

Abstract

This study aims to analyze influence of perceived usefulness, ease to use and perceived risk availability of the use of mobile banking PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. This study focused on mobile banking as part of banking. The technique of data collection is in the form of a questionnaire containing statements from 19 indicators with the amount of sample is 100 respondents. The analytical method is used multiple linear regression analysis. These results indicate the perceived usefulness show significant effect on using of mobile banking with the value $0.004 < 0.05$. Ease to use with the value $0.000 < 0.05$ show the significant impact of using a mobile banking. Perceived risk has significant effect on using mobile banking with the significant value $0.038 < 0.05$.

Keywords:

perceived usefulness, ease to use, perceived risk on mobile banking

ANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI MOBILE BANKING PADA NASABAH WANITA KARIR DI BANK RAKYAT INDONESIA CABANG CIPUTAT

Tri Handayani¹, Husnayetti²

¹Mahasiswa S1 Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan

²Dosen Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan

E-mail: yeti_pipit99@yahoo.co.id

INFORMASI ARTIKEL

Dikirim: 23 April 2019

Ditelaah: 23 April 2019

Diterima: 31 Juli 2019

Publikasi daring [*online*]: Juli 2019



Februari 2019, Vol 1 (2): hlm 150-154

Indonesian Journal of Economics Application

©2019 Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan

e-ISSN: 2622-2299

<http://ojs.itb-ad.ac.id/index.php/IJEA>

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini Indonesia telah mengalami perkembangan ekonomi dan teknologi yang sangat pesat. Teknologi dan informasi sudah merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting. Bahkan sebagai tuntutan yang mendesak bagi setiap orang untuk menyelesaikan suatu permasalahan dengan cepat serta meringankan semua pekerjaan. Seiring dengan situasi seperti ini, perkembangan teknologi informasi terutama peranan komputer mendapatkan perhatian yang sangat serius. Teknologi informasi ini berdampak luar biasa dalam dunia perbankan saat ini.

Teknologi informasi juga mendorong dunia perbankan untuk ikut andil dalam memanfaatkan internet. Ini merupakan kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya yaitu tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi, tetapi juga kemudahan serta kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara online tanpa mengharuskan nasabahnya untuk datang dan mengantri di bank atau ATM. Kemudahan serta kenyamanan ini ditawarkan oleh perbankan melalui layanan *mobile banking* (Angela, 2014).

Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. *Mobile banking* atau biasa disebut *m-banking* merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan.

Beberapa model yang dibangun untuk menganalisa dan memahami faktor – faktor yang mempengaruhi diterimanya teknologi computer, diantaranya tercatat dalam berbagai literature dan referensi hasil riset di bidang teknologi informasi adalah seperti *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behaviour* (TPB), dan *Theory Acceptance Model* (TAM). TAM yang pertama kali diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1986 adalah adaptasi dari TRA yang dibuat khusus untuk pemodelan penerimaan penggunaan terhadap system informasi. Menurut Davis tujuan utama TAM adalah untuk memberikan dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. TAM menganggap bahwa 2 keyakinan individual yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy to use*) adalah pengaruh utama untuk perilaku penerimaan komputer (Bhilava, 2010).

Persepsi manfaat dijelaskan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu ukuran dimana penggunaan teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Bukti empiris bahwa persepsi manfaat itu berpengaruh, manfaat yang dirasakan memiliki efek langsung setelah menggunakan *mobile banking* (Tirtana dan Rahmawati, 2016).

Persepsi nasabah terhadap kemudahan penggunaan merupakan suatu tingkat dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami. Persepsi risiko merupakan suatu keadaan *uncertainly* yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara *online*. Namun diharapkan tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko berdampak positif pada minat konsumen untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan. Namun demikian, penelitian yang mengkaji tingkat adaptasi wanita karir terhadap teknologi belum banyak dilakukan, terutama tingkat adaptasinya terhadap teknologi perbankan. Wanita karir adalah wanita yang berkecimpung dalam kegiatan profesi

seperti bidang usaha, perkantoran, dan lain-lain dengan dilandasi oleh pendidikan dan keahlian, keterampilan dan kejujuran yang menjanjikan untuk kemajuan dan jenjang karirnya (Utaminingsih, 2017).

METODE

Desain penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif sebagai metode untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking*, dan analisis faktor untuk mengetahui variabel mana yang lebih dominan dalam penggunaan *mobile banking*.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik penyebaran kuesioner atau angket terhadap responden. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah wanita karir. Tujuan pokok penyusunan kuisisioner adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Dan juga memperoleh informasi yang tingkat kebenaran dan kepercayaannya (*validitas* dan *reabilitas*) tinggi (Naehudin, 2015)

Teknik pengumpulan data yang lain adalah dengan penelitian kepustakaan atau *library research* yaitu dengan cara membaca, mengutip serta mengolah dari sumber data sekunder berupa buku-buku teori, literatur, skripsi, jurnal, majalah atau bulletin, peraturan perundangan, peraturan perusahaan serta *website* yang relevan dengan variabel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari persamaan regresi berganda menunjukkan bahwa variabel kemudahan adalah variabel yang paling mempengaruhi secara signifikan yaitu sebesar 0.345 atau 34.5%. Pengujian hipotesis ditunjukkan untuk menguji ada tidaknya pengaruh dari variabel *independent* secara keseluruhan terhadap variabel *dependent*. Pengujian hipotesis menggunakan uji statistic yaitu Uji F secara bersamaan, uji t secara partial serta uji koefisien determinasi (R^2)

Tabel 1. Hasil Regresi

Variabel	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.637	1.724		0.369	0.713
Pers.manfaat	0.217	0.073	0.275	2.990	0.004
Kemudahan	0.345	0.087	0.370	3.963	0.000
Pers.risiko	0.167	0.079	0.173	2.103	0.038
R			0.637		
R ²			0.405		
F			21.815		
Sig.			0.000		

Sumber: data diolah, 2018

Dalam table 1 diatas menunjukkan bahwa nilai R Square adalah 40.5%. Hal ini berarti bahwa variabel – variabel independen yaitu persepsi manfaat, kemudahan dan persepsi resiko mampu menjelaskan variabel dependen yaitu penggunaan *mobile banking* sebesar 40.5%. Dan selebihnya 59.5% ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian regresi ini.

Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan *Mobile Banking* menjelaskan bahwa variabel persepsi manfaat mempunyai nilai signifikan $0.004 < 0.05$. Hal ini berarti terjadi penerimaan terhadap H_a dan penolakan terhadap H_o sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Dari hasil penelitian dengan analisis faktor ditemukan bahwa dari lima pernyataan yang diteliti dengan proses *factoring* dapat direduksi menjadi satu faktor. Faktor yang terbentuk terdiri dari pernyataan persepsi manfaat yaitu menggunakan *mobile banking* dapat menghemat waktu bertransaksi, menggunakan *mobile banking* dapat membantu produktivitas pengguna dan menggunakan *mobile banking* lebih efektif dibanding harus datang ke bank. Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa variabel manfaat berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

Pengaruh Kemudahan terhadap Penggunaan *Mobile Banking* menyebutkan bahwa variabel kemudahan mempunyai nilai $0.000 < 0.05$. Hal ini berarti menerima H_a atau menolak H_o sehingga disimpulkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile baking* PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Namun dengan menggunakan uji analisis faktor dapat ditemukan bahwa lima pernyataan dari variabel kemudahan proses *factoring* bisa direduksi hanya menjadi satu faktor. Yaitu pengguna akan menggunakan *mobile banking* jika lebih fleksibel dan dapat dilakukan dimana saja, pengguna akan menggunakan *mobile banking* jika mudah dipahami dan dimengerti dan juga ketepatan bertransaksi menggunakan *mobile banking* dirasa sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*. Dari hasil pengujian hipotesis pada persepsi risiko terhadap penggunaan *mobile banking* menunjukkan bahwa signifikansi lebih besar yaitu $0.038 < 0.05$. Hal ini mengandung arti bahwa persepsi risiko memiliki keterkaitan dengan penggunaan *mobile banking*. Seperti risiko financial yang rendah, keamanan data dan sebagainya. Adapun hasil dari penelitian dengan menggunakan analisis faktor pada variabel persepsi risiko, proses *factoring* bisa direduksi hanya menjadi satu faktor. Faktor yang terbentuk terdiri dari dengan menggunakan *mobile banking* memiliki risiko yang rendah, dapat membuat ketergantungan dan juga dikhawatirkan transaksi yang dilakukan tidak berjalan dengan semestinya. Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Hal ini ditunjukkan dengan adanya beberapa persepsi risiko yang diterima oleh nasabah PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil keputusan sebagai berikut:

1. Variabel Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Berarti semakin tinggi persepsi manfaat maka penggunaan *mobile banking* PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk semakin meningkat. Namun dari pernyataan yang telah diteliti dengan menggunakan analisis faktor dapat diketahui pernyataan mana yang lebih berpengaruh dari 5 pernyataan yang diteliti. Diantaranya seperti yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya yang terdiri dari menggunakan *mobile banking* dapat menghemat waktu bertransaksi, menggunakan *mobile banking* dapat membantu produktivitas pengguna dan menggunakan *mobile banking* lebih efektif dibanding harus datang ke bank.
2. Variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Berarti semakin tinggi kemudahan, maka penggunaan *mobile banking* akan semakin meningkat. Dalam uji analisis faktor dapat diketahui pernyataan yang lebih berpengaruh yaitu pengguna akan menggunakan *mobile banking* jika lebih fleksibel dan dapat dilakukan dimana saja, pengguna akan menggunakan *mobile banking* jika mudah dipahami dan dimengerti dan juga ketepatan bertransaksi menggunakan *mobile banking* dirasa sangat baik.
3. Variabel persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Hal ini berarti semakin rendah persepsi risiko yang diterima nasabah maka penggunaan *mobile banking* menjadi meningkat. Dengan menggunakan uji analisis faktor dapat dilihat pernyataan yang lebih berpengaruh pada variabel persepsi risiko. Yaitu terdiri dari dengan menggunakan *mobile banking* memiliki risiko yang rendah, dapat membuat ketergantungan dan juga dikhawatirkan transaksi yang dilakukan tidak berjalan dengan semestinya.
4. Variabel persepsi manfaat, kemudahan dan persepsi risiko secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Hal ini menunjukkan semakin tinggi variabel persepsi manfaat, kemudahan dan persepsi risiko secara bersama-sama maka akan meningkatkan penggunaan *mobile banking* PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

DAFTAR PUSTAKA

- Angela, M., 2014. *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan internet banking pada PT. Bank Rakyat Indonesia Ahmad Yani Makasar*. Skripsi (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin) hal 1-2
- Bhilawa, L., 2010. *Analisis Penerimaan Mobile Banking dengan Pengalaman (Experience) Sebagai Variabel Eksternal dengan menggunakan Pendekatan TAM*. Skripsi, (Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta). Hal-15.
- Utaminingsih, A., 2017. *Gender dan Wanita Karir*. Malang: Tim UB Press