

Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Manfaat Dan Kepercayaan Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bsi Mobile Palopo

Megasari¹, Nila Kartika Putri²

¹²Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

megasari@iainpalopo.ac.id¹, nilakartikaputri0101@iainpalopo.ac.id²

Abstract

This study aims to analyze the perceptions that determine customer interest in using BSI Mobile at Bank Syariah Indonesia. This type of research is a descriptive quantitative study with a population of all customers using BSI Mobile at BSI KCP Palopo Ratulangi with a sample of 201 respondents using the slovin formula. The data analysis technique used is multiple linear regression with hypothesis testing using the t test, F test and the coefficient of determination test (R²). The results of data analysis with the t test show that partially the variables perceived ease of use (X1), perceived convenience (X2), perceived benefits (X3) and perceived trust (X4) have a significant effect on customer interest (Y) using BSI Mobile at BSI KCP Palopo Ratulangi. This can be seen from the perceived ease of use (X1) with a $t_{count} (4.947) > t_{table} (1.972)$ and a probability value of $0.000 < 0.05$; perceived comfort (X2) with a $t_{count} (3.123) > t_{table} (1.972)$ and a probability value of $0.002 < 0.05$; perceived usefulness (X3) with a $t_{count} (2.538) > t_{table} (1.972)$ and a probability value of $0.002 < 0.05$; and perceptions of trust with $t_{count} (3,850) > t_{table} (1,972)$. The results of the F test also show that the four perception variables simultaneously influence customer interest in using BSI Mobile with a probability value of $0.000 < 0.05$. Meanwhile, the coefficient of determination (R²) of 0.479 indicates that 47.9% of variations in customer interest in using BSI Mobile can be explained by perceptions of ease of use, convenience, benefits and trust, while the remaining 52.1% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: Convenience, Comfort, Benefits, Trust and Interest.

PENDAHULUAN

Mobile Banking merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui handphone. Dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *subscriber identity module card* (SIM Card) atau biasa dikenal menu dengan layanan data atau SIM *toolkit* (Skripsi Dara Saputri, 2017). Dalam bank syariah, *mobile banking* dikenal dengan *BSI Mobile*. *BSI Mobile* merupakan fasilitas mobile banking BSI bagi para nasabahnya. *BSI Mobile* memiliki akses ke rekening tabungan nasabah sehingga dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi secara online. *BSI Mobile* merupakan layanan bank syariah yang di sediakan oleh perbankan syariah untuk nasabah dalam memudahkan nasabah bertransaksi kapan saja dan di mana saja tanpa harus ke kantor cabang terdekat, melainkan melalui media ponsel *BSI Mobile* dapat hadir dan membantu nasabah dalam bertransaksi. Adapun layanan pada *BSI Mobile* meliputi transaksi *financial* dan non *financial*, transfer dana, cek saldo, pembayaran tagihan dan berbagai fitur-fitur lain dalam memudahkan nasabah untuk bertransaksi melalui telepon seluler. Fasilitas layanan ini dapat menjawab berbagai tuntutan nasabah yang menginginkan layanan secara cepat, tepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat melalui penggunaan *gadget*. Salah satu inovasi terbaru yang telah diberikan Bank Syariah Indonesia pasca *merger* adalah menghadirkan aplikasi *BSI Mobile*, dimana aplikasi ini memudahkan nasabah dapat menarik uang melalui *outlet-outlet* (supermarket) maupun mesin ATM tanpa perlu membawa kartu ATM, dapat membayar pajak, listrik hingga dapat mengambil pinjaman atau pembiayaan melalui *BSI Mobile*. Berdasarkan hasil observasi yang telah di lakukan di BSI KCP Palopo Ratulangi bahwa berkisar 15.400 pengguna *BSI Mobile* setelah *merger*. Aplikasi ini dapat diakses kapan pun dan dimana

pun melalui ponsel, baik *android* maupun *iOS*. Selain itu *android* maupun *iOS* banyak diminati oleh kalangan masyarakat.

Minat adalah ketertarikan perasaan seseorang terhadap suatu objek. Minat merupakan aspek pribadi individu yang juga perlu dikenali dan dipahami oleh mahasiswa. Minat merupakan suatu keinginan yang tidak dapat dipaksakan oleh siapapun untuk melakukan apa yang disukainya . Menurut Gaspers dalam penelitian Nisa Ayu Purwati (2018) faktor yang mempengaruhi minat terdiri dari persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, persepsi kenyamanan dan persepsi risiko. Sedangkan menurut penelitian Dede Dzurotun Nisa dkk (2013) tentang ketersediaan fitur, kenyamanan, kemampuan akses yang merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*.

Meningkatnya minat terhadap penggunaan *BSI Mobile* khususnya dikalangan masyarakat berdampak pada meningkatnya jumlah nasabah bank syariah. Tidak dipungkiri bahwa masyarakat merupakan salah satu golongan yang sebagian besar menggunakan jasa perbankan, dalam hal ini termasuk nasabah BSI Ratulangi kota Palopo yang menggunakan jasa perbankan dengan menggunakan *smartphone* yakni *BSI Mobile*. Sehingga banyak manfaat yang diperoleh nasabah dalam layanan *BSI Mobile* dan mempermudah dalam melakukan transaksi seperti *BSI Mobile* memudahkan dalam melakukan transaksi, melakukan pembayaran zakat, melakukan pembayaran dan lain-lain.

Dari beberapa penjelasan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Manfaat dan Kepercayaan yang Mempengaruhi Minat Menggunakan BSI Mobile (Studi Kasus Nasabah BSI KCP Palopo Ratulangi)”.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang di dalam usulan penelitian, proses hipotesis, turun ke lapangan, analisis data sampai dengan penulisannya mempergunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik, dan hasil dari analisis ini disajikan kedalam bentuk angka yang kemudian akan dijelaskan sesuai hasil yang diperoleh melalui SPSS (Misbahuddin, 2013:33). Populasi pada penelitian ini adalah berkisar 15.400 nasabah yang menggunakan BSI Mobile di BSI KCP Palopo Ratulangi.

Besar kecilnya populasi dihitung dengan memakai rumus slovin, dengan batasan kekeliruan senilai 7% (prestasi). Berikut ini adalah cara penyelesaiannya:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\n &= \frac{15.400}{1+15.400(0,07)^2} \\n &= \frac{15.400}{1+15.400 (0,0049)} \\n &= \frac{15.400}{1+75,46} \\&= \frac{15.400}{76,46} \\&= 201,42\end{aligned}$$

Dari hasil tersebut sebagaimana dapat dilihat bahwa sampel yang akan diteliti sebanyak 201 nasabah, yang dipilih secara acak di wilayah BSI KCP Palopo Ratulangi. Kemudian untuk membuktikan nilai kuesioner untuk setiap pernyataan dapat digunakan skala likert dan pengelolaan data menggunakan alat analisis regresi linear berganda, dengan program SPSS versi 20. Sebelum menganalisis data tersebut peneliti menguji data-data seperti uji instrument, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji

multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji regresi linear berganda, uji hipotesis, uji simultan, serta uji koefisien determinasi. Adapun rumus analisis regresi linear berganda untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas yaitu persepsi kemudahan penggunaan, kenyamanan, manfaat dan kepercayaan (X), terhadap variabel terikat yakni minat nasabah menggunakan *BSI Mobile* (Y) diantaranya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (minat menggunakan *BSI mobile*)
X1 = Variabel bebas pertama (kemudahan penggunaan)
X2 = Variabel bebas kedua (kenyamanan)
X3 = Variabel bebas ketiga (manfaat)
X4 = Variabel bebas keempat (kepercayaan)
a = Konstanta
b = Koefisien regresi yang memperlihatkan perubahan naik atau turunnya variabel independen (variabel bebas). X1, X2, X3, X4, e
e = error (Djarwanto dan Pangestu Subagyo, 1985:309).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji validitas $r_{hitung} > r_{tabel}$ variabel bebas dan terikat dinyatakan valid, kemudian reliabilitas pada tabel dikolom *Cronbach's Alpha* variabelnya teruji reliable karena $>$ dari 0,60. Adapun uji asumsi klasik yaitu, pada uji normalitas hasil uji normalitas pada one-sampel *Kolmogrov-smirnov* memiliki nilai signifikansi $0,922 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan berdistribusi normal.

Pada uji multikolineritas nilai VIF keempat variabel tersebut kurang dari 10, dan nilai tolerance dari keempat variabel tersebut lebih besar dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolineritas antar variabel.

Adapun hasil uji hipotesis yang dilakukan dengan uji t dari pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kenyamanan, manfaat dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *BSI Mobile* dapat dilihat melalui tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	5.096	2.925		1.742	.083
1	Kemudahan	.315	.064	.323	4.947	.000
	Kenyamanan	.217	.069	.207	3.123	.002
	Manfaat	.198	.071	.180	2.538	.002
	Kepercayaan	.256	.066	.267	3.850	.001

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: diolah menggunakan SPSS 20

Sesuai dengan tabel pada regresi linear sederhana diatas, t_{hitung} pada persepsi kemudahan penggunaan sebesar 4,947 dengan nilai sig. 0.000, kenyamanan sebesar 3,123 dengan nilai sig. 0.002,, manfaat sebesar 2,538 dengan nilai sig. 0.002 dan kepercayaan sebesar 3,850 dengan nilai sig. 0.001. Masing-masing nilai t hitung tersebut dibandingkan dengan nilai t table pada derajat bebas $(df1) = k - 1 = 5 - 1 = 4$ dan $(df2) = n - k = 201 - 5 = 196$, maka diperoleh nilai t table yaitu 1.972 .

Karena nilai t hitung dari ke empat variable bebas lebih besar dari nilai t table dan nilai probabilitas (sig.) lebih kecil dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, persepsi manfaat dan persepsi kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan *BSI Mobile* di BSI KCP Palopo Ratulangi.

Dari table 1 dapat dirumuskan model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,096 + 0,315X1 + 0,217X2 + 0,198X3 + 0,256X4 + e$$

dengan Y = minat menggunakan BSI mobile

X1 = Persepsi kemudahan

X2 = Persepsi kenyamanan

X3 = persepsi manfaat

X4 = persepsi kepercayaan

Koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan (X1) sebesar 0,315 berarti bahwa kenaikan satu satuan persepsi kemudahan penggunaan maka akan meningkatkan minat sebesar 0,315 satuan atau sebesar 31,5%. Koefisien regresi variabel persepsi kenyamanan (X2) sebesar 0,217 menyatakan bahwa kenaikan satu satuan persepsi kenyamanan akan meningkatkan minat sebesar 0,217 satuan atau sebesar 21,7%. Koefisien regresi variabel persepsi manfaat (X3) sebesar 0,198 menyatakan bahwa kenaikan satu satuan persepsi manfaat akan meningkatkan minat sebesar 0,198 satuan atau sebesar 19,8%. Koefisien regresi variabel persepsi kepercayaan (X4) sebesar 0,256 menyatakan bahwa kenaikan satu satuan persepsi kepercayaan akan meningkatkan minat sebesar 0,256 satuan atau sebesar 25,6%.

Semua koefisien bernilai positif menunjukkan keempat variable persepsi berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *BSI mobile*. Semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan, kenyamanan, manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *BSI mobile*

Tabel 2 Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	163.732	4	40.933	10.638	.000 ^b
Residual	754.148	196	3.848		
Total	917.881	200			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Manfaat, Kemudahan, Kenyamanan

Sumber: diolah menggunakan SPSS 20

Berdasarkan tabel 2, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 10.638 sedangkan F_{tabel} 2,420. Nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau $10.638 > 2,420$ dan taraf signifikan adalah $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keempat variabel tersebut yakni persepsi kemudahan penggunaan, kenyamanan, manfaat dan kepercayaan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *BSI Mobile*.

Tabel 3. Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.692 ^a	.479	.454	1.655

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Manfaat, Kemudahan, Kenyamanan

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: diolah menggunakan SPSS 20

Berdasarkan tabel 2. tersebut diperoleh nilai koef determinasi R^2 sebesar 47,9% hal ini menunjukkan bahwa 47,9% variasi minat nasabah menggunakan *BSI Mobile* dapat dijelaskan oleh persepsi kemudahan penggunaan, kenyamanan,

manfaat dan kepercayaan sedangkan 52,1% sisanya dijelaskan oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

. Sehingga nilai R^2 (47,9%) itu merupakan variabel X (persepsi kemudahan penggunaan, kenyamanan, manfaat dan kepercayaan) yang mampu menjelaskan variabel Y (minat). Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai square berada pada tingkatan cukup berarti, sesuai dengan nilai R yang menjadi patokan yakni $0,40 < R \leq 0,70$ yang berarti korelasi yang cukup berarti atau sedang.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Risma (2021) yang mengemukakan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *BSI Mobile*. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Ismi Fatmala Sarofah (2020) yang mengemukakan bahwa persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *BSI mobile*. Penelitian ini juga sejalan dari hasil uji penelitian Bening Roosma Murti (2019) yang mengemukakan bahwa persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *BSI mobile* di BSI KCP Palopo Ratulangi.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa dalam menggunakan layanan *BSI Mobile* nasabah BSI KCP Palopo Ratulangi percaya dengan menggunakan *BSI Mobile* maka kerahasiaan data pribadi, seperti *PIN* dan saldo bisa tersimpan dengan aman sehingga tidak ada tindakan kejahatan seperti penipuan.

Berdasarkan keefisien regresi diiperoleh bahwa persepsi kemudahan merupakan yang faktor yang dominan mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *BSI mobile* dibandingkan dengan variable persepsi kenyamanan, manfaat, dan kepercayaan. .

KESIMPULAN

persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kenyamanan, persepsi manfaat dan persepsi kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *BSI Mobile*.

Persepsi kemudahan penggunaan, kenyamanan, manfaat dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *BSI Mobile*.

persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kenyamanan, persepsi manfaat dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *BSI Mobile*.

Factor yang paling berpengaruh dominan terhadap minat adalah persepsi kemudahan penggunaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bolon, Nelson Tampu. *Bijak Ber-eBanking*. (Jakarta: OJK. 2015).
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo. *Statistik Induktif*. (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta. 1985).
- Jahja, Yudrik. *Psikologi Perkembangan*. (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. 2011).
- Komaruddin. *Kamus Perbankan*.(Jakarta: Grafindo. 1994)
- Mujahidin, M. (2022). TIME VALUE OF MONEY AND SHARIA LEGITIMACY. *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law*, 7(2), 81-93.
- Mujahidin, M., Fasiha, F., Abdullah, M. R., & Praseta, M. (2022). Income of Micro, Small, And Medium Enterprises With The Presence of A Mini Market In Palopo City, Indonesia. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 257–266. <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v11i2.1940>
- Misbahuddin, dan Iqbal Hasan. *Analisis dengan Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara. 2013).
- Nurastuti, Wiji. *Teknologi Perbankan*. (Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011).
- Ramayulis. *Metodologi Pengajaran Agama Islam*.(Jakarta: Kalam Mulis. 2001).
- Purwati, Nisa Ayu.“*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Kcp Darussalam Banda Aceh*”. Skripsi. (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. 2018).

- Salman, K., & Mujahidin, M. (2022). Studies on Transparency of Financial Statements, Management of Zakat and Attitudes of Amil and Efforts to Increase Muzakki's Trust. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 4(1), 10-22. doi:<https://doi.org/10.24256/kharaj.v4i1.2033>
- Saputri, Dara. "*Pengaruh Kemudahan, Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Pengguna Mobile Banking Pada PT Bank Bri Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang*". Skripsi. (Lampung: Universitas Negeri Islam Raden Intan Lampung. 2017).
- S, Z., S, S., & Mujahidin, M. (2021). Analisis Character, Capacity, Capital, Collateral Dan Condition Dalam Efektivitas Pembiayaan Pada Koperasi Simpan Pinjam Di Kota Palopo. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 3(1), 64-78. doi:<https://doi.org/10.24256/kharaj.v3i1.1980>
- Nisa, Dede Dzurotun. "*Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking Mandiri*". *Jurnal Manajemen*. Vol. 13 No. 1. (November 2013). <https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/143> (14 Desember 2021).
- 123dok. 2017. "*Minat Mahasiswa 2.3.1. Pengertian Minat Mahasiswa*". <https://text-id.123dok.com/document/4yrk7jx7z-minat-mahasiswa-2-3-1-pengertian-minat-mahasiswa.html> (14 Desember 2021).