

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi besar dalam sektor perbankan, termasuk di Indonesia, disebabkan oleh kemajuan teknologi informasi. Bank menggunakan digitalisasi sebagai strategi utama untuk meningkatkan efisiensi, menjangkau segmen pasar yang lebih luas, dan memenuhi ekspektasi pelanggan akan kemudahan dan kecepatan bertransaksi. Salah satu bentuk digitalisasi ini adalah pengembangan fasilitas perbankan berbasis digital, misalnya *mobile banking* dan *internet banking*, dan platform lainnya, yang memungkinkan pelanggan melaksanakan transaksi keuangan secara praktis tanpa perlu langsung ke cabang bank.

Laporan Tahunan Bank Negara Indonesia tahun 2023 dan 2024 menunjukkan bahwa bank memperluas layanan *Mobile Banking* dengan meluncurkan aplikasi *Wondr*. Inisiatif ini bukan semata-mata ditunjukkan untuk memperbaiki mutu pelayanan, tetapi juga untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih kreatif dan terpercaya, terutama bagi pelanggan muda seperti mahasiswa. Upaya ini sekaligus menunjukkan komitmen Bank Negara Indonesia untuk menerapkan tata kelola layanan digital yang sesuai dengan prinsip tata kelola dan regulasi perlindungan data pribadi. Hal ini akan membangun kepercayaan dan mendorong peningkatan minat terhadap produk keuangan digital.

PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk menjadikan transformasi digital sebagai salah satu upaya strategi untuk memenuhi tuntutan nasabah yang terus berubah dan berkembang khususnya dari kalangan muda seperti mahasiswa. Salah satu indikator keberhasilan transformasi ini adalah meningkatnya penggunaan layanan digital, terutama aplikasi *Mobile Banking* dan platform *digital wealth management* serta aplikasi *Wondr*. Dalam beberapa tahun terakhir, Bank Negara Indonesia (BNI) terus menunjukkan komitmennya dalam mengembangkan layanan digital perbankan, khususnya melalui *Mobile Banking*. Layanan ini menjadi salah satu kanal utama transaksi. Berikut adalah data pertumbuhan pengguna dan nilai transaksi BNI *Mobile Banking* selama dua tahun terakhir berdasarkan Laporan Tahunan Bank Negara Indonesia tahun 2023-2024.

Tabel 1.1 Pertumbuhan Pengguna BNI Mobile Banking Tahun 2023-2024

Tahun	Jumlah pengguna aktif (Juta)	Volume transaksi (Rp triliun)	Pertumbuhan jumlah pengguna	Pertumbuhan volume transaksi
2023	15,4 Juta	Rp 1.930 triliun	+12%	+27%
2024	>16 Juta	Rp 2.450 triliun	Tidak di sebut %	+30%

Berdasarkan Laporan Tahunan Bank Negara Indonesia, jumlah pengguna aktif BNI *Mobile Banking* meningkat dari 15,4 juta pada tahun 2023 menjadi lebih dari 16 juta pada tahun 2024. Volume transaksi juga mengalami pertumbuhan yang signifikan, dari Rp 1.930 triliun pada 2023 menjadi Rp 2.450 triliun pada 2024 atau naik sekitar 30%. Peningkatan ini menjadi cermin semakin besar kepercayaan nasabah terhadap layanan digital BNI.

Peningkatan signifikan ini juga dipengaruhi oleh kepatuhan BNI terhadap kebijakan regulator. Bank wajib menerapkan tata kelola, manajemen risiko dan prinsip kehati-hatian dalam penyelenggaraan layanan digital. Di samping itu, pihak bank perlu menjamin bahwa seluruh layanan digital tunduk pada pengendalian internal dan pengawasan yang memadai. Penguatan regulasi ini didukung dengan SEOJK No. 24/SEOJK.03/2023 tentang Penilaian Tingkat Maturitas Digital Bank Umum yang mewajibkan bank melakukan penilaian tingkat maturitas digital secara berkala setiap tahun, mencakup lima domain utama : tata kelola digital, manajemen risiko, budaya digital, kemanan siber, dan infrastruktur teknologi informasi.

Pada tahun 2023 PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk mencatat bahwa sebesar 45,9% pengguna BNI *Mobile Banking* berasal dari Generasi Z (usia 18-24 tahun). Hal ini menjadikan Gen Z sebagai kelompok pengguna terbesar dibandingkan dengan segmen usia lainnya secara individual. Dalam laporan tersebut dinyatakan bahwa “Generasi Z mendominasi pengguna aktif BNI *Mobile Banking* dengan kontribusi 45,9%”. Sementara itu, kelompok usia yang lebih tua seperti usia 24-34 tahun dan seterusnya, masing-masing menyumbang persentase lebih kecil secara individual. Pada tahun 2024, proporsi Gen Z meningkat menjadi 48% dari total pengguna BNI *Mobile Banking*, menjadikannya tetap sebagai segmen

usia paling dominan. Laporan BNI 2024 menyebutkan bahwa “Sebanyak 48% pengguna BNI *Mobile Banking* berasal dari generasi Z (usia 18-24 tahun)”. Peningkatan ini sejalan dengan strategi BNI yang fokus pada digitalisasi kampus dan kolaborasi dengan Universitas untuk memperluas jangkauan pada kalangan mahasiswa dan lulusan baru.

Ditengah kenyataan bahwa layanan keuangan digital tersedia dengan mudah, ada tantangan untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah dan membuat mereka menunjukkan minat dan memanfaatkan layanan finansial digital yang disediakan oleh bank. Kepercayaan adalah komponen psikologi penting dalam pengembalian keputusan keuangan. Perspektif ini sejalan dengan perspektif perilaku keuangan, yang menganggap bahwa keputusan keuangan dipengaruhi oleh emosi, bias kognitif, persepsi psikologi, dan rasionalitas selain teori keuangan tradisional. Menurut Kent (2010) behavioral finance menggabungkan teori ekonomi keuangan dan psikologi kognitif untuk menjelaskan perilaku pengambilan keputusan ekonomi. Mereka menekankan bahwa keputusan investasi dan perilaku pasar secara sistematis dipengaruhi oleh struktur informasi dan karakteristik pelaku pasar. Dalam psikologi keuangan, salah satu konsep penting adalah bahwa seseorang sering menggunakan heuristik (aturan praktis), framing, dan terpengaruh oleh emosi saat membuat keputusan, termasuk memilih produk keuangan.

Regulasi POJK No 21/POJK.03/2023 tentang Layanan Digital oleh Bank Umum dan Undang-Undang no 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (PDP) menegaskan bahwa tata kelola yang baik dalam penyelenggaraan layanan digital adalah penting, termasuk keamanan informasi, transparansi produk, dan kepatuhan terhadap perlindungan data pribadi, dalam konteks layanan digital. Selain faktor regulasi, penerapan prinsip tata kelola juga penting untuk layanan digital perbankan. Beberapa prinsip utama tata kelola yang relevan dalam konteks ini adalah: transparansi dalam penyampaian informasi layanan digital, akuntabilitas untuk penyelenggaraan produk keuangan, responsibilitas terhadap kepatuhan hukum, independensi dalam pengelolaan sistem digital, dan kesetaraan dalam memberikan akses ke seluruh layanan. Tujuan dari penerapan prinsip ini

adalah untuk meningkatkan kepercayaan dan membuat nasabah lebih nyaman dengan berbagai produk keuangan digital yang ditawarkan oleh BNI.

Bank Negara Indonesia menerapkan prinsip tata kelola berdasarkan pendekatan TARIF (*Transparency, Accountability, Responsibility, Independency and Fairness*) dalam penyelengaraan layanan digital. Prinsip-prinsip ini diterapkan dalam sistem keterbukaan informasi, perlindungan data pelanggan, unit kerja khusus layanan digital, dan pengendalian risiko teknologi. Dalam laporan tata kelola BNI, layanan digital diterapkan sesuai dengan peraturan OJK, seperti POJK No. 21 Tahun 2023 tentang Layanan Digital oleh Bank Umum. Peraturan ini mengatur bank untuk memastikan pengendalian risiko, keamanan data otoritas berlapis, dan edukasi konsumen, semuanya sesuai dengan prinsip-prinsip TARIF. Misalnya, sebagian dari penerapan prinsip *Fairness and Responsibility*, BNI menerapkan sistem otorisasi *multi-level* dan intruksi pengguna aplikasi melalui fitur panduan pengguna di BNI *Mobile Banking*.

Prinsip tata kelola diterapkan pada Layanan Digital Bank BNI untuk membantu pengendalian internal dan memberi pelanggan kepercayaan. Pengakuan eksternal terhadap kualitas layanan tata kelola perusahaan adalah faktor penting selain implementasi tata kelola secara internal. Salah satunya adalah *Corporate Governance Perception Index* (CGPI), yang diselenggarakan oleh Indonesia *Institute for Corporate Governance* (IICG), menilai transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, dan kewajaran sebagai standar tata kelola perusahaan. BNI selalu masuk dalam peringkat atas CGPI, hal ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip tata kelola BNI kredibel dan objektif. BNI juga menerima penghargaan untuk kepatuhan terhadap prinsip tata kelola dari Indonesia *Institute for Corporate Directorship* (IICD). Perbandingan keduanya menunjukkan bahwa baik penilaian kuantitatif (seperti CGPI) maupun kualitatif (seperti pemeringkatan IICD) menunjukkan komitmen yang kuat BNI terhadap prinsip tata kelola yang baik. Ini meningkatkan posisi BNI sebagai lembaga yang memberikan layanan digital dan menjaga kepercayaan pelanggan melalui tata kelola yang kuat.

Seiring dengan meningkatnya digitalisasi disektor keuangan, diperlukan suatu tata kelola yang tidak hanya mengandalkan pendekatan konvesional, tetapi mampu mengakomodasi kompleksitas hubungan digital antara bank dan nasabah. Hanisch et al (2023) tata kelola digital adalah bentuk tata kelola baru yang memanfaatkan teknologi digital untuk mengatur mekanisme, control, koordinasi, insentif dan kepercayaan dalam sistem layanan. Suhartadi & Nugraha (2021) melaksanakan studi sejenis yang meneliti pengaruh mutu layanan internet banking terhadap kepuasan serta tingkat kepercayaan nasabah perbankan di Indonesia. Ia menemukan bahwa faktor utama yang memengaruhi kepercayaan nasabah terhadap layanan digital adalah keadaan sistem, kemudahan penggunaan, dan keamanan. Oleh karena itu, kombinasi kualitas layanan digital dengan prinsip tata kelola menjadi fondasi penting untuk mendorong minat nasabah, termasuk mahasiswa.

Shahnaaz et al. (2024) menemukan bahwa tata kelola teknologi informasi berbasis prinsip tata kelola pada bank digital sangat membantu meningkatkan kepercayaan nasabah, terutama dalam hal perlindungan data dan kejelasan informasi produk. Temuan ini menegaskan betapa pentingnya penerapan prinsip tata kelola dalam layanan digital BNI, terutama dalam hal meningkatkan kepercayaan dan minat mahasiswa sebagai kelompok pengguna potensial.

Banyak lembaga independen mengakui komitmen PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk untuk menerapkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik. Dalam ajang *The 14th IICD Corporate Governance conference & Award* pada tahun 2023, BNI diberi penghargaan sebagai “***The Best Overall –Big Caps***” dan “***The Most Trusted Company***”. Konsistensi ini berlanjut pada tahun 2024 di *The 15th IICD Corporate Governance Conference & Award*. Penghargaan ini menunjukkan bagaimana BNI berhasil mematuhi prinsip transparansi, akuntabilitas, independensi, dan tanggung jawab di setiap aspek layanannya, termasuk penyediaan layanan digital. Ini meningkatkan kepercayaan publik terhadap kinerja dan inovasi digital BNI.

Pomian (2012) Fenomena behavioral bias seperti loss aversion, status quo bias, familiarity bias, overconfidence dapat menghambat keinginan pelanggan

untuk menggunakan layanan keuangan digital sebaik mungkin. Ini terjadi meskipun layanan digital telah tersedia secara luas. Misalnya, mahasiswa mungkin hanya menggunakan fitur dasar seperti cek saldo atau transfer karena merasa lebih nyaman, atau mereka mungkin ragu untuk mencoba layanan keuangan digital lainnya, seperti deposito online atau pinjaman digital, karena mereka merasa terlalu berisiko. Fenomena ini menunjukkan bahwa ada perbedaan antara memaksimalkan penggunaan layanan digital dan ketersediaannya.

Mahasiswa Universitas Kristen Indonesia yang telah menggunakan layanan digital BNI dengan kartu mahasiswa menjadi kelompok yang sesuai untuk analisis dalam konteks ini. Dengan fokus pada variabel tata kelola layanan digital, kepercayaan, dan minat penggunaan produk. Penelitian ini akan meneliti bagaimana persepsi mahasiswa tentang penerapan prinsip tata kelola layanan digital (yang mencakup transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi dan kewajaran) memengaruhi kepercayaan mahasiswa terhadap layanan digital BNI dan bagaimana kepercayaan tersebut memengaruhi keinginan mereka untuk terus menggunakan produk keuangan digital BNI. Studi sebelumnya lebih banyak berfokus pada faktor teknologi atau kepuasan umum dari pada hubungan langsung antara tata kelola layanan digital dan keputusan financial pengguna dari kelompok mahasiswa. Akibatnya masih ada kesenjangan dalam memahami sejauh mana penerapan tata kelola layanan digital dapat membentuk kepercayaan dan mendorong penggunaan layanan lebih banyak di kalangan mahasiswa, yang merupakan generasi digital utama saat ini. Menurut Nguyen et al (2022) menyatakan bahwa kualitas layanan digital perbankan yang baik, yang mencakup fitur seperti kemudahan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mendorong minat berkelanjutan untuk menggunakan layanan digital.

Penelitian ini sangat penting karena belum banyak penelitian yang secara khusus membahas hubungan antara persepsi mahasiswa tentang tata kelola layanan digital dan kepercayaan serta keinginan untuk menggunakan produk keuangan digital. Sangat penting untuk memahami kebutuhan dan keinginan pengguna muda tentang kepercayaan, keamanan, dan transparansi saat mengembangkan layanan digital perbankan di tengah transformasi digital yang

cepat. Diharapkan penelitian ini akan meningkatkan pemahaman kita tentang bagaimana faktor perilaku dan faktor pengelolaan berfungsi secara intragratif. Tujuannya adalah untuk memberikan dasar membangun strategi layanan digital yang lebih efisien yang berfokus pada perilaku dan kebutuhan pengguna.

Dari penjelasan tersebut, penulis berminat untuk mengangkat judul **“Pengaruh Penerapan Prinsip Tata kelola Layanan Digital Terhadap kepercayaan dan Minat Menggunakan Produk Keuangan Bank Negara Indonesia Oleh Mahasiswa Universitas Kristen Indonesia”** untuk itu penelitian ini akan berfokus pada mahasiswa Universitas Kristen Indonesia sebagai objek yang relevan untuk melihat hubungan antara persepsi mereka terhadap tata kelola, tingkat kepercayaan, dan keinginan untuk menggunakan produk keuangan digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang diidentifikasi, maka rumusan masalah yang diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Apakah prinsip tata kelola berpengaruh terhadap kepercayaan mahasiswa Universitas Kristen Indonesia dalam menggunakan produk layanan digital Bank Negara Indonesia?
2. Apakah prinsip tata kelola berpengaruh terhadap minat mahasiswa Universitas Kristen Indonesia dalam menggunakan produk layanan digital Bank Negara Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh prinsip tata kelola terhadap kepercayaan mahasiswa Universitas Kristen Indonesia dalam menggunakan produk layanan digital Bank Negara Indonesia.
2. Untuk menganalisis pengaruh prinsip tata kelola terhadap minat mahasiswa Universitas Kristen Indonesia dalam menggunakan produk layanan digital Bank Negara Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat serta dapat berguna bagi berbagai pihak

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan literatur mengenai hubungan antara tata kelola layanan digital dan perilaku kepercayaan serta minat penggunaan layanan keuangan digital, khususnya di kalangan mahasiswa, yang masih jarang diteliti di konteks perbankan BUMN Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi berbasis data kepada manajemen PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk untuk mengembangkan strategi layanan digital yang lebih dipercaya dan diminati oleh segmen pengguna muda, khususnya mahasiswa.

3. Manfaat Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi sarana untuk mengembangkan kemampuan analisis dan metodologi penulis dalam mengkaji perilaku digital berbasis prinsip tata kelola.

1.5 Batasan Masalah

Untuk menjaga fokus pembahasan dan menghindari perluasan kajian yang tidak relevan, penelitian ini memiliki beberapa batasan. Pertama, penelitian ini hanya mempelajari penerapan prinsip tata kelola layanan digital yang meliputi transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan kewajaran (TARIF) pada Bank Negara Indonesia (BNI). Kedua, responden yang dijadikan objek penelitian dibatasi pada mahasiswa aktif Program Studi Analisis Keuangan Fakultas Vokasi Universitas Kristen Indonesia (UKI) yang telah menggunakan layanan digital BNI, seperti BNI *Mobile Banking* dan aplikasi *Wondr*. Ketiga, variabel yang dianalisis dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel independen, yaitu prinsip tata kelola layanan digital, serta dua variabel dependen, yaitu kepercayaan dan minat mahasiswa dalam menggunakan produk keuangan digital

BNI. Keempat, pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada responden yang dipilih dengan teknik purposive sampling.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan. Ini mengarahkan pembaca ke relevansi topik penelitian dan masalah yang akan dianalisis.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan teori yang relevan dengan penelitian, seperti prinsip-prinsip tata kelola (Good Corporate Governance), kepercayaan (trust) dan minat menggunakan produk digital. Dalam bab ini menggunakan kerangka pemikiran dan penelitian sebelumnya sebagai landasan ilmiah.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis dan metodologi penelitian yang digunakan, serta tentang variabel dan indikator, populasi dan sample, prosedur pengumpulan data, dan metode analisis data. Selain itu juga menjelaskan alat uji statistik yang digunakan untuk mengevaluasi hubungan antar variabel.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data dari responden, bab ini menyajikan hasil penelitian dan membahas pengaruh tata kelola digital terhadap kepercayaan dan minat mahasiswa. Ini juga mencakup uji validitas, reliabilitas, dan analisis regresi dan juga membahas tentang teori dan temuan sebelumnya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini mencakup kesimpulan penelitian, dan saran dari pihak-pihak untuk melakukan tindakan lebih lanjut serta masukan dari hasil penelitian ini.