

# BAB I PENDAHULUAN

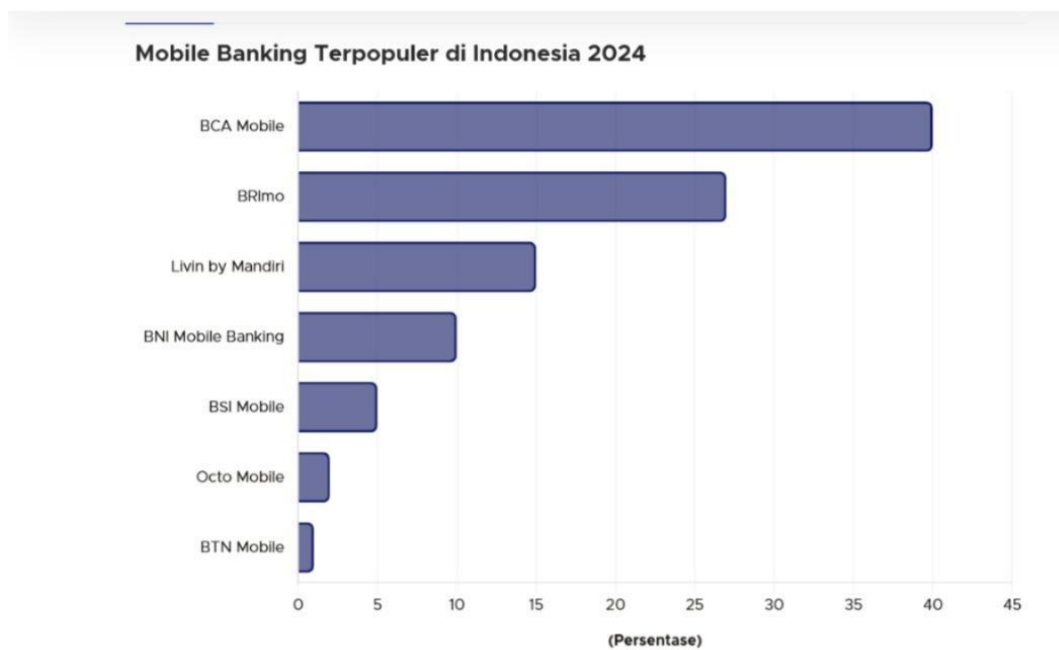
## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Transformasi digital di sektor jasa keuangan telah berkembang pesat seiring meningkatnya adopsi teknologi informasi dan komunikasi di tengah masyarakat. Salah satu bentuk inovasi digital yang paling menonjol adalah layanan *mobile banking*, yaitu layanan perbankan berbasis aplikasi yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi secara fleksibel, efisien, dan aman tanpa harus datang ke kantor cabang. Layanan ini menjadi solusi atas tuntutan masyarakat *modern* akan kecepatan, kenyamanan, dan mobilitas tinggi dalam bertransaksi. Di Indonesia, salah satu aplikasi *mobile banking* yang paling banyak digunakan adalah BCA Mobile, milik PT Bank Central Asia Tbk (BCA). Dalam beberapa tahun terakhir, terutama pada periode Ramadan dan Lebaran 2023 - 2025, penggunaan BCA Mobile menunjukkan tren peningkatan yang sangat signifikan. Data dari Antara News (2024) menyebutkan bahwa pada Januari - Juni 2024, frekuensi transaksi digital melalui layanan *mobile* dan *internet banking* BCA meningkat sebesar 24% secara tahunan, dengan total nilai transaksi mencapai Rp13.265 triliun. Angka ini menunjukkan semakin tingginya kepercayaan dan ketergantungan masyarakat terhadap layanan digital perbankan, khususnya melalui aplikasi BCA Mobile.

Peningkatan ini juga tidak terlepas dari momentum spesial seperti bulan Ramadan dan Idulfitri, di mana kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan meningkat. Tradisi membayar zakat, berbagi THR, hingga belanja kebutuhan lebaran kini banyak dilakukan secara digital. BCA merespons fenomena ini dengan meluncurkan berbagai kampanye digital seperti *SuddenlyPeaceful* (2023) dan “Tiba-Tiba Tenang” (2024), yang mendorong masyarakat untuk menggunakan fitur-fitur seperti zakat *online*, transfer instan, dan QRIS. Kampanye ini berhasil meningkatkan transaksi zakat hingga 610%, top-up hingga 901%, dan penggunaan QRIS hingga 244% selama Ramadan 2023 (Stevie Awards, 2024).

Selain itu, dibandingkan dengan aplikasi *mobile banking* lain seperti Livin’ by Mandiri dan BRImo milik BRI, BCA Mobile tetap unggul secara popularitas

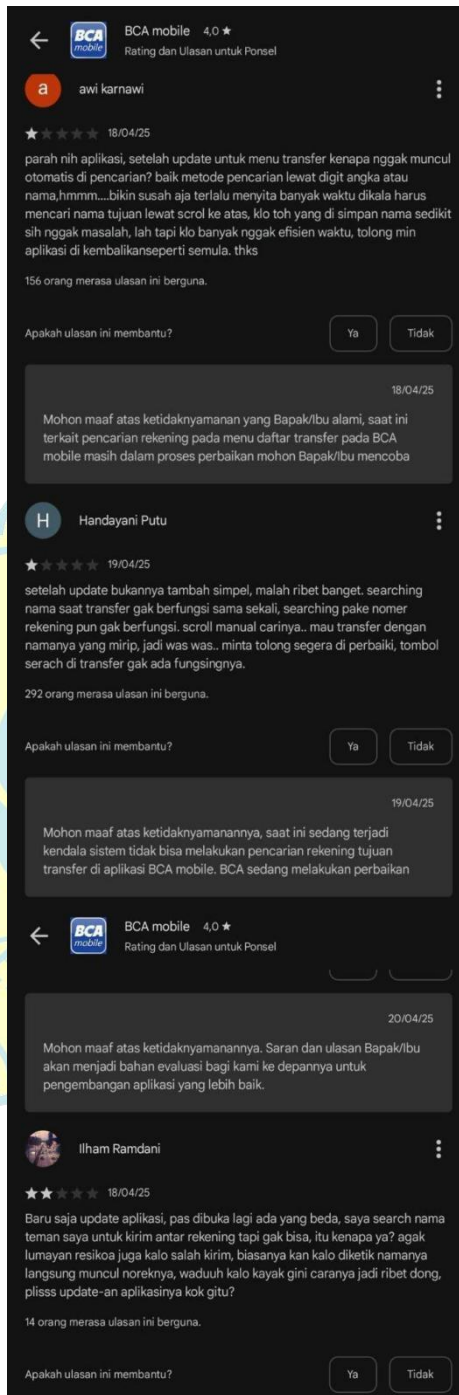
dan jumlah pengguna. Survei dari GoodStats (2024) menunjukkan bahwa 40% responden lebih memilih BCA Mobile sebagai aplikasi utama mereka, mengungguli BRImo (27%) dan Livin (15%). Salah satu faktor dominan yang menjadikan BCA Mobile lebih disukai adalah tampilan antarmuka yang sederhana dan stabil, sehingga mudah digunakan oleh berbagai kelompok usia, dari gen z sampai generasi milenial.



**Gambar 1.1 BCA Mobile Aplikasi yang Sering Digunakan (2024)**

(Sumber: [www.goodstats.id](http://www.goodstats.id) 2024)

Fenomena ini menunjukkan bahwa tidak hanya aspek teknologi yang mempengaruhi penggunaan mobile banking, tetapi juga konteks sosial dan budaya seperti momen keagamaan, strategi kampanye emosional, serta keandalan layanan yang ditawarkan.

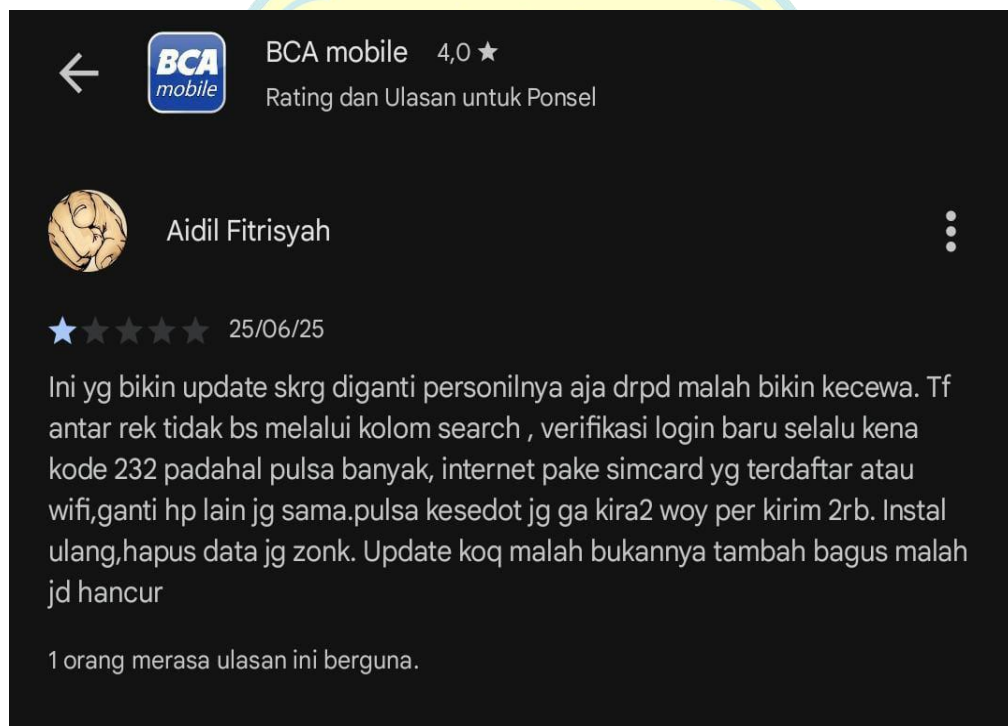


**Gambar 1.2 Ulasan Aplikasi BCA Mobile di Play Store Mengenai Dampak Negatif *Ease of Use***

Dampak negatif dari *ease of use* berdasarkan ulasan yang ada pada gambar 1.2 tersebut. Terlihat jelas bahwa pengguna BCA Mobile yang merasa tidak puas dengan kualitas layanan aplikasi ini, khususnya pada persepsi kemudahan pengguna, terutama setelah pembaruan sistem yang dilakukan pada April 2025. Salah satu keluhan utama yang disampaikan oleh pengguna adalah hilangnya fungsi pencarian otomatis pada menu transfer, sehingga nasabah harus melakukan pencarian secara manual melalui daftar panjang penerima transfer. Ulasan dari pengguna di Google Play Store menunjukkan bahwa perubahan ini menyebabkan pengalaman pengguna menjadi tidak efisien dan menyita waktu, terutama bagi nasabah yang memiliki banyak tujuan transfer. Kondisi ini tidak hanya berdampak pada persepsi terhadap kemudahan penggunaan, tetapi juga berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan dan keamanan, karena pengguna menjadi ragu terhadap keakuratan data rekening yang dituju. Ulasan ini berkaitan dengan penelitian Wijanarko & Sihite (2024), yang menyatakan bahwa penurunan pada aspek *ease of use* secara signifikan dapat memengaruhi kepercayaan dan minat pengguna terhadap aplikasi mobile banking. Menurut Arifin et al. (2023), faktor *perceived security* dan *user trust* memiliki hubungan signifikan terhadap *user satisfaction* dalam konteks layanan keuangan digital. Dalam situasi ketika aplikasi mengalami gangguan fungsi atau perubahan yang tidak diantisipasi dengan baik, maka persepsi pengguna terhadap keandalan sistem menjadi menurun, sehingga memengaruhi kepuasan mereka terhadap layanan. Oleh karena itu, untuk menjaga loyalitas dan kepercayaan pengguna di tengah persaingan layanan digital yang ketat, penyedia layanan perlu secara konsisten memastikan stabilitas sistem, memberikan edukasi yang cukup, serta mendesain fitur yang intuitif dan mudah digunakan oleh seluruh segmen pengguna.

Dampak negatif dalam *perceived security* berdasarkan pesatnya penggunaan layanan mobile banking juga dibarengi dengan meningkatnya potensi risiko keamanan. Salah satu fenomena yang mencuat adalah maraknya kasus penipuan digital dengan modus rekayasa sosial. Modus ini biasanya memanfaatkan kelengahan pengguna dengan menyamar sebagai pihak resmi bank untuk memperoleh informasi pribadi seperti PIN, kata sandi, dan kode OTP. Menurut

laporan Kompas.com (2024), peningkatan kasus modus rekayasa sosial menjadi salah satu ancaman terbesar terhadap keamanan pengguna *mobile banking* di Indonesia. Sebagai respons terhadap ancaman tersebut, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendorong seluruh lembaga perbankan untuk memperkuat sistem keamanan siber dan meningkatkan literasi digital masyarakat. OJK menekankan bahwa aplikasi *digital banking* tidak hanya mengutamakan keandalan sistem dan kemudahan penggunaan, tetapi juga memberikan jaminan keamanan yang mampu meningkatkan kepercayaan nasabah (Detik.com, 2025). Dalam konteks inilah, aspek persepsi keamanan dan kepercayaan pengguna menjadi faktor krusial dalam menentukan kepuasan pengguna terhadap aplikasi mobile banking.



**Gambar 1.3 Ulasan Aplikasi BCA Mobile di Play Store Mengenai Dampak Negatif *User Satisfaction***

Dampak negatif dari rendahnya *user satisfaction*, yang dapat berpengaruh besar terhadap persepsi, loyalitas, dan niat berkelanjutan pengguna dalam menggunakan aplikasi. Dalam ulasan tersebut, Aidil menyampaikan kekecewaannya terhadap pembaruan aplikasi yang justru memperburuk pengalaman pengguna, seperti tidak berfungsinya kolom pencarian transfer antar rekening, kegagalan login verifikasi meskipun pulsa mencukupi, serta biaya tersembunyi yang muncul saat mengirim SMS verifikasi. Ketidaknyamanan ini

mencerminkan buruknya kualitas pembaruan dan menimbulkan rasa frustrasi, bahkan mendorong pengguna untuk mempertimbangkan berhenti menggunakan aplikasi. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian oleh Al-Marroof et al. (2021) yang menyatakan bahwa kepuasan pengguna merupakan faktor penting dalam keberhasilan aplikasi mobile banking, dan ketidakpuasan secara signifikan mengurangi kepercayaan dan loyalitas pengguna, bahkan menyebabkan pengguna beralih ke layanan kompetitor. Dalam jangka panjang, rendahnya kepuasan pengguna tidak hanya berdampak pada reputasi perusahaan, tetapi juga mengganggu adopsi teknologi keuangan secara luas jika masalah tersebut tidak ditangani dengan cepat dan tepat.

Dampak negatif *user trust* terhadap aplikasi mobile banking seperti BCA Mobile dapat memberikan dampak negatif yang signifikan terhadap penggunaan layanan serta citra institusi perbankan. Kepercayaan merupakan elemen kunci dalam adopsi teknologi keuangan digital, terutama ketika menyangkut transaksi yang bersifat sensitif dan bernilai tinggi. Dalam beberapa kasus yang tercatat di media nasional, aplikasi BCA Mobile mengalami gangguan teknis seperti tidak dapat diakses, *force-close* secara tiba-tiba, hingga tidak berfungsinya fitur transaksi seperti cek saldo dan pembayaran melalui QRIS, terutama saat momen krusial seperti hari gajian (Kompas.com, 2023). Gangguan ini menimbulkan keresahan di kalangan pengguna, memperbesar persepsi risiko, dan mengikis rasa aman dalam menggunakan aplikasi tersebut. Apabila kepercayaan ini tidak segera dipulihkan melalui transparansi, peningkatan keandalan sistem, dan perbaikan berkelanjutan, maka konsekuensinya adalah meningkatnya potensi churn atau perpindahan pengguna ke layanan pesaing yang dianggap lebih stabil. Hal ini selaras dengan temuan Hanafizadeh et al. (2021), yang menyatakan bahwa kepercayaan yang terganggu akibat gangguan teknis atau kurangnya keandalan sistem berpengaruh negatif terhadap niat penggunaan berkelanjutan dalam layanan mobile banking.

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, berikut berbagai pertanyaan penelitian yang digunakan oleh peneliti:

1. Apakah *Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *User Trust* pada aplikasi Mobile Banking BCA?
2. Apakah *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap *User Trust* pada aplikasi Mobile Banking BCA?
3. Apakah *Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction* pada aplikasi Mobile Banking BCA?

4. Apakah *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction* pada aplikasi Mobile Banking BCA?
5. Apakah *User Trust* berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction* pada aplikasi Mobile Banking BCA?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, penelitian ini akan menguji:

1. Menganalisis pengaruh *Ease of Use* terhadap *User Trust* pada aplikasi Mobile Banking BCA.
2. Menganalisis pengaruh *Perceived Security* terhadap *User Trust* pada aplikasi Mobile Banking BCA.
3. Menganalisis pengaruh *Ease of Use* terhadap *User Satisfaction* pada aplikasi Mobile Banking BCA.
4. Menganalisis pengaruh *Perceived Security* terhadap *User Satisfaction* pada aplikasi Mobile Banking BCA.
5. Menganalisis pengaruh *User Trust* terhadap *User Satisfaction* pada aplikasi Mobile Banking BCA.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan dalam industri digital banking, khususnya dalam meningkatkan pemahaman mengenai ease of use, perceived security serta peran user satisfaction, dalam membangun user trust suatu perusahaan. Berikut adalah manfaat penelitian ini bagi beberapa pihak utama

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Memberikan wawasan mengenai hubungan antara *Ease of Use*, *Perceived Security*, *User Trust*, dan *User Satisfaction* dalam konteks layanan perbankan digital, serta menjadi referensi tambahan bagi pengembangan teori terkait kepercayaan pengguna dalam penggunaan aplikasi berbasis digital.

## **1.4.2 Manfaat Praktis**

### **a. Bagi Akademis dan Peneliti**

Melalui penelitian ini, peneliti diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat seseorang untuk menggunakan layanan perbankan digital, khususnya BCA Mobile. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi praktis dalam pengembangan penelitian lebih lanjut mengenai strategi perusahaan fintech dan pengalaman pelanggan di industri digital. Diharapkan, penelitian ini berpotensi menjadi referensi dalam berbagai penelitian, khususnya dalam industri *financial technology* yang terus mengalami dinamika dan perkembangan pesat.

### **b. Bagi Universitas Negeri Jakarta**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik yang bermanfaat bagi sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta dalam pengembangan keilmuan di bidang manajemen, teknologi keuangan, dan pemasaran digital. Selain itu, penelitian ini dapat memperkuat kontribusi kampus dalam menghasilkan karya ilmiah yang relevan dengan perkembangan industri keuangan berbasis teknologi.

### **c. Bagi Perusahaan *Financial Technology***

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan praktis bagi perusahaan perbankan digital, khususnya Bank Central Asia (BCA), dalam mengembangkan strategi peningkatan kualitas layanan pada aplikasi mobile banking. Dengan memahami pengaruh *ease of use* dan *perceived security* terhadap *user satisfaction* melalui *user trust*, perusahaan dapat merancang fitur dan antarmuka aplikasi yang lebih ramah pengguna serta memperkuat sistem keamanan digital. Penelitian ini juga dapat dijadikan dasar untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap loyalitas nasabah dan keunggulan kompetitif BCA di tengah persaingan industri perbankan digital yang semakin ketat.