

TRANSPARANSI INFORMASI PENGGUNAAN APLIKASI *MOBILE BANKING* TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN SEKTOR JASA KEUANGAN

HERI ABRIANTO*
NURAENI HADIATI FARHANI
SANDHIKA CIPTA BIDHARI
EDWARD HOT HAMONANGAN PASARIBU
NEILA

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta
Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kampus Universitas Indonesia, Depok, Indonesia, 16425
*heri.abrianto@akuntansi.pnj.ac.id

Abstrak: Di masa pandemi Covid-19, layanan perbankan dituntut lebih akomodatif terhadap kebutuhan nasabah. Salah satu cara untuk memenuhi tuntutan tersebut maka perbankan harus mampu mengoptimalkan pemanfaatan teknologi yang dimiliki. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh transparansi informasi penggunaan aplikasi BCA Mobile terhadap perlindungan konsumen BCA. Penelitian ini menggunakan metode statistik deskriptif dan regresi Linear. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transparansi informasi memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap perlindungan konsumen.

Kata kunci: *transparansi informasi, perlindungan konsumen, mobile banking*

Abstract: During the Covid-19 pandemic, banking services are required to be more accommodating to customer needs. One way to meet these demands is that banks must be able to optimize the use of the technology they have. The aim of this research is to determine the effect of information transparency regarding the use of the BCA Mobile application on BCA consumer protection. This research uses descriptive statistical methods and linear regression. The results of this research show that information transparency has a positive and significant relationship to consumer protection.

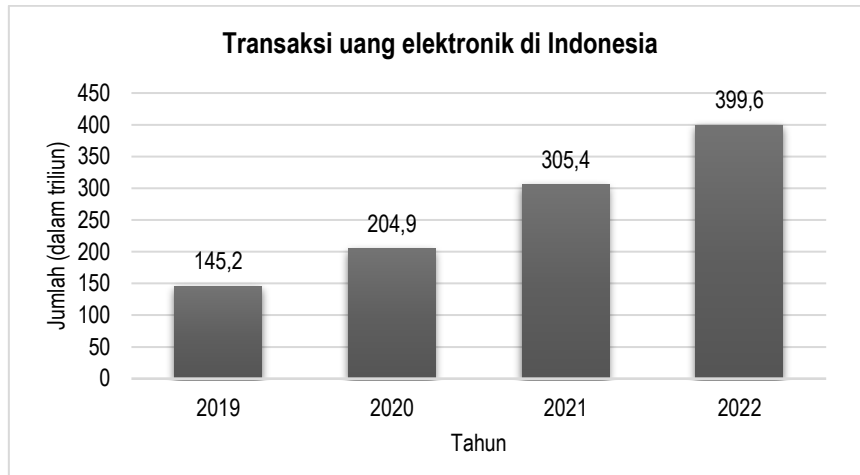
Keywords: *transparency of information, consumer and community protection, mobile banking*

PENDAHULUAN

Pasca pandemi dan era revolusi industri 4.0 telah membawa banyak perubahan pada kehidupan masyarakat. Perbankan sebagai salah satu sektor potensial turut berperan untuk memulihkan stabilitas perekonomian nasional dan memenuhi tuntutan digitalisasi dalam masyarakat. Tuntutan digitalisasi perbankan diperkuat oleh berbagai faktor pendorong pengembangan digital bank di Indonesia, mengingat Indonesia merupakan perekonomian yang berpotensi besar untuk menyerap arus digitalisasi. Digitalisasi sistem pembayaran, menjadi faktor penting dalam mendorong pemulihan ekonomi nasional terutama pasca pandemi. Hal tersebut muncul karena adanya kemudahan penggunaan teknologi dalam memfasilitasi kegiatan transaksi masyarakat pada saat pandemi. Masyarakat dapat melakukan transaksi di mana pun dan kapan pun sehingga meningkatkan nilai transaksi ekonomi dan keuangan digital di Indonesia (<https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/cerita-bi/Pages/Pandemi-Pendorong-Digitalisasi.aspx> diakses 5 Oktober 2024).

Pasca pandemi layanan perbankan dituntut lebih akomodatif terhadap kebutuhan nasabah (Anataya et al., 2023) dan (Muslim, 2022). Salah satu cara untuk memenuhi tuntutan tersebut, perbankan harus mampu mengoptimalkan pemanfaatan teknologi yang dimiliki. Teknologi merupakan alat yang adaptif yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan nasabah di saat pandemi tanpa kontak fisik dengan pegawai bank. Industri perbankan telah merespon perkembangan teknologi dengan mengembangkan beragam saluran perbankan

elektronik yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat saat ini (Adiwijaya, 2018; Vianto & Arifin, 2024). Salah satu kemudahan yang diperkenalkan oleh era digital adalah aplikasi *mobile banking* atau *m-banking*. *M-Banking* adalah fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi finansial secara *real time* (Iqbal et al., 2021). Sejumlah manfaat yang akan diperoleh nasabah apabila menerapkan *m-banking* yakni fiturnya dapat disesuaikan dengan aktivitas nasabah, diantaranya adalah transfer uang, cek saldo, akses produk perbankan (Ainul Khatimah Sulmi et al., 2021) dalam (Lubis & Lukman, 2023).



Sumber: <https://www.indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-cashless> diakses 7 Oktober 2024

Gambar 1. Data transaksi uang elektronik di Indonesia tahun 2019-2022

Gambar di atas menunjukkan peningkatan jumlah transaksi elektronik dimulai pada awal pandemi sampai dengan tahun 2022. Di era digital saat ini, penggunaan uang *cash* (tunai) sudah mulai berkurang. Masyarakat mulai banyak yang beralih melakukan transaksi secara *cashless*. Hal ini tergambar dari data transaksi uang elektronik yang mencapai Rp 399,6 triliun, melonjak 30,84% dibandingkan 2021. Hal ini diperkuat dengan data transaksi *m-banking* di bawah ini.

	SATUAN/ UNIT	2019	2020	2021	2022	2023
Proprietary Channel						
Volume Transaksi	Ribu Transaksi/ <i>Thousand Transaction</i>	3.514.075	4.960.859	7.772.507	11.765.598	16.044.327
Nilai Transaksi	Rp Miliar/ <i>Billions of Rp</i>	27.379.756	27.547.295	40.853.118	52.548.953	58.324.903
Phone Banking						
Volume Transaksi Phone Banking	Ribu Transaksi/ <i>Thousand Transaction</i>	2.193	1.919	498	1.158	95
Nilai Transaksi Phone Banking	Rp Miliar/ <i>Billions of Rp</i>	92.368	191.600	32.861	3.132	1.476
SMS/Mobile Banking						
Volume Transaksi SMS/Mobile Banking	Ribu Transaksi/ <i>Thousand Transaction</i>	2.360.094	3.427.101	5.534.245	8.354.937	12.334.036
Nilai Transaksi SMS/Mobile Banking	Rp Miliar/ <i>Billions of Rp</i>	3.522.491	4.770.122	7.730.865	9.995.239	14.378.353
Internet Banking						
Volume Transaksi Internet Banking	Ribu Transaksi/ <i>Thousand Transaction</i>	1.151.788	1.531.839	2.237.764	3.409.503	3.710.196
Nilai Transaksi Internet Banking	Rp Miliar/ <i>Billions of Rp</i>	23.764.896	22.585.573	33.089.392	42.550.582	43.945.074

Sumber: <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/Default.aspx#Nasional-Provinsi> diakses 7 Oktober 2024

Gambar 2. Data Transaksi Non Tunai Nasional Tahun 2019-2023

Gambar di atas menunjukkan peningkatan transaksi melalui *mobile banking* (*m-banking*) dari tahun 2019 ke tahun 2024 sebesar 523%. Peningkatan yang cukup signifikan ini menunjukkan bahwa keuangan sedikit demi sedikit beralih ke digital. Makin berkembangnya bisnis *e-commerce*, dan beragam promosi yang disediakan oleh berbagai *merchant* membuat perilaku konsumsi masyarakat turut bergeser, sehingga saat ini masyarakat mulai lebih nyaman berbelanja tanpa uang tunai. Namun fenomena ini tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan. *Cashless* makin digemari dan *m-banking* menjadi salah satu pilihan masyarakat saat ini dalam bertransaksi. Dalam hal ini nasabah perlu mendapat jaminan bahwa transaksi melalui *m-banking* melindungi data keuangan dan pribadi mereka. Aplikasi *m-banking* secara umum merupakan cara yang aman dan nyaman untuk mengelola dana nasabah, tetapi ada beberapa risiko keamanan siber yang perlu diwaspadai.

Transparansi merupakan bagian dari *good corporate governance* (Syofyan, 2021) yang berperan penting dalam memberikan kejelasan mengenai risiko dan manfaat yang melekat pada produk bank. Keterbukaan informasi merupakan hal yang sangat penting karena transparansi merupakan fondasi awal hubungan antara konsumen dengan Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) (<https://ojk.go.id/> diakses 12 Februari 2024). Transparansi dan keterbukaan informasi produk dan layanan jasa keuangan tidak hanya bermanfaat untuk masyarakat, akan tetapi juga bermanfaat untuk Pelaku Jasa Keuangan. Transparansi dan keterbukaan informasi akan membantu masyarakat dalam menentukan pilihan produk dan layanan keuangan yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan (<https://www.ojk.go.id/> diakses 12 Februari 2024). Sedangkan, untuk Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK), keterbukaan informasi dapat menjadi faktor pendorong untuk meningkatkan kompetisi di antara PUJK dalam menawarkan kualitas produk dan layanan jasa keuangan yang lebih baik (<https://www.ojk.go.id/> diakses 12 Februari 2024) dan (Ahimsa, 2022).

Hadirnya layanan *m-banking* yang mampu mengikuti tren digitalisasi dalam menyesuaikan kebutuhan nasabah bank dengan tujuan agar mempermudah dan mempercepat kegiatan transaksi para nasabah. Namun hal ini juga akan menimbulkan resiko salah satunya adalah pencurian data pribadi nasabah (Sari et al., 2021). Perlindungan data pribadi dan kebocoran data konsumen merupakan tantangan bagi perbankan saat ini (Tantrinesia et al., 2023). Ada banyak hal yang perlu dibenahi dan dikembangkan agar selanjutnya layanan ini dapat akan selalu dapat diandalkan dengan memberikan rasa aman dan nyaman bagi penggunanya. (Amihisa et al., 2020; Kiki Lestari, 2022). Nasabah perlu mendapatkan perlindungan hukum dari pihak bank karena hal tersebut merupakan bentuk kepastian yang diberikan kepada konsumen perbankan (Ariningsih et al., 2023).

Penelitian yang meninjau tentang perlindungan konsumen kaitannya dalam transparansi penggunaan *m-banking*. Hal ini didasarkan pada POJK No. 22 Tahun 2023 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan. Artikel ini ingin mengkaji apakah perusahaan perbankan dalam penelitian ini telah menerapkan regulasi tersebut dan telah dirasakan oleh nasabahnya. Gap penelitian pada topik ini adalah mayoritas yang sudah dilakukan tentang kajian teoritis dan yuridis, belum ada yang meneliti langsung dampaknya pada responden. Hal ini menjadi celah dan keunikan tersendiri bagi penelitian kami. Kami berharap hasil kajian ini akan memperkaya pengetahuan yang berhubungan dengan transparansi informasi di sektor jasa keuangan terutama pada penggunaan *m-banking*.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

a. Tata Kelola Perusahaan/Good Corporate Governance (GCG)

Penerapan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) telah menjadi suatu keharusan di sektor perbankan. Hal ini dikarenakan peran bank sebagai lembaga intermediasi keuangan yang sangat krusial bagi perekonomian dan pembangunan nasional. Oleh karena itu aset utama bank yang berupa kepercayaan masyarakat harus dijaga. Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG) (2006) merumuskan asas GCG yaitu transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi serta kewajaran dan kesetaraan diperlukan untuk mencapai kesinambungan usaha (*sustainability*) perusahaan dengan memperhatikan pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Transparansi menjadi hal yang penting bagi perusahaan publik karena terkait dengan *good corporate governance* (GCG) (Syofyan, 2021). Dalam hal ini tansparansi informasi kepada nasabah yang dimaksud adalah berupa penyampaian mengenai informasi apa saja yang harus diketahui oleh nasabah mengenai suatu produk. Informasi yang harus diketahui nasabah pada produk tidak hanya pada saat nasabah tersebut telah memilih untuk membeli atau mengikuti salah satu produknya tetapi penyampaian informasi yang transparan harus secara jelas disampaikan oleh pihak bank sebelum dilakukannya persetujuan pembelian atau keikutsertaan nasabah atas suatu produk.

Keterbukaan informasi publik yang ideal di perbankan dimaknai sebagai keselarasan antara kepentingan publik akan akses informasi dengan perlindungan usaha bank. Salah satu upaya yang strategis dalam menjaga keselarasan tersebut adalah penerbitan peraturan pelaksana dari Undang – Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik khusus perbankan oleh Otoritas Jasa Keuangan yang berbasiskan pada Penerapan Tata Kelola Pemerintahan Yang Baik (*Good Corporate Governance*) dan Penerapan Manajemen Risiko (*Risk Management*) pada setiap proses bisnis pelaksanaan keterbukaan informasi public (Irianto & Ispriyarso, 2016).

Permasalahan antara nasabah dengan bank seringkali diawali karena ketidakseimbangan informasi atas produk bank yang ditransaksikan. Oleh karena itu, tidak jarang timbul perselisihan antara bank dengan nasabah yang disebabkan karena adanya kesenjangan informasi mengenai karakteristik produk bank yang ditawarkan bank kepada nasabah. Akibatnya, hak-hak nasabah untuk mendapatkan informasi yang lengkap, akurat, terkini, dan

utuh menjadi tidak terpenuhi. Sehingga diperlukan adanya transparansi informasi mengenai produk bank untuk meningkatkan *good governance* di sektor perbankan.

b. Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan

Di sektor jasa keuangan, kelengkapan dan kebenaran informasi menjadi salah satu faktor penting bagi konsumen sebelum menentukan sikap dalam membeli atau menggunakan suatu produk dan/atau jasa keuangan. Jika informasi tidak disampaikan secara lengkap dan benar maka konsumen tidak dapat memastikan apakah produk dan/atau jasa keuangan yang dimanfaatkan telah sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Peran OJK dalam hal perlindungan nasabah adalah dalam bentuk pelayanan pengaduan konsumen yang meliputi penyiapan perangkat yang memadai, membuat mekanisme pengaduan konsumen, dan memfasilitasi penyelesaian pengaduan.

Sesuai dengan POJK No. 22 Tahun 2023 Pasal 3 Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di sektor jasa keuangan menerapkan prinsip sebagai berikut:

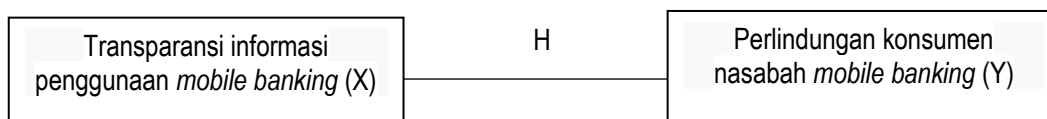
- [1] edukasi yang memadai;
- [2] keterbukaan dan transparansi informasi produk dan/atau layanan;
- [3] perlakuan yang adil dan perilaku bisnis yang bertanggung jawab;
- [4] perlindungan aset, privasi, dan data Konsumen;
- [5] penanganan Pengaduan dan penyelesaian Sengketa yang efektif dan efisien;
- [6] penegakan kepatuhan; dan
- [7] persaingan yang sehat.

c. *Mobile Banking*

Mobile Banking, biasa disingkat dengan m-Banking, merupakan transaksi perbankan melalui media handphone baik dalam bentuk aplikasi m-Banking atau aplikasi bawaan operator seluler (<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/> diakses 4 Februari 2024). *Mobile banking* adalah langkah awal evolusi bank menjadi *financial service provider* (FSP). Pada era digital saat ini mayoritas orang sudah menggunakan m-Banking untuk berbagai aktivitas keseharian karena banyaknya kemudahan dan berbagai layanan yang diberikan dalam *one stop access*.

Penulis merangkum beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan bagi kajian kami diantara adalah Irianto & Ispriyarso (2016) yang meneliti tentang praktik keterbukaan informasi kepada publik secara parsial sebelum diterbitkan Undang – Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik. Produk hukum keterbukaan informasi publik ini bertentangan dengan prinsip etika dalam perbankan (khususnya keterbatasan pemberian keterangan) dan produk hukum lainnya. Nurdin, (2018) merupakan penelitian normatif tentang hukum perlindungan konsumen sebagaimana terdapat dalam UUPK. Hasil penelitian menunjukkan peraturan perundang-undangan di sektor perbankan secara umum sudah sesuai dengan pengaturan tentang perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam UUPK. Sari Permata (2020) mengkaji tentang pentingnya pengetahuan tentang perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan. Christpratama et al., (2020) membuktikan pengaruh sistem hukum, perkembangan ekonomi, inflasi, faktor budaya, ukuran dewan direksi, proporsi direktur independen, dan konsentrasi kepemilikan terhadap tingkat pengungkapan pada tiga negara yaitu Indonesia, Singapura dan Thailand, sedangkan Syafitri, (2021) mengkaji tentang tanggung jawab Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada saat terjadi sengketa pada sektor jasa keuangan. Hanya penelitian Ahimsa, (2022) yang lebih mendekati topik, yaitu menggali lebih dalam tentang transparansi informasi prinsip mengenai produk keuangan dan/atau jasa, berdasarkan peraturan dalam negeri dan praktik terbaik internasional. Maka berdasarkan uraian temuan dan teori melalui kajian pendahuluan, kami menyusun hipotesis seperti di bawah ini

H: Transparansi informasi penggunaan *mobile banking* berpengaruh terhadap perlindungan konsumen nasabah *mobile banking*



Gambar 3. Hipotesis

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pengguna aplikasi *mobile banking (m-banking)* BCA atau disebut dengan *BCA Mobile* dengan jumlah anggota populasi tidak diketahui. Penulis menggunakan rumus *unknown population* (Zahrowati dan Suparwati, 2018). Rumus ini digunakan untuk sample yang tidak diketahui populasinya dengan tingkat kesalahan 5% dan tingkat kepercayaan 95%. Perhitungan sampel sebagai berikut:

$$n = \left(\frac{Z\alpha \cdot \sigma}{e} \right)^2 \quad (1)$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
- Z α = Derajat koefisien 1,96
- σ = Standar deviasi 0,25
- e = Standar error 5% = 0,05

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus *unknown population*, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \left(\frac{1,96 \times 0,25}{0,05} \right)^2$$

$$n = 96,04 = 96 \text{ (dibulatkan)}$$

Dengan demikian, sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Namun karena peneliti ingin melihat dampak yang lebih merata, maka sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Selanjutnya teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel pada penelitian ini ialah teknik probabilitas dengan cara *random sampling*, sehingga semua populasi berpeluang untuk dijadikan sampel.

Dalam penyebaran kuesioner (angket) untuk mengumpulkan data, peneliti menyebar kuesioner secara *online* dengan media *Google Form* melalui *group Whatsapp* kepada responden. Selain itu penulis juga menyebar kuesioner kepada setiap pengguna aplikasi BCA Mobile secara *offline*. Penulis melakukan pengecekan hasil kuesioner dan melakukan tabulasi untuk jawaban dari responden yang memenuhi kriteria yang telah ditemukan sebelumnya. Penyebaran kuesioner dilakukan beberapa kali sampai diperoleh jawaban sebanyak yang ditentukan (100 jawaban). Uji validitas dan reliabilitas telah dilakukan sebagai *trial and error* sebelum kuesioner benar-benar disebarkan ke responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dan regresi linier.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan 14 item pertanyaan yang terdiri dari pertanyaan mengenai transparansi informasi mengenai penggunaan produk dan data pribadi nasabah, serta pertanyaan mengenai perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan, yang dalam penelitian ini adalah pengguna BCA Mobile. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, didapatkan hasil bahwa seluruh item pertanyaan dari setiap variabel memiliki r hitung lebih besar dari r-tabel sehingga keseluruhan item pertanyaan yang diajukan kepada responden dinyatakan valid dan mampu mengukur variabel dalam penelitian ini. Selain itu, setiap variabel juga memiliki nilai *Cornbach's Alpha* lebih dari 0,6 sehingga alat ukur dapat dinyatakan reliabel dan memiliki konsistensi yang tinggi.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel Hasil Uji Hipotesis

Variabel	t	Sig	F	Sig	R Square
(Constant)	3,200	0,002	96,310	0,000	0,498
Transparansi Informasi	9,814	0,000			

Sumber: Data diolah, 2024

Dari pengujian hipotesis yaitu uji T, uji F, dan koefisien determinasi dan koefisien determinasi. Maka dapat disimpulkan bahwa untuk uji T menghasilkan nilai T Hitung variabel X sebesar 9,814 yakni lebih besar dari nilai T Tabel (1,987), dimana hasil tersebut membuktikan bahwa pengajuan kedua hipotesis parsial dapat diterima. Selanjutnya pada uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari *alpha* 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis untuk pengaruh simultan dapat diterima. Lalu untuk uji hipotesis koefisien determinasi, pengujian ini melihat nilai *R-Square* yang dihasilkan yakni 0,498 atau 49,8%. Nilai tersebut mengartikan bahwa transparansi informasi penggunaan *mobile banking* memiliki sebesar 49,8% terhadap perlindungan konsumen pengguna *mobile banking*.

Pengaruh Transparansi Informasi terhadap Perlindungan Konsumen

Tabel Hasil Uji Regresi

Variabel	Coefficients	
	Unstandardized B	Std. Error
(Constant)	7,176	2,243
Transparansi Informasi	0,749	0,076

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil penelitian, dibentuklah persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 7,176 + 0,749X + e \quad (2)$$

Transparansi Informasi memiliki nilai koefisien B positif sebesar 0,706 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa transparansi informasi penggunaan aplikasi *BCA Mobile* (X) mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap perlindungan konsumen (Y).

Adapun transparansi informasi ini mencakup tidak hanya mengenai produk bank tetapi termasuk dengan transparansi informasi mengenai penggunaan data pribadi nasabah. Hasil yang positif dan signifikan ini menunjukkan bahwa *BCA Mobile* telah memberikan informasi mengenai produk bank secara transparan dan mudah diakses kapanpun dan dimanapun. Nasabah juga mengetahui dan memahami risiko, standar dan ketentuan yang berlaku pada beberapa produk yang ditawarkan di aplikasi *BCA Mobile*. Tersedianya informasi yang lengkap dan transparan ini tentunya akan meningkatkan perlindungan yang dirasakan oleh konsumen. Selain itu, transparansi mengenai penggunaan data pribadi nasabah berupa identitas diperlukan oleh pihak bank dalam rangka untuk kepentingan transaksi keuangan dengan pihak bank. Sebagai contoh, sebelum mengunduh aplikasi *BCA Mobile*, nasabah akan diwajibkan untuk mengisi kolom persetujuan tertulis mengenai tujuan dan konsekuensi dari pemberian dan atau penyebaran data pribadi nasabah bagi pihak bank sehingga nasabah mengetahui bahwa data pribadi nasabah telah dipergunakan sebagaimana mestinya. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah telah mendapatkan hak perlindungan dari pihak bank sesuai dengan regulasi yang berlaku.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah transparansi informasi penggunaan *mobile banking* dengan nasabah *BCA Mobile* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap perlindungan konsumen pengguna *mobile banking* dengan nasabah *BCA Mobile*. Hal tersebut mengindikasikan bahwa *BCA Mobile* telah menerapkan transparansi informasi pada produk perbankannya maupun penggunaan data nasabah sehingga mampu mengoptimalkan perlindungan konsumen khususnya pada hak hak nasabah yang berhubungan dengan transaksi dengan pihak bank.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Penulis mengungkapkan penerimaan dukungan finansial berikut untuk penelitian, kepenulisan, dan/atau publikasi artikel ini: Karya ini didukung oleh Politeknik Negeri Jakarta [Nomor Surat Perjanjian Kerja: 270/PL3.A.10/PT.00.06/2024 , 25 April 2024].

REFERENSI

- Adiwijaya, I. G. B. P. (2018). Kemudahan Penggunaan, Tingkat Keberhasilan Transaksi, Kemampuan Sistem Teknologi, Kepercayaan dan Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(3), 135–153.
- Ahimsa, T. (2022). *TRANSPARANSI INFORMASI SEBAGAI BENTUK PERLINDUNGAN KONSUMEN DI SEKTOR JASA KEUANGAN*: 13(April), 65–91.
- Anataya, A., Faizal, A., Bakri, R. A., Amanda, S., & Hidayah, N. (2023). Digital Banking: Permudah Akses Layanan Perbankan Di Masa Pandemi. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi (JIMBE)*, 1(1), 25–28. <https://doi.org/10.59971/jimbe.v1i1.5>
- Christpratama, A. S., Suganda, T. R., & Oktariani, F. (2020). Transparansi Informasi Perusahaan Pada Bursa Efek Indonesia, Singapura, Dan Thailand. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 22(2), 167–178. <https://doi.org/10.34208/jba.v22i2.736>
- Damayanti Ariningsih, N., Bayu Pamungkas, Z., Indah Lestari, T., Pinang Raya No, J., Grogol, K., Sukohajo, K., & Tengah Kode Pos, J. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Perbankan. *Seminar Nasional & Call For Paper Hubisintek*, 08, 487–496.

- Iqbal, J., Heriyani, H., & Urrahmah, I. (2021). Pengaruh Kemudahan dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Global Financial Accounting Journal*, 5(2), 25. <https://doi.org/10.37253/gfa.v5i2.6001>
- Irianto, P. S., & Ispriyarso, B. (2016). Keterbukaan Informasi Publik Di Perbankan. *Law Reform*, 12(2), 240. <https://doi.org/10.14710/lr.v12i2.15877>
- Kiki Lestari. (2022). Literature Review Determinasi Volume Transaksi Di Masa Pandemi Covid 19: Strategi, Teknologi Dan Mobile Banking. *Literature Review Determinasi Volume Transaksi Dimasa Pandemi Covid 19: Strategi, Teknologi Dan Mobile Banking*, 3(3), 1–9. <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/888/580>
- Lubis, D. yanti, & Lukman, S. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking. *JEKSya Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, vol.2(2), 443–456.
- Muslim, A. (2022). Memahami Karakteristik Pengguna Internet Banking: Resiliensi Sektor Perbankan di Era Pandemi COVID-19 (Studi Kasus di Jawa Timur). *Buletin Riset Kebijakan Perbankan*, 3(2), 99–108.
- Nurdin, A. R. (2018). Kajian Peraturan Perlindungan Konsumen Di Sektor Perbankan. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 48(2), 299. <https://doi.org/10.21143/jhp.vol48.no2.1665>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Strategi Perlindungan Konsumen Keuangan Tahun 2013-2027*. 5–7. [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Perlindungan-Konsumen-Keuangan-Tahun-2013-2027/Strategi Perlindungan Konsumen Keuangan \(SPKK\).pdf](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Perlindungan-Konsumen-Keuangan-Tahun-2013-2027/Strategi%20Perlindungan%20Konsumen%20Keuangan%20(SPKK).pdf)
- Rahim Amihsa, A. R., Saferian, E., & Syahrir, S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Payment Di Indonesia. *INTELEKTIVA: Jurnal Ekonomi, Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 1–16. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/306>
- Sari, D. M., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Fitur-Fitur Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 170.
- Sari Permata, I. (2020). Perlindungan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan Perbankan. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 1(2), 122–129. <https://doi.org/10.35814/suluh.v1i2.1234>
- Syafitri, I. (2021). Perlindungan Konsumen Industri Asuransi Oleh Otoritas Jasa Keuangan. *Juripol*, 4(2), 307–319. <https://doi.org/10.33395/juripol.v4i2.11156>
- Syofyan, E. (2021). *Good Corporate Governance (GCG)*. [http://repository.unp.ac.id/38387/1/EFRIZAL SYOFYAN Good Corporate Governance.pdf](http://repository.unp.ac.id/38387/1/EFRIZAL%20SYOFYAN%20Good%20Corporate%20Governance.pdf)
- Tantrinesia, M., Amelia, L. F., & Sidarwaya, H. A. (2023). Pengaruh M-banking Terhadap Pola Belanja Masyarakat di Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional*, 24–38.
- Vianto, J., & Arifin, A. Z. (2024). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI INTENSI PENGGUNAAN MOBILE BANKING. 8(2), 299–312.
- 1) <https://www.bankmandiri.co.id/en/press-detail?primaryKey=61437798&backUrl=/press> “Makroekonomi Nasional Sangat Kondusif, Dukung Kinerja Keuangan Kinclong Bank Mandiri” diakses 29 Januari 2024 pukul 18.01WIB
 - 2) <https://bankmandiri.co.id/en/livin>, “Ini Cerita Tentang Livin’ by Mandiri”, diakses 12 Februari 2024 pukul 13.00WIB
 - 3) <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Siaran-Pers-OJK-Dorong-Peningkatan-Transparansi-dan-Keterbukaan-Info-Produk-dan-Layanan-Jasa-Keuangan.aspx> “Siaran Pers Ojk Dorong Peningkatan Transparansi Dan Keterbukaan Informasi Produk Dan Layanan Jasa Keuangan”, diakses 12 Februari 2024 pukul 13.35WIB
 - 4) <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/OJK-Menerbitkan-Pedoman-Standar-Ringkasan-Info-Produk-dan-Layanan-Sektor-Jasa-Keuangan.aspx>, “OJK Menerbitkan Pedoman Standar Ringkasan Informasi Produk dan Layanan Sektor Jasa Keuangan”, diakses 12 Februari 2024 pukul 13.45WIB
 - 5) <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/Default.aspx#Nasional-Provinsi> diakses 7 Oktober 2024 pukul 15.40WIB
 - 6) <https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/cerita-bi/Pages/Pandemi-Pendorong-Digitalisasi.aspx> diakses 7 Oktober 2024 pukul 17.00WIB
 - 7) <https://www.indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-cashless> diakses 7 Oktober 2024 pukul 18.16WIB
 - 8) Undang – Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik
 - 9) Peraturan BI No. 7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi

Nasabah

- 10) POJK No. 6 /POJK.07/2022 Tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan
- 11) POJK No. 22 Tahun 2023 Tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan