28 persen responden, kartu debit sebesar 12 persen, serta layanan *pay later* dan kartu kredit masing-masing sebesar 8 persen. Temuan ini mengindikasikan bahwa preferensi konsumen Indonesia bersifat plural dan adaptif, dengan kecenderungan kuat menuju digitalisasi, namun tetap mempertahankan instrumen pembayaran konvensional sebagai bagian dari strategi mitigasi risiko dan kebutuhan situasional. (Harahap, 2025)



Gambar 1.2 Pemanfaatan Dompet Digital
Sumber: Ipsos, 2026

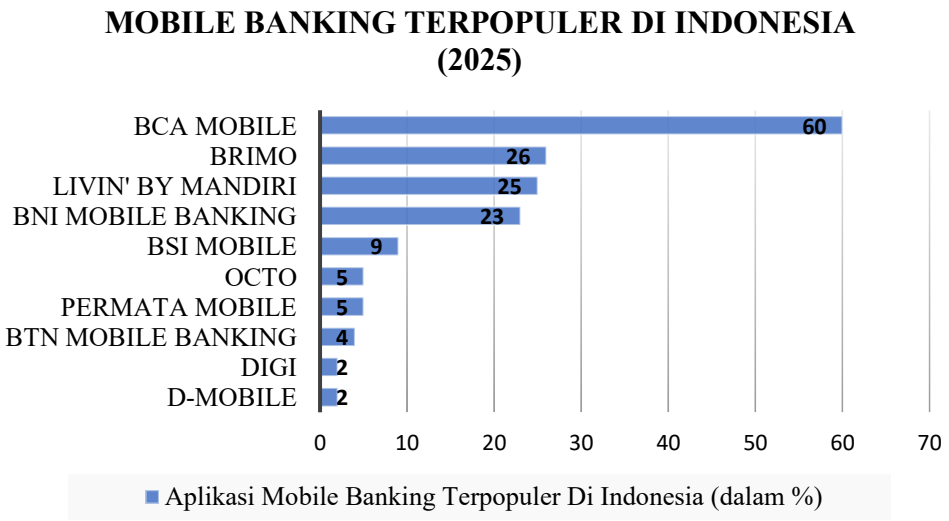
Temuan dalam studi *Digital Wallet Research 2026: User Behavior & Competitive Landscape* yang dirilis oleh Ipsos Indonesia merefleksikan semakin menguatnya posisi dompet digital dalam ekosistem keuangan masyarakat Indonesia sekaligus menunjukkan intensifikasi persaingan antar penyedia layanan. Dominasi penggunaan dompet digital untuk belanja daring sebesar 86% mengindikasikan tingginya integrasi antara platform pembayaran digital dan ekosistem *e-commerce*, sehingga dompet digital tidak lagi berfungsi sekadar sebagai alat transaksi, melainkan sebagai infrastruktur utama dalam rantai konsumsi digital. Sementara itu, tingginya proporsi penggunaan untuk pembelian makanan dan minuman sebesar 77% serta pembayaran tagihan rutin seperti listrik dan internet sebesar 69% memperlihatkan pergeseran perilaku konsumen menuju digitalisasi kebutuhan sehari-hari yang bersifat berulang. Penggunaan untuk transfer ke rekening bank sebesar 68% juga menunjukkan bahwa dompet digital telah bertransformasi

menjadi instrumen yang memiliki interoperabilitas dengan sistem perbankan formal, sehingga memperluas fungsinya dari sekadar alat pembayaran menjadi sarana manajemen keuangan yang lebih komprehensif. Secara analitis, pola ini menegaskan bahwa adopsi dompet digital didorong oleh persepsi kemudahan, efisiensi, dan integrasi lintas layanan, yang pada akhirnya membentuk ketergantungan fungsional masyarakat terhadap platform pembayaran digital dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

Era digital telah mendorong perubahan signifikan dalam pola hidup, pola kerja, serta pola interaksi masyarakat, yang pada akhirnya menuntut sektor perbankan untuk melakukan adaptasi dan transformasi berbasis teknologi. Salah satu bentuk konkret transformasi tersebut adalah implementasi *mobile banking* sebagai inovasi layanan berbasis sistem informasi. Menurut Wulandari & Moeliono (dalam Buana & Sari 2022), *Mobile banking* atau *M-banking* merupakan fasilitas layanan perbankan yang memanfaatkan perangkat komunikasi bergerak dan jaringan internet untuk memungkinkan nasabah memperoleh informasi serta melakukan berbagai transaksi keuangan melalui aplikasi pada telepon seluler.

Kehadiran layanan *Mobile banking* yang dapat dengan mudah digunakan oleh nasabah tidak hanya merekonstruksi model operasional bank, tetapi juga mentransformasi pola komunikasi antara bank dan nasabah menjadi lebih digital, cepat, dan responsif. Melalui aplikasi *mobile*, nasabah dapat mengakses beragam layanan seperti pembukaan rekening, pengecekan saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, hingga pengajuan pinjaman tanpa keterbatasan ruang dan waktu. Fleksibilitas dan kemudahan akses tersebut meningkatkan efisiensi operasional

perbankan sekaligus menciptakan pengalaman layanan yang lebih praktis dan transparan bagi pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kemudahan penggunaan dan aksesibilitas menjadi determinan utama dalam mendorong preferensi masyarakat untuk beralih dari layanan perbankan konvensional menuju layanan *mobile banking*, yang pada akhirnya memperkuat akselerasi digitalisasi di sektor perbankan.



Gambar 1.3 *Mobile banking* Terpopuler Di Indonesia Tahun 2025
Sumber: Populix

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Populix terhadap 1.000 responden, peta persaingan *mobile banking* di Indonesia menunjukkan tingkat konsentrasi penggunaan yang cukup tinggi pada satu aplikasi dominan. Bank Central Asia melalui BCA Mobile menempati posisi teratas dengan tingkat penggunaan mencapai 60%, mengindikasikan adanya keunggulan kompetitif yang signifikan baik dari aspek basis nasabah, persepsi kemudahan penggunaan, maupun kekuatan ekosistem layanan digital yang terintegrasi.

Pada lapisan kedua terdapat tiga aplikasi dengan tingkat adopsi di atas 20%, yakni BRImo milik Bank Rakyat Indonesia sebesar 26%, Livin’ by Mandiri dari

Bank Mandiri sebesar 25%, serta BNI *Mobile banking* dari Bank Negara Indonesia sebesar 23%. Distribusi ini menunjukkan bahwa bank-bank beraset besar masih mendominasi preferensi pengguna, meskipun jarak tingkat penggunaan dengan BCA Mobile relatif cukup lebar. Sementara itu, aplikasi lain seperti BSI Mobile dari Bank Syariah Indonesia (9%), OCTO Mobile dari CIMB Niaga (5%), Permata Mobile dari Bank Permata (5%), BTN *Mobile banking* dari Bank Tabungan Negara (4%), DIGI oleh Bank BTN (2%), serta D-Mobile dari Bank Danamon (2%) menunjukkan tingkat penetrasi yang lebih terbatas.

Pola distribusi penggunaan aplikasi *mobile banking* diatas merefleksikan struktur pasar yang bersifat oligopolistik, yang ditandai oleh dominasi merek, reputasi institusi, serta persepsi keamanan dan kemudahan layanan berperan krusial dalam membentuk preferensi pengguna. Secara analitis, temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan adopsi *mobile banking* tidak semata ditentukan oleh ketersediaan fitur, tetapi juga oleh kekuatan *brand equity*, jaringan nasabah *existing*, serta intensitas penggunaan yang telah terbangun dalam ekosistem digital perbankan nasional.

Aplikasi BCA Mobile sendiri merupakan layanan *mobile banking* yang dikembangkan oleh Bank Central Asia sebagai bagian dari strategi transformasi digital perbankan untuk meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah. Melalui aplikasi ini, nasabah dapat mengakses berbagai layanan perbankan secara *real-time*, seperti pengecekan saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, serta berbagai transaksi finansial lainnya melalui perangkat telepon pintar. Kehadiran BCA Mobile mencerminkan upaya Bank BCA dalam menyesuaikan diri

dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi digital dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

Di tengah meningkatnya persaingan dengan perusahaan *financial technology* (fintech), pengembangan aplikasi *mobile banking* menjadi strategi penting bagi industri perbankan untuk mempertahankan daya saing melalui peningkatan kemudahan penggunaan, manfaat layanan, serta jaminan keamanan sistem. Kondisi ini semakin relevan mengingat struktur demografi masyarakat Indonesia yang secara aktif menggunakan layanan *mobile banking* didominasi oleh generasi muda yang cenderung memiliki tingkat adopsi teknologi yang lebih tinggi dan preferensi terhadap layanan yang praktis, cepat, serta memberikan nilai tambah dalam aktivitas transaksi digital.

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Fred Davis (1986) (dalam Handayani & Prahartiwi 2024) menjelaskan bahwa penerimaan individu terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan kegunaan (*perceived usefulness*). *Perceived usefulness* mengacu pada tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem teknologi mampu meningkatkan kinerja dan efektivitas aktivitas yang dilakukan. Sementara itu, *perceived ease of use* berkaitan dengan keyakinan bahwa sistem tersebut mudah dipahami dan dioperasikan tanpa memerlukan usaha yang besar. Kedua konstruk tersebut memiliki peran penting dalam membentuk niat dan perilaku penggunaan teknologi. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi kegunaan dan kemudahan yang dirasakan, maka semakin

besar pula kemungkinan individu untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut (Putri & Sabaruddin, 2025).

Berbagai penelitian mengenai layanan perbankan digital menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Menurut Nurhasanah dkk. (2023), pengguna cenderung menggunakan layanan *mobile banking* apabila mereka merasakan manfaat yang nyata serta kemudahan dalam proses penggunaannya. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap kedua aspek tersebut mampu mendorong terbentuknya sikap dan niat penggunaan teknologi. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Febisatria dkk. (2024) yang menyatakan bahwa kedua variabel tersebut merupakan determinan utama dalam mendorong adopsi layanan *mobile banking* di Indonesia. Dengan demikian, keberadaan kedua faktor tersebut menjadi aspek penting dalam memahami perilaku pengguna dalam memanfaatkan layanan perbankan berbasis digital.

Pratiwi dalam Purwadi & Calam (2020) mendefinisikan keputusan penggunaan sebagai tahap akhir dari proses evaluasi kognitif individu terhadap suatu teknologi, yang mencerminkan pilihan untuk menggunakan atau tidak menggunakan sistem yang ditawarkan. Dalam kerangka TAM, keputusan tersebut terbentuk melalui proses penilaian terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh individu. Persepsi yang positif terhadap kedua aspek tersebut akan memperkuat kecenderungan individu dalam mengambil keputusan penggunaan teknologi. Dengan kata lain, keputusan penggunaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal, tetapi juga oleh persepsi internal pengguna

terhadap karakteristik sistem. Oleh karena itu, pemahaman terhadap faktor-faktor persepsi menjadi penting dalam menjelaskan perilaku penggunaan teknologi secara komprehensif.

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, model *Technology Acceptance Model* (TAM) mengalami berbagai pengembangan melalui penambahan variabel eksternal guna meningkatkan kemampuannya dalam menjelaskan perilaku penerimaan teknologi. Sejumlah penelitian mengintegrasikan variabel seperti *trust*, *perceived risk*, dan *perceived security* sebagai determinan yang memengaruhi keputusan pengguna dalam mengadopsi layanan digital. Penambahan variabel tersebut dinilai relevan karena penggunaan layanan perbankan digital tidak hanya dipengaruhi oleh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan (*perceived ease of use*), tetapi juga tingkat keyakinan pengguna terhadap keamanan sistem yang digunakan (Putri & Rahayu, 2021).

Aprianisa (2023) menyatakan bahwa *perceived security* atau persepsi keamanan merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan keuangan digital. Persepsi keamanan mencerminkan keyakinan pengguna bahwa data pribadi serta transaksi finansial terlindungi dari potensi risiko, seperti kebocoran data maupun ancaman kejahatan siber. Sebaliknya, apabila sistem dipersepsikan memiliki kerentanan atau mengalami gangguan yang tidak terkelola secara optimal, maka persepsi keamanan akan menurun dan berpotensi mengurangi intensitas penggunaan, bahkan mendorong perpindahan ke layanan lain yang dianggap lebih aman. Oleh karena itu, tingkat keamanan sistem tidak hanya berfungsi sebagai perlindungan teknis, tetapi juga berperan dalam

membangun kepercayaan nasabah yang pada akhirnya dapat meningkatkan intensitas penggunaan layanan perbankan digital seperti BCA Mobile.

Mahasiswa menjadi salah satu kelompok masyarakat yang sangat akrab dengan teknologi digital, termasuk dalam mengelola kebutuhan finansial sehari-hari. Penggunaan *mobile banking* di kalangan mahasiswa kini tidak sebatas untuk transaksi pribadi, tetapi juga krusial dalam mendukung aktivitas akademik, seperti membayar uang kuliah, transfer dana, hingga transaksi di berbagai platform digital. Karakteristik ini membuat mahasiswa menjadi partisipan yang sangat relevan untuk diteliti terkait faktor-faktor yang mendorong keputusan mereka menggunakan *mobile banking*. Tingginya literasi digital serta intensitas penggunaan *smartphone* yang masif menjadikan mereka segmen pasar yang responsif terhadap layanan perbankan digital. Keputusan mereka dalam memanfaatkan layanan ini pun umumnya dipengaruhi oleh seberapa mudah aplikasi tersebut digunakan, seberapa besar manfaat yang dirasakan, serta sejauh mana rasa aman yang ditawarkan (Sari & Hidayat, 2023; Ramadhan & Putri, 2024; Marta dkk., 2026).

Sebagai salah satu perguruan tinggi negeri dengan latar belakang keilmuan yang beragam, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur menyajikan gambaran variatif mengenai pola perilaku mahasiswa dalam memanfaatkan *mobile banking*. Atas dasar fenomena tersebut, dinamika penggunaan aplikasi BCA Mobile pada mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur menarik untuk dikaji lebih dalam, khususnya mengenai bagaimana persepsi kemudahan, kegunaan, dan keamanan membentuk keputusan penggunaan mereka.

Berdasarkan latar belakang tersebut, aplikasi BCA Mobile menunjukkan tingkat penggunaan yang relatif tinggi di kalangan masyarakat. Meski demikian, tetap diperlukan kajian empiris yang lebih komprehensif guna mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap aplikasi tersebut. Pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi menjadi penting untuk menilai sejauh mana suatu layanan digital dapat diterima serta dimanfaatkan secara optimal oleh penggunanya. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul "**Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi BCA Mobile (Studi Pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur Tahun Akademik 2022)**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan, kegunaan, dan keamanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi BCA Mobile pada mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Tahun Akademik 2022?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi BCA Mobile pada mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Tahun Akademik 2022?
3. Apakah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi BCA Mobile pada

mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Tahun Akademik 2022?

4. Apakah persepsi keamanan (*security*) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi BCA Mobile pada mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Tahun Akademik 2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan, dan keamanan secara simultan terhadap keputusan penggunaan aplikasi BCA Mobile pada mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Tahun Akademik 2022.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) secara parsial terhadap keputusan penggunaan aplikasi BCA Mobile pada mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Tahun Akademik 2022.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) secara parsial terhadap keputusan penggunaan aplikasi BCA Mobile pada mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Tahun Akademik 2022.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan (*security*) secara parsial terhadap keputusan penggunaan aplikasi BCA Mobile pada mahasiswa

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Tahun Akademik 2022.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian dalam bidang manajemen, khususnya yang berkaitan dengan penerimaan teknologi dalam layanan digital perbankan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi ilmiah mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan layanan *mobile banking*, khususnya pada aplikasi BCA Mobile.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pihak Bank Central Asia dalam mengembangkan serta meningkatkan kualitas layanan aplikasi BCA Mobile, terutama yang berkaitan dengan aspek kemudahan penggunaan, kegunaan layanan, dan keamanan sistem.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, khususnya mengenai penerimaan teknologi pada layanan perbankan digital di kalangan mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber tambahan dalam pengembangan penelitian terkait adopsi teknologi finansial dan perilaku pengguna dalam memanfaatkan layanan *mobile banking*.