

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2020 merupakan masa dimana segala kebiasaan manusia berubah, Covid-19 memberikan dampak yang besar terhadap negara khususnya pada sektor ekonomi. Perekonomian mengalami pertumbuhan yang lamban, banyak aktivitas perdagangan jual beli yang terhenti, para *driver* ojek *online* yang penghasilannya menurun akibat tidak adanya aktivitas di luar rumah, kawasan wisata benar-benar sepi sehingga tidak ada pemasukan dan aktivitas ekonomi, kita harus meminimalisir kegiatan yang bertemu dengan orang banyak, *social distancing*, sehingga seluruh aktivitas masyarakat dibatasi yang berpengaruh pada terbatasnya aktivitas bisnis.

Pandemi Covid-19 membuat sebagian besar masyarakat Indonesia harus belajar dan bekerja dari rumah. Akan tetapi, untuk sebagian orang harus tetap melakukan transaksi yang berhubungan dengan perbankan, seperti pembukaan rekening baru, berhubungan dengan *customer service officer* bank untuk mendapatkan pelayanan, serta transaksi – transaksi lainnya yang biasanya dilakukan di kantor cabang Bank tertentu.

Dalam menghadapi situasi seperti ini, Bank – Bank berusaha untuk dapat adaptif terhadap berbagai bentuk perubahan sosial yang terjadi. Pada Tahun 2015, OJK dan Bank Indonesia (BI) sudah menyetujui penerapan *branchless banking* dan layanan keuangan digital (LKD) sebagai solusi untuk meningkatkan akses masyarakat terhadap sektor keuangan. Laku Pandai merupakan wujud komitmen untuk menyediakan akses keuangan bagi masyarakat yang belum menggunakan dan mendapatkan layanan perbankan dan keuangan lainnya. Ada tiga produk spesifik yang dapat disediakan oleh lembaga jasa keuangan yang menyelenggarakan Laku Pandai, yaitu tabungan, pembiayaan mikro dan asuransi mikro. Program ini diharapkan mampu meningkatkan akses masyarakat terhadap perbankan terutama masyarakat pedesaan yang jauh dari kantor cabang bank. Pasalnya, *branchless banking* yang bisa diterapkan dengan menggunakan teknologi *handphone* dianggap sebagai cara yang amat mudah dikalangan masyarakat. (Aprilia, 2015).

Walaupun telah lama diusungkan, *branchless banking* selama ini belum digunakan secara maksimal oleh para pengguna layanan bank. Masyarakat masih lebih senang untuk datang langsung ke bank untuk dilayani secara langsung oleh *customer service officer* masing – masing bank yang dituju. Pada masa pandemi Covid-19, BRI mencatat kenaikan secara fantastis penggunaan transaksi *digital banking* yang tumbuh hampir 100 persen dibanding masa sebelum pemerintah mengumumkan masa pandemi di awal Maret 2020. (Katadata, 2020)

Bank BRI kembali melakukan terobosan digital banking guna memberikan kemudahan dan keamanan layanan perbankan. Kali ini, BRI meluncurkan layanan pembukaan rekening secara digital melalui platform “BRI Buka Rekening” yang dapat diakses melalui website bukarekening.bri.co.id. Dalam platform inovasi terbaru ini nasabah dimungkinkan untuk melakukan pembukaan rekening dengan teknologi *Face Recognition* dan *Digital Signature* sehingga tidak perlu datang ke kantor Bank untuk bertatap muka dengan petugas. Bila sebelumnya pembukaan rekening tanpa tatap muka hanya dapat dinikmati oleh nasabah eksisting BRI, kali ini untuk calon nasabah baru pun dapat membuka rekening digital tanpa datang ke Bank. BRI akan terus memberikan kemudahan layanan perbankan kepada masyarakat, khususnya nasabah BRI. Inovasi *digital saving* BRI menjadi salah satu solusi pelayanan menabung yang lebih cepat, mudah, dan aman. (Katadata, 2020).

Website dapat menggantikan tugas *salesperson* dan menjembatani komunikasi dengan konsumen melalui *platform*. Untuk memperoleh perhatian konsumen terhadap suatu toko *online*, pelaku bisnis *online* harus memberikan perhatian terhadap tampilan *website* yang menjadi penghubung antara penjual dan pembeli *online*. Dengan begitu konsumen dapat merasa lebih mudah dalam memperoleh informasi terhadap suatu produk serta spesifikasinya. Adanya fitur – fitur *branchless banking* dalam segi pembukaan rekening sangat membantu nasabah dalam kondisi pandemi seperti ini. Aktivitas masyarakat dibatasi dengan PSBB Provinsi DKI Jakarta, seluruh masyarakat diwajibkan melakukan aktivitas dari rumah guna memutus mata rantai penyebaran COVID-19. Akan tetapi, ditengah segala kemudahan yang diberikan oleh perbankan, tentu saja masyarakat tetap merasa khawatir akan adanya kejahatan dari orang – orang yang tidak bertanggung jawab.

Untuk itu, kepercayaan masyarakat terhadap penyedia jasa sangat mempengaruhi minat mereka untuk menggunakan jasa tersebut atau tidak. Masyarakat harus percaya pada keamanan yang dijamin oleh penyedia jasa, bahwa *branchless banking* yang disediakan aman dari *hacker*, aman dari kelalaian yang dapat merugikan pihak satu dan pihak lainnya. Selain itu, masyarakat juga harus mempertimbangkan risiko yang akan terjadi dalam penggunaan *branchless banking* tersebut seperti rawan pencurian dan penyadapan data. Sebagai nasabah dan juga pihak bank perlu waspada akan kejahatan *cyber* oleh *hacker*. Kejahatan *hacker* terhadap pencurian data nasabah di *branchless banking* bisa saja terjadi apabila ada keteledoran. Jadi, nasabah wajib mematuhi semua prosedur penggunaan *branchless banking* yang baik sehingga lebih aman. Sementara, pihak bank harus rajin melakukan pengawasan dan perawatan terhadap infrastruktur teknologi informasi perbankan. Rawan kejahatan *online* dengan berbagai modus seperti teknik *skimming*, *phising*, penawaran hadiah palsu, dsb. Jangan mudah tergiur hal yang tidak masuk akal atau iklan-iklan yang menggiurkan. Rawan terkena serangan *malware*/virus. Ini penting sekali diperhatikan, Anda sebaiknya menggunakan paket data atau koneksi internet yang aman agar tidak terena serangan virus. Jangan gunakan koneksi VPN gratisan dan Wi-Fi publik sebab ada banyak virus/*malware*. Pastikan *smartphone*/laptop Anda sudah tertanam perangkat lunak antivirus dan antimalware supaya terhindar dari *cracking*. Tidak bisa akses *branchless banking* di daerah terpececil atau sinyal koneksi internet rendah. Di Indonesia, tentunya ada beberapa daerah yang masih belum memiliki sinyal internet yang kuat, jadi hal ini merupakan kelemahan *branchless banking* karena harus *online* untuk transaksi (Cermati.com, 2019).

Kepercayaan dalam bisnis perbankan merupakan salah satu prinsip utama. Bank harus terus menjaga kepercayaan yang telah nasabah berikan karena berlandaskan kepercayaanlah nasabah menyimpan uangnya di bank dan menggunakan segala produk serta jasa yang disediakan oleh bank tersebut. Disamping itu, kualitas produk yang ditawarkan tentu saja menjadi hal penting lainnya yang digunakan sebagai bahan pertimbangan nasabah dalam memilih untuk menggunakan produk bank tersebut. Jika nasabah telah percaya dan merasa cocok dengan kualitas produk yang ditawarkan, nasabah tentu saja mempertimbangkan

bagaimana risiko – risiko yang kemungkinan akan terjadi, apakah bank tersebut mampu untuk mencegah serta mampu melakukan pengamanan terhadap ancaman risiko yang mengintai. Kualitas produk yang dimaksud dalam hal ini adalah kualitas web yang sangat menentukan kelancaran nasabah dalam bertransaksi, apakah halaman web *user friendly* yang dapat dengan mudah digunakan dan dipergunakan bagi nasabah dari berbagai kalangan usia, jenis kelamin, pendidikan dan profesi. Halaman web yang rumit untuk dioperasikan akan menjadi kendala yang sangat mengganggu jalannya operasional *branchless banking* yang dipasarkan, sehingga nasabah lebih senang untuk bertransaksi secara langsung ke bank dibandingkan harus mempelajari halaman web yang rumit dan salah salah nasabah akan melakukan kesalahan yang fatal.

Sebelum adanya pandemi Covid 19 ini, nasabah masih lebih memilih untuk dapat datang ke bank dibandingkan dengan menggunakan fasilitas *digital saving* yang telah disediakan. Dalam kondisi yang memaksa untuk masyarakat untuk tetap bertransaksi dari rumah dan adanya risiko yang mengintai, menarik untuk diadakan suatu penelitian untuk menganalisis faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah untuk menabung dengan produk *digital saving*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat menggunakan dan persepsi khalayak khususnya nasabah BRI Cabang Jatinegara ditinjau dari segi kepercayaan, kualitas web dan persepsi risiko pada minat menabung dengan produk *digital saving* pada masa pandemi ini. Hal ini dapat memberi gambaran bagi industri perbankan khususnya BRI untuk menjaga konsistensi dan keunggulan kompetitif dalam memberikan fasilitas *branchless banking* di masa yang akan datang.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai kepercayaan, kualitas web dan persepsi risiko terhadap minat menabung produk *digital saving* BRI cabang Jatinegara di masa pandemi Covid 19.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung produk *digital saving* BRI cabang Jatinegara di masa pandemi Covid 19?

2. Apakah terdapat pengaruh kualitas web terhadap minat menabung produk *digital saving* BRI cabang Jatinegara di masa pandemi Covid 19?
3. Apakah terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap minat menabung produk *digital saving* BRI cabang Jatinegara di masa pandemi Covid 19?
4. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan, kualitas web dan persepsi risiko secara simultan atau bersama-sama terhadap minat menabung produk *digital saving* BRI cabang Jatinegara di masa pandemi Covid 19?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung produk *digital saving* BRI cabang Jatinegara di masa pandemi Covid 19.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas web terhadap minat menabung produk *digital saving* BRI cabang Jatinegara di masa pandemi Covid 19.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat menabung produk *digital saving* BRI cabang Jatinegara di masa pandemi Covid 19.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kualitas web dan persepsi risiko secara simultan atau bersama-sama terhadap minat menabung produk *digital saving* BRI cabang Jatinegara di masa pandemi Covid 19.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dideskripsikan di atas maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain :

a. Bagi Ilmu Pengetahuan

Menambah wawasan, pengetahuan dan kemampuan peneliti khususnya terkait dengan pengaruh kepercayaan, kualitas web dan persepsi risiko terhadap minat menabung produk *digital saving* BRI cabang Jatinegara di masa pandemi Covid 19.

b. Bagi Bank

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Bank yang dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk menjaga konsistensi dan

keunggulan kompetitif dalam memberikan fasilitas *branchless banking* di masa yang akan datang.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan serta dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan pengaruh kepercayaan, kualitas web dan manfaat produk terhadap minat menabung dengan produk *digital saving* di BRI pada masa pandemi.