

ENTREPRENEUR
Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka
Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941
Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

**Pengukuran Persepsi Pengguna Terhadap Persepsi Manfaat,
Fitur Layanan Dan Keamanan Mobile Banking
(Studi Kasus Pada Nasabah BRI Wilayah Ciayumajakuning)**

Budi Rusdian¹, Rita Kusumadewi²

¹Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka,

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon

e-mail : budirusdian@unma.ac.id¹, ritakusumadewi@syekhnurjati.ac.id²

Abstract.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi manfaat, fitur layanan dan keamanan aplikasi BRImo nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Penelitian dilakukan menggunakan kuesioner online kepada nasabah pengguna BRImo di Wilayah Ciayumajakuning. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan jumlah responden 100 orang dan kuesioner disebarkan dengan menggunakan aplikasi Google form. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, fitur layanan dan keamanan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan aplikasi BRImo.

Keywords:

Persepsi Manfaat, Fitur Layanan dan Keamanan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dari tahun ke tahun mendukung keberhasilan sebuah organisasi dalam persaingan bisnis, terutama teknologi yang banyak memberikan kemudahan kepada konsumennya. Salah satunya yang menjadi pemberi kemudahan kepada konsumen adalah teknologi informasi yang kegiatannya mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas yang dibutuhkan si pengguna. Informasi yang relevan dan akurat apalagi diberikan tepat waktu kemudian dapat digunakan untuk

keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan akan menjadi informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan setiap penggunaannya.

Salah satu yang mengikuti perkembangan teknologi informasi ini adalah dunia perbankan, penggunaan teknologi informasi menjadi salah satu upaya peningkatan layanan bank kepada nasabahnya secara personal mengarah kepada era baru yaitu era perbankan digital. Digital era dalam era *society 5.0*, menjadi teknologi sebagai partner dari manusia, sehingga teknologi apapun akan diterima jika mempermudah segala aktivitas manusia, membuat mereka semakin produktif.

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

Perkembangan teknologi ini dilakukan perbankan dengan tujuan agar organisasinya berjalan dengan baik dan meningkatkan prestasi kerjanya. Hal ini diwujudkan dalam pengembangan sistem pelayanan terhadap nasabah dalam bentuk *Mobile Banking*.

Mobile Banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Salah satu perbankan yang menawarkan jasa *Mobile Banking* adalah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dalam penelitian ini peneliti menyebut dengan nama BRI.

Dengan tujuan menyesuaikan diri pada kemajuan teknologi agar dapat tetap bersaing, BRI meluncurkan layanan *Mobile Banking* yang bernama BRImo (*BRI mobile*). BRImo memberikan kemudahan bagi nasabahnya untuk melakukan transaksi keuangan digital, menghemat waktu, tenaga dan biaya yang harus dikeluarkan nasabah karena kapan saja dan dimana saja nasabah bisa melakukan transaksi keuangan digital hanya melalui *smartphone* di tangannya.

Menurut *Top Brand Award* Kategori Tabungan (2021), posisi BRI memiliki jumlah tabungan urutan pertama selama 3 tahun terakhir dari tahun 2019-2021, namun BRImo menempati urutan ke 2 dari data *Top Brand Index* selama 3 tahun terakhir dari tahun 2019 sampai dengan 2021. Jelas sekali terlihat bahwa adanya GAP antara jumlah tabungan dengan pengguna BRImo, idealnya jika jumlah pemilik tabungan menjadi urutan paling banyak maka jumlah pengguna *BRImo* pun menjadi urutan paling banyak.

Jika dilihat dari *Google Playstore* (2021) bahwa *rating* BRImo adalah 3.1 dengan nilai bintang 1 jumlahnya hampir sama dengan nilai bintang 5, kemudian dilihat komentar-komentar pada *reviews* terdapat beberapa respon ketidakpuasan pengguna dikarenakan kesulitan log in di aplikasi, *no*

internet connection sementara sinyal *provider*-nya penuh dan dia bisa membuka aplikasi lain, saat verifikasi wajah selalu gagal dan beberapa orang menyatakan informasi mutasi tidak *update* atau terlambat muncul sehingga adanya kekhawatiran apakah transaksinya berhasil atau tidak. Berdasarkan data-data yang telah diuraikan, dilihat ada beberapa ketidakpuasan yang dirasakan oleh nasabah dalam fenomena ini, beberapa diantaranya adalah manfaat, fitur layanan dan keamanan.

Dengan banyaknya komentar-komentar negatif, sudah terlihat indikasi penyebab lebih sedikitnya pengguna BRImo dibanding jumlah nasabah yang ada. GAP inilah yang akan dicari penyebabnya dan apakah hal tersebut juga terjadi di wilayah Ciayumajakuning. Sehingga peneliti tertarik mengukur bagaimana persepsi pengguna terhadap manfaat, fitur layanan dan kemandirian selama mereka menggunakan BRImo.

KERANGKA TEORITIS

Fenomena perbankan yang ada sekarang ini adalah maraknya penggunaan *internet* sebagai *channel* jasa perbankan. Salah satu aplikasi penggunaan *internet* pada layanan perbankan adalah *m-banking*. Saat ini *m-banking* menjadi salah satu layanan yang ditawarkan oleh perbankan sebagai garda terdepan yang membantu nasabahnya untuk melakukan transaksi keuangan digital. Transaksi keuangan yang mudah, murah dan dapat digunakan dimana saja – kapan saja merupakan hal inilah utama yang ditawarkan sebagai manfaat utama dari *m-banking*. Menurut Nouria dan Soltani (2019) terdapat empat faktor yang dapat memengaruhi diterimanya teknologi *m-banking* ditengah masyarakat, hal inilah yang akhirnya membuat seseorang menerima teknologi dalam

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

perbankan, faktor-faktor tersebut diantaranya adalah: 1) *personal factors*; 2) *social factors*; 3) *technological factors*; and 4) *organizational factors*.

Persepsi Manfaat

Persepsi Manfaat merupakan ukuran dimana penggunaan teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi penggunanya (Kurnianingsih, 2020); manfaat dari menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. (Rahmatsyah dalam penelitian Romadloniyah dan Dwi, 2018). Jogiyanto (2019) dimana manfaat dari menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya Dengan demikian persepsi manfaat BRImo akan dirasakan oleh nasabah jika teknologi yang menyertai penawaran BRImo dipercaya dapat memberikan manfaat saat digunakan oleh nasabah dan mendukung pekerjaan pengguna sehingga mampu meningkatkan efektivitas kinerjanya.

Manfaat merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Meskipun usaha menurut setiap orang berbeda-beda tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan dari pengguna sistem atas sistem yang dikembangkan, maka sistem harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa mengeluarkan usaha yang dianggap memberatkan, dengan begitu pengguna akan mau menggunakan sistem tersebut. manfaat layanan jasa bank melalui m-banking akan segera nasabah dapatkan langsung tanpa banyak waktu yang terbuang dan menghemat biaya bahkan ketika bank sedang tidak beroperasi (hari libur). Manfaat ini dikaitkan dengan peningkatan kinerja individu yang berdampak pada kesempatan untuk memperoleh keuntungan-keuntungan baik

bersifat materi maupun non materi. Beberapa riset tentang psikologi menunjukkan bahwa persepsi manfaat dipercaya berkaitan dengan respon konsumen secara jujur terhadap sebuah produk (Milne et al., 2000 in He et.al,2018). Manfaat mampu meningkatkan efisiensi dan mengurangi usaha yang harus dikeluarkan (Patel and Patel, 2018 in Oeretzen and Odekerken-Schröder,2019).

Davis *et.al* (Romadloniyah dan Dwi,2018) mengukur manfaat dengan beberapa dimensi, yaitu: *Productivity* (produktivitas), *Job performance or effectiveness* (kinerja tugas atau efektivitas), *Importance to job* (pentingnya bagi tugas), dan *Overall usefulness* (kebermanfaatan secara keseluruhan).

Vankatesh et al. (Fikri dan Lisdayanti,2020), persepsi manfaat bisa diukur dengan empat indikator yaitu: meningkatkan kinerja pekerjaan, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektivitas dan memiliki sistem yang berguna.

Fitur Layanan

Fitur layanan adalah perlengkapan untuk menarik perhatian para nasabah dalam penyampaian jasa *m-banking* diantaranya kemudahan akses informasi, keberagaman layanan transaksi. Keberagaman fitur, Inovasi produk. Menurut Umaningsih dan Wardani (2020) Fitur adalah komponen yang dapat menambah fungsi suatu produk. Menurut Kotler dan Armstrong (Alistriwahyuni, 2019) fitur adalah alat bersaing yang dapat membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing.

Schmitt (Kurnianingsih dan Maharani, 2020) dan Poon (2008) memiliki kesamaan dalam teori dimana dimensi atau indikator fitur layanan adalah sebagai berikut:

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

1. Kemudahan akses informasi.
2. Keberagaman layanan transaksi.
3. Keberagaman fitur.
4. Inovasi produk.

Berbagai fitur lengkap bisa dimanfaatkan untuk melakukan berbagai transaksi keuangan yang dibutuhkan, sehingga tidak perlu ke ATM dan Bank. M-banking ini juga menawarkan pembukaan rekening baru dengan mudah secara online. Terakhir, Anda juga bisa melakukan registrasi internet banking tanpa harus ke kantor cabang dan cukup menggunakan *m-Banking*.

Keamanan

Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang. Keamanan transaksi elektronik membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadinya terjamin saat bertransaksi melalui *m-Banking*. Tsiakis dan Sthephanides (Umaningsih dan Wardani, 2020) mengemukakan bahwa keamanan merupakan seperangkat prosedur dan program untuk memverifikasi sumber informasi dan menjamin integritas dan privasi informasi.

Menurut Eriksson et.al. (Afghani dan Yulianti, 2016) mengemukakan bahwa terdapat tiga faktor utama yang berkaitan dengan keamanan sistem *m-banking*, yaitu:

1. Aspek kerahasiaan (*security*)
2. Aspek integritas (*integrity*) dan
3. Aspek ketersediaan (*availability*)

Sedangkan menurut Thygerson (Dianta dan Zusrony, 2019) empat komponen penting dalam menjaga keamanan *m-banking* adalah :

1. *Privacy & Confidentiality*. Aspek ini menekankan pada usaha dalam menjaga kerahasiaan data dan informasi dan pihak lain tidak boleh mengaksesnya. Sedangkan

privacy lebih menekankan pada data-data privat, contohnya data tentang nasabah perbankan.

2. *Integrity*. Aspek integrity memprioritaskan keamanan data atau informasi agar tidak bisa diakses selain tanpa seizin pemilik.

3. *Authentication*. Aspek yang menekankan mengenai orosinalitas suatu data atau informasi, termasuk didalamnya pihak yang memberi data atau mengaksesnya tersebut merupakan pihak yang memiliki ijin akses atau pemilik sah.

4. *Availability*. Aspek yang berkaitan dengan ketersediaan informasi ketika dibutuhkan.

Dikarenakan keamanan merupakan hal yang utama bagi masyarakat dalam melakukan transaksi digital, maka pihak bank harus merumuskan unsur-unsur penting yang wajib jadi perhatian utama sebagai sumber keamanan yang ditawarkan kepada nasabahnya namun juga tetap mudah digunakan (*easy to use*) dan dioperasikan (*easy to operate*) oleh nasabah dan tentunya tersedia fitur-fitur yang mampu memenuhi kebutuhan konsumennya.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian deksriptif menurut metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan masalah yang terjadi pada masa sekarang atau yang sedang berlangsung. Tujuan dari metode deskriptif untuk mendeskripsikan hal yang terjadi sebagaimana mestinya pada saat penelitian dilakukan. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan dengan menggunakan angka dan statistik dalam pengumpulan serta analisis data yang dapat diukur.

Menurut Sugiyono (2017) Pendekatan deskriptif adalah Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk

ENTREPRENEUR
Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka
Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941
Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain.

Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk mengetahui penilaian pengguna terhadap variabel persepsi manfaat, fitur layanan dan keamanan dalam menggunakan aplikasi BRImo. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan kriteria pengguna BRImo dan berdomisili di Wilayah Kota/Kabupaten Cirebon, Indramayu, Majalengka dan Kuningan. Kuesioner disebarikan dengan menggunakan aplikasi *Google form*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam BRImo terdapat beberapa fitur yang dapat digunakan oleh pengguna. Kelengkapan fitur layanan di m-banking merupakan hal yang sangat dipertimbangkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari, Fasilitas yang dimiliki m-banking itu bermacam-macam yaitu Informasi Rekening berupa informasi saldo, mutasi rekening, transfer dana, transfer transfer antar rekening BRI, transfer ke bank lain, transaksi terjadwal, pembayaran dan pembelian, pembayaran tagihan kartu kredit Bank BRI. Pembayaran kartu kredit bank lain seperti Citibank, RBS, ANZ, SCB, HSBC, sementara pembayaran telepon/selular berupa Telkom, kartu Halo, Flexi, Matrix, Listrik, sedangkan internet berupa *speedy*, *flash* pembayaran, dan pembayaran *multifinance* berupa FIF, BAF, Financia, OTO, Verena, WOM. Pembayaran terpadu (pembayaran untuk beberapa transaksi sekaligus dalam satu kali eksekusi), bahkan bisa juga pembelian isi ulang pulsa seperti IM3, Mentari, Simpati, Kartu As, XL, SMART, AXIS, 3 (Tri). Deposit *e-Money* Transaksi terjadwal, Tambah Pembayaran

Tagihan, Lihat Status Daftar Pembayaran, Daftar Pembayaran, Pelayanan Nasabah, Pesan Masuk, Pesan yang telah terkirim, Buat Pesan Baru, Administrasi, Ubah *Password*, Ubah Alamat *e-mail*, Catatan Aktivitas, Daftar Rekening Tujuan, Transfer Dana, Pembayaran Tagihan, mTOKEN : Permintaan mTOKEN.

Berdasarkan hasil olah data hasil kuesioner dengan menggunakan SPSS versi.25, terdapat rekapitulasi jawaban responden terhadap persepsi manfaat, fitur layanan dan keamanan berdasarkan pengalaman mereka selama menggunakan BRImo.

Tabel 1. Rekapitulasi Penilaian Variabel Persepsi Manfaat

No	Pernyataan	Rata-rata
<i>Productivity (produktifitas)</i>		
A1	Layanan BRImo memberikan kemudahan dalam transaksi keuangan digital sehari-hari	4,47
A2	Layanan BRImo memberikan informasi keuangan yang dibutuhkan	4,19
<i>Job performance/effectiveness (kinerja tugas/efektifitas)</i>		
A3	Layanan BRImo dapat memperlancar transaksi keuangan	4,34
A4	Layanan Brimo dapat meningkatkan kinerja	4,16
<i>Importance to job (pentingnya bagi tugas)</i>		
A5	Layanan BRImo mampu mendukung pekerjaan sehari-hari	4,19
A6	Layanan BRImo meminimalkan transaksi keuangan di kantor fisik Bank	4,19
<i>Overall usefulness (kebermanfaatan secara keseluruhan)</i>		
A7	Layanan BRImo sangat cepat	3,94
A8	Layanan BRImo memiliki menu yang lengkap	4,06

ENTREPRENEUR
Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka
Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941
Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

A9	Layanan Brimo memiliki keamanan yang baik	4,06
-----------	---	------

Penilaian responden mengenai persepsi manfaat dapat dilihat pada tabel 1 bahwa dari penilaian keseluruhan masing-masing dimensinya BRImo sudah mampu mendukung produktifitas dalam transaksi keuangan yang dilakukan sehari-hari. BRImo juga mampu mengefektifkan waktu transaksi keuangan karena semua prosesnya berjalan lancar tanpa hambatan. Selain mendukung transaksi keuangan pribadi sehari-hari ternyata BRImo juga mendukung transaksi keuangan dalam perkantoran atau usaha. Jika dilihat dari pemilik rekening di BRI, memang BRI banyak digunakan oleh UMKM sebagai nomor rekening yang digunakan untuk pembayaran produk yang dibeli konsumennya. sesuai dengan penilaian terhadap menu yang terdapat pada BRImo, responden menilai menu yang disediakan sudah lengkap.

Walaupun BRImo memberikan kemudahan kepada pengguna untuk bertransaksi keuangan digital sehari-hari, namun dari sisi tingkat kecepatan layanan BRImo belum maksimal sehingga lebih banyak waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu transaksi bagi beberapa responden. Namun hal ini bisa juga disebabkan oleh sinyal dari masing-masing provider yang digunakan oleh pengguna saat menggunakan BRImo. Kekuatan sinyal turut berpengaruh terhadap kecepatan dari transaksi digital perbankan.

Tabel 2. Rekapitulasi Penilaian Variabel Fitur Layanan

No	Pernyataan	Rata-Rata
	Kemudahan akses informasi	
B1	Kemudahan mengecek saldo tabungan di BRImo	4,44

B2	Kemudahan mengecek mutasi rekening di BRImo	4,16
-----------	---	------

Keberagaman layanan transaksi

B3	Lebih beragam menu laporan keuangan di BRImo	3,84
-----------	--	------

B4	Lebih beragam menu investasi di BRImo	3,78
-----------	---------------------------------------	------

B5	Lebih beragam menu tagihan di BRImo	3,88
-----------	-------------------------------------	------

Keberagaman fitur

B6	Lebih beragam fitur pembelian tiket di BRImo	3,84
-----------	--	------

B7	Lebih beragam fitur transfer di BRImo	4,31
-----------	---------------------------------------	------

B8	Lebih beragam fitur pembayaran biaya bulanan (Telkom, PDAM, BPJS, dll) di BRImo	4,38
-----------	---	------

B9	Lebih beragam fitur konversi valas di BRImo	3,81
-----------	---	------

Inovasi produk

B10	Ketersediaan membuka rekening di BRImo	4,12
------------	--	------

B11	Ketersediaan investasi di BRImo	3,78
------------	---------------------------------	------

B12	Ketersediaan pengajuan pinjaman di BRImo	3,56
------------	--	------

B13	Ketersediaan menghubungi <i>call centre</i> tidak berbayar (gratis) di BRImo	4,03
------------	--	------

Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa secara keseluruhan BRImo mudah diakses saat pengguna membutuhkan informasi, yang utama dan nilai paling besar oleh responden adalah pengguna bisa melakukan pembayaran tagihan rutin bulanan seperti pembayaran PDAM, listrik dan BPJS, selain itu terdapat beragam fitur transfer dan mudah untuk

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

pengecekan saldo karena jumlah saldo dapat dilihat dilayar utama setelah pengguna masuk ke dalam aplikasi BRImo. Penilaian terkecil ada pada indikator pengajuan pinjaman melalui menu di BRImo, pengguna masih merasa kesulitan jika ingin mengajukan pinjaman melalui aplikasi BRImo karena saat meng-klik menu ajukan pinjaman pengguna diarahkan masuk aplikasi milik anak perusahaan BRI. Peroses ini terus berulang, bahkan seringkali proses masuk ke aplikasi pinjaman tersebut eror atau membutuhkan peroses *loading* yang lama.

Tabel 3. Rekapitulasi Penilaian Variabel Keamanan

No	Pernyataan	Rata-rata
Kerahasiaan (Security)		
C1	Tersedianya PIN akses masuk dan PIN transaksi di BRImo	4,47
C2	Tersedianya sistem <i>biometric security</i>	4,41
C3	Tersedianya sistem <i>automatic clear cache</i> di BRImo	4,13
Integritas (Integrity)		
C4	Kepercayaan keamanan data di BRImo	4,06
C5	Kepercayaan keamanan aplikasi di BRImo	4,28
Ketersediaan (Availability)		
C6	Ketersediaan BRImo dapat diakses 24 jam	4,41
C7	Ketersediaan BRImo dapat diinstall di semua HP Android dan IOS	4,62
C8	Ketersediaan BRImo dapat digunakan di semua provider	4,38

Tabel 3 dapat dilihat bahwa untuk variabel keamanan BRImo, pengguna sudah merasa aman, bahwa tingkat keamanan data sudah dirasakan baik. Pengguna sudah merasakan bahwa kerahasiaan mereka selama bertransaksi keuangan sudah terjaga kerahasiaannya, pengguna menilai bahwa BRImo memiliki integritas dalam menjaga data pengguna dan menjaga keamanan transaksi, dan yang terpenting BRImo *aplicable* disemua gawai, mampu digunakan disemua provider dan dapat diakses 24 jam.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pengguna menilai BRImo sangat bermanfaat dalam mendukung transaksi keuangan digital sehari-hari baik pengeluaran rutin pribadi maupun dalam mendukung transaksi usahanya. BRImo juga sudah memberikan fitur layanan yang beragam walaupun masih ada kendala bagi pengguna yang ingin mengajukan pinjaman melalui BRImo. Dan dari sisi keamanan, pengguna sudah merasakan bahwa bertransaksi keuangan melalui BRImo sudah aman, data pengguna terjaga dan bisa digunakan diberbagai gawai dan provider seluler. Hasil penilaian ini tentunya menunjukkan bahwa permasalahan-permasalahan atau keluhan yang muncul di komentar pada *playstore* tidak dirasakan oleh pengguna yang menjadi responden pada penelitian ini. Penelitian berkelanjutan akan dilakukan untuk semakin menguatkan hasil penelitian saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

Afghani, Mohamad Faqih dan Emma Yulianti. 2016. *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, serta Kesadaran Nasabah terhadap Adopsi E-Banking di Bank BRI Surabaya*. Journal of Business and Banking. May-October Vol.6,No.1. Pp.113-128.

Alistriwahyuni, Noviea. 2019. *Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan dan Fitur Layanan i-Saku terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna i-Saku di Indomaret (Studi Pada Pengguna i-Saku Indomaret Kecamatan Watulimo Trenggalek)*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). Vol.7. No.2.

Dianta, Indra Ava dan Edwin Zusrony. 2019. *Analisis Pengaruh Sistem Keamanan Informasi Perbankan pada Nasabah Pengguna Internet Banking*. INTENSIF. Februari. Vol.3,No.1.

Fikri, Muhammad dan Annisa Lisdayanti. 2020. *Analysing Promotion Mix and Perceived Usefulness of e-Wallets: A case of Linkaja applications in Indonesia*. International Journal of Finance & Banking Studies, Vol 9 No 1, 2020 ISSN: 2147-4486.

He,Yi , Qimei Chen and Sakawrat Kitkuakul. 2018. *Regulatory focus and technology acceptance: Perceived ease of use and usefulness as efficacy*. Cogent Business & Management. 5: 1459006

Kurnianingsih, Heny dan Trisna Maharani. 2020. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap*

Minat Menggunakan E-Money di Jawa Tengah. AKUNTOTEKNOLOGI: Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Teknologi. Vol.12. No.1.

Nouria, Bagher Asgarnezhad and Milad Soltani. 2019. *A Hybrid Model of Factors Affecting Adoption of Mobile Banking Technology between Customers of Iranian Banks*. Serbian Journal of Management 14 (1) (2019) 49 – 75.

Oertzen, Anna-Sophie and Gaby Odekerken-Schröder. 2019. *Achieving continued usage in online banking: a post-adoption study*. International Journal of Bank Marketing Vol. 37 No. 6, 2019 pp. 1394-1418.

Poon, W. C. 2008. *Users' Adaption Of E-banking Services*. Journal of Business & Industrial Marketing, Vol. 23.

Romadloniyah, Alifatul Laily dan Dwi Hari Prayitno. 2018. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money pada Bank BRI Lamongan*. Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi. Juni Volume III No. 2. Hal: 699-711.

Umaningsih, Wahyu Prastiwi dan Dewi Kusuma Wardani. 2020. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Money*. JAE: Jurnal Akuntansi dan Ekonomi. November Vol.5, No.3. Hal: 113-119.