

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Menurut Fred D. Davis (2015), *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan salah satu teori yang banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku individu dalam menerima dan menggunakan suatu teknologi. Teori ini menjelaskan bahwa keputusan seseorang untuk memanfaatkan teknologi dipengaruhi oleh berbagai persepsi yang terbentuk selama proses penggunaan teknologi tersebut. Dalam perkembangan penelitian sistem informasi, TAM tidak hanya digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi, tetapi juga untuk memahami faktor-faktor psikologis yang memengaruhi keyakinan dan sikap pengguna terhadap suatu sistem digital. Oleh karena itu, teori ini relevan digunakan sebagai landasan dalam penelitian mengenai penggunaan aplikasi BRImo sebagai layanan perbankan digital yang semakin banyak dimanfaatkan oleh masyarakat.

Dalam konteks perbankan digital, salah satu faktor yang memiliki peran penting dalam membentuk perilaku pengguna adalah persepsi risiko. Persepsi risiko merupakan penilaian subjektif nasabah terhadap kemungkinan terjadinya kerugian atau dampak negatif yang dapat muncul ketika menggunakan suatu layanan digital. Risiko tersebut dapat berupa risiko keamanan data pribadi, risiko penyalahgunaan informasi, risiko kegagalan sistem, risiko kesalahan transaksi,

maupun risiko finansial yang dapat menimbulkan kerugian bagi nasabah. Meskipun teknologi perbankan terus mengalami perkembangan dan peningkatan sistem keamanan, kekhawatiran terhadap berbagai risiko tersebut masih menjadi perhatian utama bagi sebagian pengguna layanan perbankan digital.

2.1.2 Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)

Menurut Al-Qudah et al. (2021) persepsi risiko adalah penilaian subjektif nasabah terhadap kemungkinan timbulnya konsekuensi negatif atau kerugian saat melakukan transaksi secara digital. Risiko merupakan hambatan psikologis utama yang dapat menurunkan tingkat kepercayaan nasabah terhadap platform digital. Lebih lanjut, Al-Qudah et al. (2021) menegaskan bahwa persepsi risiko merupakan salah satu hambatan psikologis utama yang dapat memengaruhi perilaku adopsi teknologi, khususnya dalam layanan perbankan digital. Ketika nasabah merasa bahwa risiko yang dihadapi relatif tinggi misalnya kekhawatiran terhadap kebocoran data atau kegagalan transaksi maka tingkat kepercayaan terhadap platform digital cenderung menurun. Sebaliknya, apabila risiko yang dirasakan dapat diminimalkan melalui jaminan keamanan, transparansi sistem, serta keandalan layanan, maka kepercayaan nasabah akan meningkat. Dengan demikian, pengelolaan persepsi risiko menjadi faktor krusial bagi penyedia layanan perbankan digital dalam membangun kepercayaan, meningkatkan kenyamanan pengguna, serta mendorong keberlanjutan penggunaan layanan secara konsisten.

2.1.3.1 Tujuan Risiko

Analisis terhadap persepsi risiko bertujuan untuk memetakan faktor-faktor penghambat yang memicu kekhawatiran atau keraguan nasabah dalam mengadopsi layanan perbankan seluler. Fokus dari tujuan variabel ini meliputi:

1. Menganalisis dampak kecemasan nasabah terhadap keamanan data pribadi dan potensi ancaman penipuan siber pada tingkat kepercayaan mereka.
2. Mengidentifikasi hambatan teknis yang dirasakan, seperti risiko kesalahan transaksi atau kegagalan sistem operasional, yang dapat merugikan nasabah.
3. Menilai sejauh mana variabel ketidakpastian ini dapat mengintervensi keputusan nasabah untuk lebih memilih layanan kantor unit dibandingkan aplikasi digital.

2.1.3.2 Dimensi Risiko

Indikator risiko dalam perbankan digital mencakup beberapa aspek kritis Al-Qudah et al. (2021) :

1. Risiko Keamanan Data: Kekhawatiran terhadap perlindungan data pribadi nasabah.
2. Risiko Kejahatan Siber (*Cyber Crime*): Potensi ancaman penipuan siber atau pencurian dana secara digital.
3. Risiko Fungsional/Teknis: Ketidakpastian akibat kegagalan sistem, *error* saat transaksi, atau kesalahan operasional.

2.1.4 Kepercayaan Nasabah

2.1.4.1 Pengertian Kepercayaan Nasabah

Menurut Sharma & Sharma (2021), kepercayaan nasabah (*customer trust*) dalam ekosistem digital didefinisikan sebagai fondasi utama yang mendasari hubungan antara nasabah dengan penyedia layanan perbankan. Kepercayaan ini direpresentasikan sebagai bentuk keyakinan dan kesediaan nasabah untuk bergantung pada sistem perbankan digital, meskipun di tengah situasi yang penuh dengan ketidakpastian atau risiko teknis. Dalam konteks layanan *mobile banking* seperti BRImo, kepercayaan bukan sekadar persepsi sesaat, melainkan sebuah rasa percaya yang kuat yang dibangun melalui konsistensi bank dalam menjaga keamanan dan keandalan layanannya. pandangan ini menekankan bahwa tujuan utama dari pemasaran digital adalah menciptakan rasa aman tersebut sehingga nasabah merasa nyaman untuk melakukan transaksi finansial tanpa keraguan. Kepercayaan ini menjadi sangat krusial karena berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan ekspektasi nasabah dengan realitas layanan yang diberikan oleh institusi. Dengan demikian, ketika bank mampu membuktikan kredibilitasnya melalui platform yang stabil dan aman, maka kepercayaan nasabah akan terbentuk secara otomatis dan menjadi pendorong utama bagi nasabah untuk terus menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang.

2.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Nasabah

Menurut perspektif Raza et al. (2021), faktor yang memengaruhi kepercayaan nasabah dalam penggunaan layanan perbankan digital berpusat pada

bagaimana bank mampu mengelola ekspektasi dan pengalaman pengguna secara personal.

Salah satu faktor utama yang ditekankan adalah penguatan persepsi kegunaan, di mana nasabah perlu meyakini bahwa teknologi tersebut memberikan nilai tambah yang nyata serta meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan aktivitas keuangan mereka. Selain itu, Raza et al. (2021) menggarisbawahi pentingnya strategi personalisasi layanan, yakni kemampuan bank untuk menyediakan fitur dan solusi yang spesifik sesuai dengan kebutuhan individu nasabah guna memperkuat ikatan emosional dan rasa percaya terhadap platform digital. Di sisi lain, faktor pengelolaan risiko juga menjadi determinan krusial dalam membentuk kepercayaan tersebut. Raza et al. (2021) menjelaskan bahwa penilaian subjektif nasabah terhadap kemungkinan munculnya konsekuensi negatif atau kerugian saat bertransaksi sangat memengaruhi tingkat kepercayaan mereka. Apabila pihak perbankan mampu memitigasi persepsi risiko ini secara efektif, maka hambatan psikologis nasabah akan berkurang, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap layanan *mobile banking* dalam jangka panjang.

1. Penguatan Persepsi Kegunaan: Keyakinan bahwa teknologi memberikan nilai tambah yang nyata.
2. Mitigasi Risiko: Kemampuan bank dalam mengurangi hambatan psikologis melalui transparansi prosedur keamanan.
3. Personalisasi Layanan: Kemampuan bank menyediakan solusi spesifik sesuai kebutuhan individu.

2.1.4.3 Indikator Kepercayaan Nasabah

Indikator kepercayaan nasabah dalam konteks perbankan digital merupakan akumulasi dari berbagai dimensi psikologis dan teknis yang memastikan keberlanjutan interaksi antara nasabah dan bank. Menurut Raza et al. (2021), indikator utama kepercayaan tecermin melalui niat keberlanjutan pengguna (*continuance intention*), di mana nasabah secara konsisten memilih untuk menggunakan aplikasi karena merasa kebutuhan personalnya terpenuhi. Sejalan dengan hal tersebut, Sharma & Sharma (2021) menekankan bahwa kepercayaan ditandai dengan kesediaan nasabah untuk bergantung sepenuhnya pada sistem perbankan meskipun terdapat elemen ketidakpastian, yang diperkuat oleh kredibilitas reputasi institusi bank itu sendiri.

Dari sisi mitigasi hambatan, Singh & Srivastava (2020) serta Al-Qudah et al. (2021) mengidentifikasi bahwa indikator kepercayaan yang kuat muncul ketika nasabah merasakan minimnya risiko fungsional dan adanya transparansi dalam prosedur keamanan data pribadi. Kepercayaan ini juga sangat dipengaruhi oleh aspek kegunaan praktis; Amin et al. (2019) menjelaskan bahwa indikator kepercayaan dapat diukur dari persepsi nasabah terhadap efisiensi waktu dan kemudahan akses yang ditawarkan oleh layanan digital. Melengkapi pandangan tersebut, Baptista & Oliveira (2016) menekankan pada optimasi pengalaman pengguna (*User Experience*) sebagai indikator nyata, di mana teknologi yang mudah dioperasikan oleh berbagai kalangan usia akan membangun keyakinan bahwa sistem tersebut handal dan layak untuk digunakan secara terus-menerus. Dengan demikian, indikator kepercayaan nasabah merupakan perpaduan antara

manfaat fungsional, jaminan keamanan, dan kenyamanan operasional yang dirasakan langsung oleh pengguna:

1. Niat Keberlanjutan (*Continuance Intention*): Nasabah secara konsisten memilih untuk terus menggunakan aplikasi.
2. Kesiapan Bergantung pada Sistem: Rasa aman untuk bertransaksi meskipun terdapat elemen ketidakpastian.
3. Reputasi Institusi: Kredibilitas nama besar bank (seperti BRI) yang menjamin keamanan layanan digitalnya.
4. Transparansi Keamanan: Adanya kejelasan dalam prosedur perlindungan data dan jaminan keamanan finansial.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Jurnal/Sumber	Hasil Penelitian
1	Nurlina	2023	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, dan Risiko terhadap Kepercayaan Nasabah Menggunakan BRI Mobile	Repository UIN Datokarama Palu	Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap kepercayaan dan penggunaan mobile banking.
2	Al-Qudah, Al-Okaily, & Alqudah	2021	<i>Perceived Risk and Trust in Fintech Adoption</i>	<i>Journal of Banking and Financial Technology</i>	Persepsi risiko yang tinggi menurunkan tingkat kepercayaan pengguna fintech.

3	Sharma & Sharma	2021	<i>Trust and Security in Mobile Banking Adoption</i>	<i>Journal of Financial Services Marketing</i>	Keamanan dan rendahnya risiko meningkatkan kepercayaan nasabah mobile banking.
4	Raza, Shah, & Ali	2021	<i>Acceptance of Mobile Banking in Islamic Banks: The Role of Perceived Usefulness, Risk, and Trust</i>	<i>Journal of Financial Services Marketing</i>	Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap kepercayaan, sedangkan manfaat yang dirasakan meningkatkan kepercayaan pengguna.
5	Martins, Oliveira, & Popovič	2023	<i>Digital Banking Adoption and Customer Trust: The Role of Perceived Risk</i>	<i>Electronic Commerce Research and Applications</i>	Risiko yang rendah meningkatkan kepercayaan dan adopsi digital banking.
6	Subowo, Noviantika, & Sumantri	2023	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Persepsi Kepercayaan pada Generasi Milenial dalam Menggunakan Mobile Banking	Jurnal Ilmiah Kesatuan	Persepsi risiko dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking.
7	Afdillah & Mahmud	2023	Pengaruh Kualitas Layanan, Risiko yang Dirasakan, dan Kepercayaan terhadap Niat Perilaku untuk Menggunakan Aplikasi BRImo	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital	Risiko yang dirasakan berpengaruh negatif terhadap niat penggunaan BRImo, sedangkan kepercayaan berpengaruh positif.

8	Nurholis & Paludi	2023	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking pada Nasabah Bank BCA	Jurnal <i>Hospitality</i> dan Pariwisata	Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan mobile banking.
9	Adam	2024	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan Penggunaan BRImo	<i>Journal of Financial Services Marketing</i>	Manajemen risiko yang baik meningkatkan kepercayaan pengguna mobile banking.
10	Kumar & Gupta	2024	<i>Cybersecurity Risk and Digital Banking Trust: An Empirical Study</i>	Repository Universitas Islam Malang	Persepsi kegunaan, kemudahan, dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan penggunaan BRImo.

2.3 Kerangka Pemikiran

Dalam era digital saat ini, penggunaan layanan mobile banking semakin menjadi pilihan utama masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Salah satu layanan yang banyak digunakan adalah BRImo yang dikembangkan oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI). Meskipun menawarkan berbagai kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi, penggunaan layanan digital tidak terlepas dari

berbagai risiko yang dapat memengaruhi persepsi dan kepercayaan nasabah. Oleh karena itu, persepsi risiko menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam memahami perilaku nasabah terhadap penggunaan aplikasi BRImo.

Persepsi risiko merupakan pandangan atau penilaian yang dimiliki nasabah mengenai kemungkinan munculnya kerugian, ketidakpastian, maupun dampak negatif yang dapat terjadi saat menggunakan layanan perbankan digital. Risiko tersebut dapat berupa risiko keamanan data pribadi, risiko penyalahgunaan akun oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, risiko kegagalan sistem saat bertransaksi, hingga risiko kehilangan dana akibat tindak kejahatan siber. Setiap nasabah memiliki tingkat persepsi risiko yang berbeda-beda tergantung pada pengalaman, pengetahuan, serta informasi yang mereka peroleh mengenai layanan digital yang digunakan. Menurut Al-Qudah et al. (2021), semakin tinggi tingkat risiko yang dirasakan oleh pengguna layanan digital, maka semakin rendah tingkat kepercayaan yang terbentuk terhadap layanan tersebut. Dengan kata lain, ketika nasabah merasa bahwa penggunaan aplikasi BRImo memiliki tingkat risiko yang tinggi, maka keyakinan mereka terhadap keamanan dan keandalan layanan akan cenderung menurun.

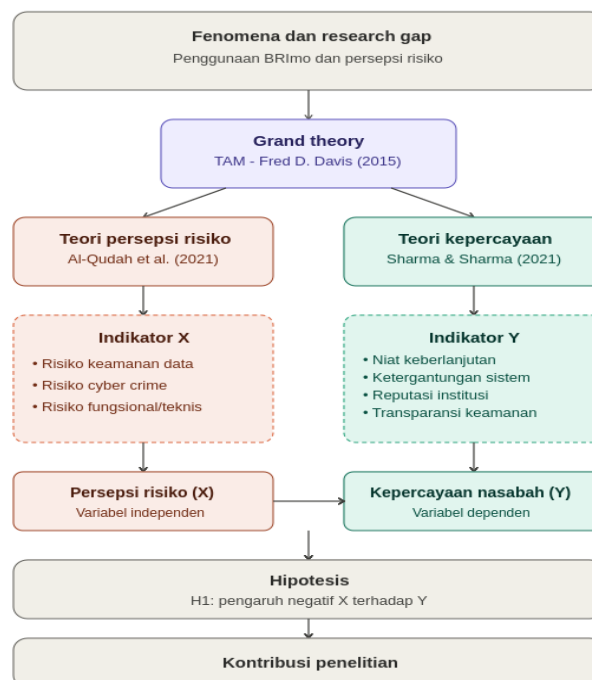
Di sisi lain, kepercayaan nasabah merupakan keyakinan yang dimiliki nasabah bahwa BRImo mampu memberikan layanan yang aman, dapat diandalkan, serta mampu melindungi data dan dana yang dimiliki pengguna. Kepercayaan menjadi aspek yang sangat penting dalam layanan perbankan digital karena transaksi yang dilakukan tidak melibatkan interaksi secara langsung antara

nasabah dan pihak bank. Dalam kondisi tersebut, nasabah akan lebih mengandalkan sistem teknologi yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan transaksi mereka. Tingginya tingkat kepercayaan akan mendorong nasabah untuk terus menggunakan aplikasi BRImo dalam aktivitas perbankan sehari-hari, sedangkan rendahnya tingkat kepercayaan dapat menyebabkan keraguan bahkan keengganan untuk menggunakan layanan tersebut. Sharma dan Sharma (2021) menjelaskan bahwa kepercayaan pengguna dapat terbentuk apabila suatu layanan digital mampu menunjukkan konsistensi dalam menjaga keamanan, kerahasiaan data, serta memberikan kinerja sistem yang stabil dan dapat diandalkan.

Hubungan antara persepsi risiko dan kepercayaan nasabah pada dasarnya menunjukkan keterkaitan yang berlawanan arah. Semakin tinggi risiko yang dirasakan oleh nasabah, maka semakin rendah tingkat kepercayaan yang dimiliki terhadap layanan mobile banking. Sebaliknya, apabila nasabah merasa bahwa risiko penggunaan BRImo relatif rendah dan pihak bank mampu memberikan jaminan keamanan yang memadai, maka tingkat kepercayaan nasabah akan semakin meningkat. Kekhawatiran terhadap pencurian data pribadi, pembobolan rekening, penipuan online, maupun gangguan sistem saat bertransaksi merupakan beberapa bentuk risiko yang dapat memengaruhi tingkat kepercayaan pengguna terhadap aplikasi BRImo.

Hubungan tersebut telah didukung oleh berbagai penelitian terdahulu. Singh dan Srivastava (2020) menemukan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap tingkat kepercayaan pengguna mobile banking. Hasil

penelitian Al-Qudah et al. (2021) juga menunjukkan bahwa risiko yang dirasakan pengguna dapat menurunkan tingkat kepercayaan terhadap layanan digital. Temuan serupa dikemukakan oleh Raza et al. (2021) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap kepercayaan pengguna mobile banking. Selain itu, penelitian Martins et al. (2023), Nguyen et al. (2024), serta Kumar dan Gupta (2024) turut memperkuat bahwa pengelolaan risiko yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan pengguna terhadap layanan perbankan digital. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa persepsi risiko memiliki peranan penting dalam membentuk kepercayaan nasabah terhadap penggunaan BRImo. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana persepsi risiko memengaruhi kepercayaan nasabah pengguna BRImo di BRI Unit Kawalu.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang kebenarannya masih perlu dibuktikan melalui pengujian empiris. Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H_0 : Persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan BRImo di BRI Unit Kawalu.

H_1 : Persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan BRImo di BRI Unit Kawalu.