

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Banking Oleh Nasabah Bank BRI di Kota Manado

Gloria Natalia Dendeng
Riane J. Pio
Sofia A. P. Sambul

Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi
Email : Dendenggloria@gmail.com

Abstrak. *This study aims to determine the factors that influence the adoption of mobile banking by BRI bank customers in Manado city. In this study, the variables used were perceived usefulness, perceived ease of use and behavioral intentions. In this study using a quantitative research approach, with a sample of 96 respondents. Collecting data in this study using questionnaire, the data collected will be analyzed in several stages, first test the validity and reliability of the research instrument, test normality and lastly multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that perceptions of usefulness and perceived ease of use simultaneously have a positive effect of 58% on behavioral intentions and the remaining 42% are influenced by other variables not examined in this study.*

Keywords : *Perceived Usefulness ; Perceived Ease Of Use ; Behavioral Intentions*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi mobile banking oleh nasabah bank BRI di kota Manado. Dalam penelitian ini variabel yang dipakai adalah persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan niat perilaku. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, dengan jumlah sampel 96 responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner, data yang terkumpul akan dianalisis dengan beberapa tahap, pertama uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian, uji normalitas dan terakhir analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh positif 58,0% terhadap niat perilaku dan sisanya 42,0% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Persepsi Kemanfaatan ; Persepsi Kemudahan Penggunaan ; Niat Perilaku

Pendahuluan

Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat meminjam uang. Menurut Undang-undang RI nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya. Teknologi saat ini berkembang dengan sangat cepat, sejalan dengan pemanfaatannya di berbagai bidang kehidupan antara lain, kesehatan, perbankan, pendidikan dan lain sebagainya. Melalui perkembangan teknologi telah menjangkau ke berbagai daerah. Contohnya di Indonesia yang merupakan negara kepulauan, pemanfaatan teknologi menjadi sangat dibutuhkan agar informasi dan pengetahuan mampu diserap hingga ke daerah – daerah pelosok. Penerimaan dan penggunaan

teknologi menjadi topik yang sering diteliti dan diinvestigasi di bidang Sistem Informasi (SI) dan Teknologi Informasi. Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi memberikan dampak secara global terhadap perbankan. Salah satu dampaknya adalah pengenalan *Mobile banking*. Melalui *Mobile banking* pihak perbankan berusaha memberikan layanan yang cepat, mudah, nyaman, dimana saja dan kapan saja bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan dengan aman. Perkembangan *mobile banking* terbilang paling cepat. Perkembangan ini hadir karena layanan *M-banking* mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang sangat mengedepankan mobilitas. Dengan satu sentuhan *M-banking* menciptakan kemudahan layanan perbankan yang terbilang cukup kompleks. Bank Rakyat Indonesia atau yang biasa disingkat BRI adalah salah satu bank terbesar dan tertua milik BUMN di Indonesia. BRI didirikan di

purwokerto, jawa tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja pada tanggal 16 desember 1895. Di indonesia pemakaian *mobile banking* oleh nasabah perbankan meningkat signifikan dengan rata-rata peningkatan 135,3% per tahun. Pada tahun 2003 pengguna *mobile banking* baru sekitar 315 ribu orang, namun 4 tahun kemudian (2007) sudah menjadi 8,2 juta orang. Dan pada 2008 diperkirakan meningkat hingga 50% menjadi sekitar 12,32 juta orang. BRI mencatat pengguna BRImo atau BRI *mobile banking* yakni sebanyak 14,14 juta per akhir tahun 2021.

Tinjauan Pustaka Mobile Banking

Mobile Banking atau biasa disebut *M-banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada *handphone*. Melalui adanya *handphone* dan layanan *m-Banking* transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, selain menghemat waktu, *mobile banking* juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan juga bisa lebih memanfaatkan media *handphone* yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis atau bertransaksi.

Menurut OJK : *mobile banking* biasa disingkat *m-banking*, merupakan transaksi perbankan melalui media *handphone* baik dalam bentuk aplikasi atau aplikasi bawaan operator seluler.

Menurut Hutabarat (2010) : *mobile banking* adalah sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti *handphone* dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash.

Persepsi Kemanfaatan

Persepsi kemanfaatan atau *Perceived Usefulness* adalah kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dan percaya bahwa teknologi itu akan membantunya melakukan pekerjaan yang lebih baik. Dalam konteks perbankan persepsi kemanfaatan terkait dalam penggunaan aplikasi *mobile banking* adalah ketika nasabah merasa bahwa dengan menggunakan aplikasi *mobile banking* akan membantu dan meningkatkan efektifitas dalam melakukan transaksi perbankan.

Indikator persepsi kemanfaatan menurut Jogiyanto (2008:152) yaitu:

- 1) Mempercepat Pekerjaan (*Work More Quikly*),
- 2) Meningkatkan Kinerja Pekerjaan (*Job Performance*),
- 3) Menambah Produktifitas (*Increase Productivity*),
- 4) Efektifitas (*Effectiveness*),
- 5) Menjadikan Pekerjaan Lebih Mudah (*Make Job Easier*),
- 6) Bermanfaat (*Useful*).

Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan penggunaan atau *Perceived ease of use* adalah perspektif kemudahan penggunaan yang dapat meyakinkan pengguna bahwasanya teknologi informasi yang akan diaplikasikan adalah suatu hal yang mudah dan bukan merupakan beban bagi pengguna. Dalam konteks perbankan persepsi kemudahan penggunaan terkait dalam penggunaan aplikasi *mobile banking* adalah dimana diharapkan bahwa penggunaan *mobile banking* dapat dilakukan dengan mudah. Davis (1989) dalam bukunya juga menyatakan bahwa perspektif kemudahan pengaplikasian (*perceived ease of use*) merupakan sebuah tingkatan dimana seseorang percaya bahwasanya penggunaan sistem tertentu, mampu mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Indikator persepsi kemudahan penggunaan :

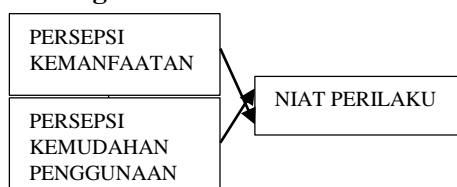
- 1) Mudah untuk dipelajari (*Easy to Learn*),
- 2) Mudah untuk dioperasikan (*Understandable*),
- 3) Fleksibel (*Flexibel*),
- 4) Mudah dikontrol (*Controllable*),
- 5) Mudah untuk digunakan (*Ease of Use*).

Niat Perilaku

Niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking* atau *Behavioral intention to adopt mobile banking* adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989). *Behavioral intention* atau minat perilaku merupakan suatu niat, keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau perilaku tertentu. Seseorang dapat melakukan suatu perilaku atau tindakan tertentu jika memiliki niat. Indikator niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking* :

- 1) Sikap
- 2) Keinginan

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

H1 : Terdapat persepsi kemanfaatan terhadap niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking*.

H2 : Terdapat persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking*.

H3 : Terdapat persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking*.

Metode Penelitian

Penelitian ini berdasarkan pendekatannya merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Sutarna (2016) penelitian kuantitatif berkaitan erat dengan teknik-teknik survai sosial termasuk wawancara terstruktur dan kuesioner yang tersusun, eksperimen, observasi terstruktur, analisis isi, analisis statistik formal dan masih banyak lagi. Populasi dalam penelitian diterapkan dari nasabah Bank BRI yang menggunakan aplikasi Mobile Banking BRImo. Jumlah sampel yang di ambil adalah 96 sampel, teknik pengambilan sample dengan teknik probability sampling. Data yang telah memenuhi syarat untuk dianalisis diolah dengan bantuan program computer SPSSversi IBM 25. Dalam penelitian ini terdapat 9 macam uji data: uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, koefisien korelasi berganda, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis, uji T uji F.

Hasil Penelitian

Uji Validitas

variable	Rata-rata R hitung	R table	ket
Persepsi kemanfaatan	0,779	0,254	valid
Persepsi kemudahan	0,771	0,254	valid
Niat perilaku	0,854	0,254	valid

Berdasarkan hasil uji dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan dari nilai rata-rata r hitung kuesioner variabel independen (persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan) dan variabel dependen (niat perilaku) semua

Koefisien Korelasi Berganda

Correlations

		Persepsi Kemanfaatan	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Niat Perilaku
Persepsi Kemanfaatan	Pearson Correlation	1	.841**	.718**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	96	96	96
Persepsi Kemudahan Penggunaan	Pearson Correlation	.841**	1	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	96	96	96
Niat Perilaku	Pearson Correlation	.718**	.750**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	96	96	96

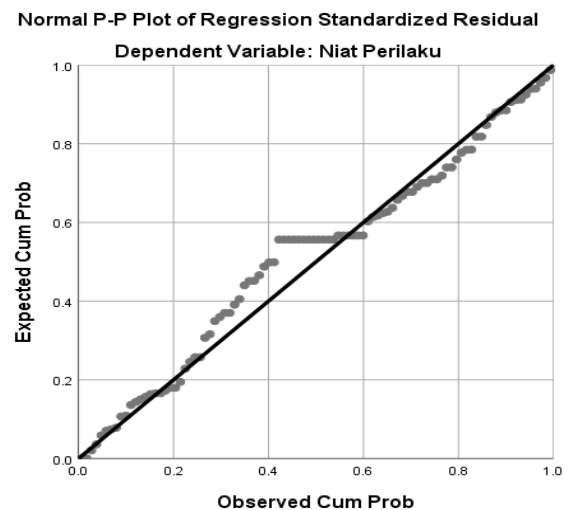
dinyatakan valid, karena sesuai dengan teknik pengambilan keputusan $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, sehingga semua item tersebut dapat dijadikan sebagai alat pengumpulan data.

Uji Reliabilitas

variabel	Item pernyataan	Corbach's alpha	ket
Persepsi kemanfaatan	5	0,847	reliabel
Persepsi kemudahan	5	0,867	reliabel
Niat perilaku	3	0,855	reliabel

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui variabel X dan Y dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya, karena sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan bahwa instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,6.

Uji Normalitas



Berdasarkan hasil di atas terlihat bahwa titik-titik atau data berada di dekat atau mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi secara normal.

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil di atas terlihat bahwa nilai *person correlation* persepsi kemanfaatan adalah 0,718 maka didapatkan hasil bahwa tingkat derajat hubungan antara persepsi kemanfaatan dan niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking* berada ditingkat yang kuat dan nilai *pearson correlation* persepsi kemudahan penggunaan adalah 0,750 maka didapatkan hasil bahwa tingkat derajat hubungan antara persepsi kemanfaatan dengan niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking* berada ditingkat yang kuat.

Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.057	1.072		-.053	.958
Persepsi Kemanfaatan	.226	.094	.296	2.412	.018
Persepsi Kemudahan Penggunaan	.366	.090	.502	4.088	.000

a. Dependent Variable: Niat Perilaku

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 25 maka diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = -0,057 + 0,226 + 0,336$$

Melalui tabel di atas maka hasilnya dapat diinterpretasikan sebagai berikut ini :

1. Nilai Konstant adalah -0,057 nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif atau berlawanan. Hal ini artinya jika variabel persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan mengalami kenaikan sebesar 1% maka sebaliknya variabel niat perilaku akan mengalami penurunan sebesar -0,057. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.
2. Nilai persepsi kemanfaatan 0,226 memiliki nilai positif. Hal ini menunjukkan jika persepsi kemanfaatan mengalami kenaikan sebesar 1% maka persepsi kemudahan penggunaan akan naik sebesar 0,226. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.
3. Nilai persepsi kemudahan penggunaan 0,336 memiliki nilai positif. Hal ini menunjukkan jika persepsi kemudahan penggunaan mengalami kenaikan sebesar 1% maka persepsi kemanfaatan akan naik sebesar 0,336. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.

Persamaan regresi linier diatas memperhatikan hubungan antara variabel independen secara parsial.

Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 ^a	.589	.580	1.54491

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan

Berdasarkan hasil di atas terlihat bahwa nilai Adjusted *R Square* adalah sebesar 0,580. Hal ini

menunjukkan bahwa pengaruh dari persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat perilaku nasabah Bank BRI untuk mengadopsi *mobile banking* adalah sebesar 58,0% dan sisanya yaitu 42,0% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.057	1.072		-.053	.958
Persepsi Kemanfaatan	.226	.094	.296	2.412	.018
Persepsi Kemudahan Penggunaan	.366	.090	.502	4.088	.000

a. Dependent Variable: Niat Perilaku

Didapatkan Nilai T_{hitung} X1 (persepsi kemanfaatan) adalah 2,412 Artinya bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $2,412 > 1,986$. Ini menunjukkan bahwa H1 yang dikemukakan oleh peneliti yaitu “Terdapat pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking*” dapat diterima dan terbukti benar.

Didapatkan Nilai T_{hitung} X2 (persepsi kemudahan penggunaan) adalah 4.088. Artinya bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $4.088 > 1,986$. Ini menunjukkan bahwa H2 yang dikemukakan oleh peneliti yaitu “Terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking*” dapat diterima dan terbukti benar.

Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	317.989	2	158.995	66.615	.000 ^b
Residual	221.969	93	2.387		
Total	539.958	95			

- a. Dependent Variable: Niat Perilaku
- b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan

Dari hasil pengujian di atas di dapatkan nilai signifikansi 66.615. Artinya adalah bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $66.615 > 3.039$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 yang dikemukakan peneliti yaitu “Terdapat pengaruh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan terhadap niat perilaku nasabah Bank BRI untuk mengadopsi *Mobile Banking*” dapat diterima dan terbukti benar.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh nilai adjusted R Square sebesar 0,580. Artinya persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan memberikan kontribusi pengaruh sebesar 58,0% terhadap niat perilaku nasabah, sedangkan 42% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Persepsi kemanfaatan terhadap niat perilaku nasabah untuk mengadopsi mobile banking

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti maka diperoleh hasil secara parsial nilai variabel persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku nasabah bank BRI untuk mengadopsi mobile banking dikarenakan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} .

Persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat perilaku nasabah untuk mengadopsi mobile banking

Berdasarkan hasil pengujian maka diperoleh hasil secara parsial nilai variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku nasabah bank BRI untuk mengadopsi mobile banking dikarenakan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} .

Persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap niat perilaku nasabah bank BRI untuk mengadopsi mobile banking

Dalam penelitian ini diketahui bahwa Uji T variabel persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel niat perilaku, dengan nilai signifikansi sebesar $t_{hitung} X1$ dan $X2$ yang dimiliki lebih tinggi dari T_{tabel} . Berdasarkan hasil uji F terlihat juga bahwa variabel persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh niat perilaku. Dimana f_{hitung} yang dimiliki sebesar 66.615 lebih besar dari nilai f_{tabel} .

Penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan terlebih dahulu diantaranya yaitu : Walean R.H, dan Talumantak J. 2021 yang berjudul “Pemodelan Persamaan Struktural Pada Adopsi Mobile Banking Studi Kasus: Bsgtouch Bank Sulutgo”.

ada juga penelitian yang dilakukan oleh : Owusu, G.M.Y, Bekoe, R.A, and Addo-Yobo, A.A, Otioku J.2020. yang berjudul “Mobile Banking Adoption among the Ghanaian Youth”.

Simpulan

Setelah melakukan olah data dan mendapatkan hasil penelitian dimana persepsi kemanfaatan an persepsi kemudahan berpengaruh 52% terhadap niat perilaku maka peneliti kemudian menyimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap niat perilaku seseorang untuk mengadopsi mobile banking dengan melihat kesimpulan yang ada maka peneliti membirakn saran kepada Perusahaan untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan kemudahan penggunaan yang sudah dimiliki, Kemudian disarankan untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan manfaat yang dirasakan karena pengaruh dari segi ini sangat dominan dalam meningkatkan adopsi *mobile banking*, Selain itu peneliti juga memberikan saran kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi akademis dan dapat melanjutkan penelitian ini dengan teori yang lain dan atau menggunakan variabel-variabel lainnya, sehingga penelitian ini bisa berkembang dan memiliki manfaat yang lebih.

Daftar Pustaka

- Abdurrahmat, F. 2006. Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi Jakarta : RinekaCipta.
- Alalwan A, Dwivedi YK and Rana NP .2017. Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*. University Of Bradford, 37(3) 3-6.
- Ghozali I.2005. Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program SPSS. Semarang, Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Laksana, G.B, Astuti, E.S,dan Dewantara, R.Y.2015. Pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan Penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian Terhadap minat menggunakan mobile banking (studi pada nasabah bank rakyat indonesia (bri) kantor cabang rembang, Jawa tengah). *Jurnal administrasi bisnis*, 26(2) 3-4.

- Mattila.2003.Factors Affecting the Adopting of Mobile Banking Services. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 8, 8-12.
- Muflihadi I, dan Rubiyanti, R. N.2016. Pengaruh Perceived Usefulness , Perceived Ease Of Use , Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Gojek Bandung). *E-Proceeding of Management*, 3(2), 2026–2033.
- Owusu, G.M.Y, Bekoe, R.A, and Addo-Yobo, A.A, Otiaku J.2020. : Mobile Banking Adoption among the Ghanaian Youth, *Journal of African business*.1-4.
- Panjaitan W.2019. Faktor – faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking pada masyarakat kecamatan medan selayang. Universitas Sumatera Utara, Medan. 1-5.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Walean R.H, dan Talumantak J. 2021. Pemodelan Persamaan Struktural Pada Adopsi Mobile Banking Studi Kasus: Bsgtouch Bank Sulutgo. *Citigo smart jurnal Universitas Klabat*. 423-426.