

ANALISIS KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RISIKO SERTA DAMPAK PADA KEPUASAN PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*

Anwar¹, Akmal Riza²

¹Jurusan Tata Niaga, Politeknik Negeri Lhokseumawe

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah, UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Email: anwar@gmail.com

Abstract: *This study aims to analyze the effect of ease and perceived risk on the satisfaction of using mobile banking. This type of causal associative research with a quantitative approach, a sample of 36 respondents using the Accidental Sampling technique for entrepreneurs in Aceh who make transactions every day using BSI Mobile. Primary data sources by distributing questionnaires using Googleform and data analysis methods or proving the hypothesis using the OLS model with SPSS version 28.0. The results of the study found that the ease of using BSI Mobile has a significant effect on the satisfaction of entrepreneurs conducting m-banking transactions, while perceived risk has no effect on the satisfaction of entrepreneurs using m-banking.*

Keywords: *Ease and perceived risk, customer satisfaction*

PENDAHULUAN

Industri perbankan syariah sebagai intitusi yang menjalankan sistem keuangan berbasis syariah Islam. Secara makro bank syariah merupakan keuangan yang aktif mendukung investasi serta pembiayaan masyarakat. Secara mikro perbankan syariah menjadi institusi yang menjamin aktivitas investasi dan penyaluran melalui produk dan jasa yang selaras dengan syariah (Batubara & Hutagalung, 2023). Perkembangan teknologi menyebabkan kebutuhan manusia akan informasi semakin komplit. Hal tersebut dapat bertahan untuk memenangkan persaingan bisnis dipasar global, perusahaan juga perlu memperhatikan yang lebih optimal terhadap fasilitas teknologi informasi (Saraswati & Grastika, 2021).

Perbankan syariah dengan kemajuan teknologi terintegrasi ke sistem keuangan, untuk membantu masyarakat dalam mengelola transaksi keuangan. Salah satu wujud dari perkembangan teknologi informasi pada industri perbankan dunia, *mobile banking* sebagai *platform* teknologi perbankan untuk memberi akses bagi nasabah melakukan berbagai transaksi keuangannya secara mandiri (Rabaa'i and AL Maati, 2021).

Layanan perbankan menggunakan sarana komunikasi bergerak, seperti halnya *smartphone*, untuk memberikan kemampuan dalam melakukan operasi perbankan. Sesuai namanya dalam satu *smartphone* aplikasi *mobile banking* dapat mencakup transfer online tanpa perlu ke mesin ATM dan taransaksi fintech lainnya. Kemajuan teknologi informasi yang pesat telah memasuki pada industri perbankan syariah untuk

menyediakan beragam produk dan layanan keuangan sesuai syariat Islam syariah (OJK, 2017).

Mobile banking menjadi daya tarik dalam pemasaran bagi perbankan di Indonesia, karena sudah hampir seluruh nasabah menggunakan aplikasi tersebut untuk kebutuhan transaksi. melalui *m-banking* merupakan bagian dari transaksi *digital banking* tumbuh 158% dalam lima tahun terakhir. Menurut info dari <https://databoks.katadata.co.id/tags/mobile-banking> per tanggal 30 Maret 2023, yaitu dari Januari 2022 ke Januari 2023 nilai transaksi dengan menggunakan digital banking berkisar 4-5 triliun rupiah.

Pengembangan produk berbasis teknologi seperti *m-banking* memberikan kepuasan bagi nasabah agar setia, sehingga dapat meningkatkan penggunaan jasa perbankan syariah oleh masyarakat. Peningkatan kualitas layanan kepada para nasabah, merupakan hal terpenting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah. Mengingat peran nasabah sangat besar sebagai kontribusi pendapatan secara langsung maupun tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan (Riza et al, 2020).

Kepuasan nasabah sangat berkaitan dengan perilaku konsumen atau nasabah, dinamisnya dalam perubahan terhadap tingkat kebutuhannya (Suryani, 2013:5). Kepuasan pengguna menunjukkan perasaan senang yang atas perbandingan antara harapan terhadap kinerja produk yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2017:196). Sehingga kepuasan nasabahnya melekat pada bentuk dan jenis dari produk

tersebut dapat di konsumsikan atau digunakan dalam batas kebutuhannya. Maka kepuasan nasabah dalam menggunakan produk *m-banking* pada bank syariah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap produk tersebut.

Untuk transaksi perbankan, masyarakat dapat menggunakan *smartphone* dengan koneksi internet dan aplikasi *m-banking* yang sudah terunduh. Dalam hal ini, layanan tersebut memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan seperti pengecekan saldo, transfer dana antar rekening, pembayaran tagihan, isi pulsa, kecuali penarikan tunai. Peningkatan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas bagi masyarakat baik di perdesaan maupun perkotaan memiliki aktivitas padat.

Lembaga keuangan syariah (LKS) di Aceh sejak diberlakukannya Qanun Nomor 11 Tahun 2018 tentang LKS banyak bank syariah meningkatkan layanannya dalam dunia digitalisasi dewasa ini. Berlakunya qanun atau perda tersebut membawa keberkahan tersendiri bagi bumi serambi mekkah, sudah saatnya perbankan syariah di Aceh dapat memberikan contoh keberhasilan dalam mengejar keberkahan bukan meningkat profitabilitas semata. LKS yang berkecimpung bidang jasa perbankan telah menyuguhkan sarana *m-banking* sebagai *e-banking* yang sebelumnya menjadi mudah ditangan masyarakat sebagai pengguna utama secara mandiri.

Layanan *m-banking* sarana unggulan yang dimiliki bank syariah di Provinsi Aceh, banyak isu dikalangan pengusaha mengalami transaksi yang sulit setelah hengkangnya bank konvensional, apakah ini hanya berita atau pengusaha sendiri yang menyatakan seperti itu. Platform BSI Mobile menjadi pilihan utama penelitian terhadap pengusaha di Aceh yang sehari-harinya melakukan transaksi *m-banking*. Walaupun aplikasi baru tetapi banyak pengusaha tersebut lebih sering menggunakan transaksi melalui *m-banking* bank BSI disamping fasilitas lebih lengkap dan banyak masyarakat Indonesia menggunakannya selain platform bank syariah lainnya.

Background tercetusnya layanan *m-banking* bank syariah yakni pihak-pihak institusi lebih menyuguhkan *service excellent* untuk mempermudah nasabah dalam menggunakan transaksi perbankan yang kemudian akan menciptakan kepuasan nasabah. Bagian terpenting

dalam menggapai suatu keberhasilan, keunggulan yang kompetitif dan kemampuan bertahan hidup.

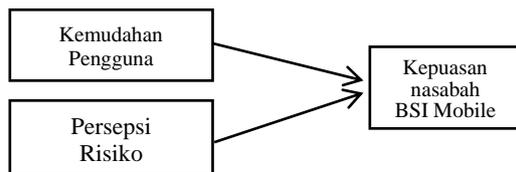
Kemudahan pengguna merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jadi, persepsi kemudahan memberikan gambaran bahwa suatu sistem diciptakan bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru untuk mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Hasil kajian Makmuriyah & Vanni (2020) menemukan bahwa persepsi kemudahan dalam layanan digital perbankan memberikan kepuasan tersendiri pada nasabah pengguna *m-banking*. Aryaningsih & Diatmika (2021) menemukan persepsi kemudahan pengguna berpengaruh terhadap Pengguna *e-banking* sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan layanan tersebut.

Disamping itu, risiko terhadap layanan fasilitas yang diberikan bisa menurunkan budget transaksi di bank tersebut. Fasilitas *m-banking* perbankan syariah secara berkesinambungan senantiasa mewujudkan perubahan dan inovasi, salah satunya dengan semakin meningkatkan skema dalam layanan dengan memperbanyak beragam fitur kenyamanan dalam bertransaksi, menanggapi risiko agar nasabah lebih percaya dalam melakukan transaksi. Makmuriyah & Vanni (2020) menemukan bahwa persepsi risiko yang minim pada layanan *m-banking* dapat menumbuhkan kepercayaan masyarakat serta dapat meningkatkan kepuasan pada layanan perbankan.

Persepsi nasabah tentang aplikasi *m-banking* juga menjadi pertimbangan penting dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Kepuasan berdasarkan persepsi risiko dalam penggunaan *mbanking* merupakan hasil interaksinya yang terlibat dengan sistem perbankan tersebut. Karena persepsi berkaitan dengan interpretasi subjektif tentang kesadaran yang timbul dari pengamatan dan pengalamannya, memberikan sudut pandang berdasarkan pengalamannya (Samovar, et al., 2017:19).

TINJAUAN PUSTAKA

Kerangka konsep penelitian merupakan abstraksi dari suatu realitas sehingga dapat dikomunikasikan dan membentuk teori yang menjelaskan keterkaitan antara variable yang diteliti.



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran
Sumber: data olahan peneliti (2023)

Pengaruh Kemudahan terhadap Kepuasan Penggunaan m-banking

Persepsi kemudahan penggunaan layanan digitalisasi (*banking*) merupakan suatu ukuran keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi mudah digunakan. Efek yang timbul saat pengguna merasakan kemudahan menggunakan teknologi tertentu, yaitu munculnya keinginan untuk menggunakan kembali teknologi tersebut. Suatu layanan yang dianggap mudah penggunaannya akan sering digunakan oleh penggunanya. Fatmawati (2015) menemukan bahwa terdapat pengaruh positif variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan m-banking.

Penelitian Muzurura & Chigora (2019). menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan penggunaan e-banking. Hasil penelitian Fachruddin dan Fadhli (2016) juga menemukan pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan internet banking. Penelitian Nisa (2018) menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh negatif terhadap minat bertransaksi ulang secara online
Ha1 : Kemudahan pengguna berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI Mobile

Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Penggunaan m-banking

Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan m-banking, persepsi risiko menggambarkan ekspektasi pengguna terhadap potensi kerugian yang mungkin terjadi selama melakukan transaksi dengan menggunakan m-banking. Seseorang yang ingin menggunakan suatu teknologi tentunya harus mempertimbangkan terlebih dahulu risiko dari penggunaan teknologi tersebut. Fachruddin dan Fadhli (2016) menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap kepuasan penggunaan m-banking.

Ha2 : Persepsi risiko berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI Mobile

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek ataupun subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Yang menjadi subyek penelitian ini yakni seluruh masyarakat Aceh berjumlah 5.407.855 (1 Januari 2023) tercatat di BPS Provinsi Aceh (www.bps.go.id)

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik mirip dengan populasi itu sendiri. Nilai hitungan yang diperoleh dari sampel inilah yang disebut dengan statistik. Menurut Silaen (2018:87) “Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil dengan cara-cara tertentu untuk diukur atau diamati karakteristiknya”. Yang menjadi sampel dalam penelitian ini haruslah dapat mewakili karakteristik dari keseluruhan populasi.

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan metode *non-probability sampling*, yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan cara kebetulan terhadap pengguna m-banking di Aceh terwakili sebanyak 100 pengusaha. Teknik penentuan sampel *accidental sampling* dengan cara kebetulan dan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017:85).

Data utama yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan sekunder. Sugiyono (2017:137) mengatakan bahwa data primer merupakan sumber data langsung yang didapatkan dilapangan atau diperoleh langsung melalui ketetapan responden. Sedangkan data sekunder orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder sebagai data pendukung yang diperoleh melalui situs web resmi Badan Pusat Statistik (Statistic of Aceh Province) www.bps.go.id. Data juga diperoleh dari situs-situs lain dan studi kepustakaan.

Operasionalisasi variabel penelitian sebagai masalah yang akan di selesaikan dalam penelitian ini baik uji pengaruh maupun hubungan sebab akibat dan faktor pengaruh terhadap variabel akibat. Skala yang digunakan untuk pernyataan kuesioner (intrumen penelitian) dalam kalimat positif maka masing-masing jawaban responden bersifat negatif, dari ketidaksetujuan sampai kesangat setuju dengan poin masing-masing jawaban menggunakan skala likert (1-STS, 2-TS, 3-N, 4-S, 5-SS).

Tabel 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator
Kepuasan pengguna mobile banking [dependent variable]	Situasi dan keadaan yang ditunjukkan oleh nasabah yang menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya akan produk atau layanan yang disediakan oleh bank sudah sesuai dengan yang diharapkan dan terpenuhi dengan baik.	a. Kemudahan dan kenyamanan b. Efisiensi waktu dan biaya c. Konfirmasi harapan d. Niat beli ulang Lupiyoadi (2014:39)
Kemudahan [Independent variable.1]	Keyakinan individu dalam menggunakan sistem teknologi informasi tidak membutuhkan usaha besar atau merepotkan dalam penggunaannya atau dapat mengurangi baik waktu maupun usaha mempelajari teknologi (Nurdin dkk,2020).	a. Teknologi mudah pengoperasian b. Teknologi meningkatkan keterampilan c. Teknologi meringankan mengerjakan sesuatu
Persepsi Risiko [Independent variable.2]	Suatu ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan pada saat menggunakan suatu produk atau layanan (Priambodo dan Prabawani, 2016).	a. Berupa adanya risiko tertentu b. Mengalami kerugian c. Pemikiran bahwa berisiko d.

Sumber: data olahan peneliti (2023)

Alat analisis data bisa dikerjakan dengan program aplikasi, menggunakan alat bantu program aplikasi komputer adalah IBM-Statistic (SPSS versi 28.0). Pemilihan model regresi linier berganda mengenai tiga pendekatan yakni tahap memilih model guna menganalisis data penelitian. tahap penentuan kualitas data instrumen penelitian dan tahap pembuktian hipotesis (*partially test*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan atau keabsahan suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dari hasil output SPSS dengan r_{tabel} yang mana suatu pernyataan kuesioner dikatakan valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka dinyatakan valid, namun, sebaliknya jika $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini dilakukan dengan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-2. Dalam hal ini kuesioner yang dikembalikan atau yang dikirim via google form hanya 36 dari yang dibagikan untuk 100 orang sebelumnya. sehingga jumlah sampel atau responden dengan df = 36-2 atau df = 34 dan taraf signifikan adalah 0,05 sehingga diperoleh hasil untuk $R_{tabel} = 0,329$ (Tabel 2)

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Instrumen	R-Hitung	R-Tabel	Ket. Valid
Kepuasan pengguna mobile banking	Saya puas dengan kemudahan dari aplikasi BSI Mobile yang disediakan oleh bank [a1]	0,833	0,329	0,000
	Saya merasa puas dan nyaman bertransaksi menggunakan aplikasi BSI Mobile yang sudah memenuhi kebutuhan transaksi [a2]	0,823	0,329	0,000

	Saya puas dengan efisiensi waktu dan biaya dalam melakukan transaksi menggunakan BSI Mobile [b3]	0,843	0,329	0,000
	Efisiensi waktu dan biaya untuk melakukan transaksi nasabah pengguna aplikasi BSI Mobile yang disediakan oleh bank [b4]	0,794	0,329	0,000
	Saya merasa bahwa menggunakan BSI Mobile sudah sesuai yang diharapkan [c5]	0,783	0,329	0,000
	Kinerja BSI Mobile sudah sangat memuaskan saya [c6]	0,876	0,329	0,000
	Saya tetap terus menggunakan BSI Mobile untuk kebutuhan transaksi keuangan di perbankan [d7]	0,807	0,329	0,000
	Saya sudah merekomendasikan penggunaan BSI Mobile kepada keluarga dan kerabat lainnya [d8]	0,821	0,329	0,000
Kemudahan	Platform BSI Mobile sangat jelas memberi petunjuk dan informasi untuk saya gunakan [a1]	0,923	0,329	0,000
	Fitur BSI Mobile sangat mudah untuk saya akses melalui handphone [a2]	0,915	0,329	0,000
	BSI Mobile menyediakan banyak layanan transaksi keuangan saya [b3]	0,964	0,329	0,000
	BSI Mobile dapat memenuhi kebutuhan bisnis dalam transaksi keuangan sehari-sehari [b4]	0,912	0,329	0,000
	Fitur BSI Mobile semakin terus berinovasi sejak saya gunakan [c5]	0,930	0,329	0,000
	Fitur BSI Mobile yang dikembangkan dapat memenuhi kebutuhan transaksi keuangan saya [c6]	0,862	0,329	0,000
Persepsi Risiko	Penggunaan BSI Mobile sangat praktis, saya dapat melakukannya kapan saja [a1]	0,940	0,329	0,000
	Penggunaan BSI Mobile tidak mengganggu kegiatan saya yang lain [a2]	0,842	0,329	0,000
	Saya dapat menghubungi langsung pihak bank jika terkendala dalam menggunakan BSI Mobile [b3]	0,818	0,329	0,000
	Apabila mengalami kerugian nasabah terhadap penggunaan BSI mobile, pihak bank merespon cepat [b4]	0,882	0,329	0,000
	Bank BSI selalu meningkatkan keamanan untuk mengatasi risiko terhadap pengguna aplikasi m-bankingnya [c5]	0,870	0,329	0,000
	Kerahasiaan transaksi saya di BSI Mobile terjaga begitu juga PIN terjamin [c6]	0,912	0,329	0,000

Sumber: Data primer 2023 (SPSS)

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menentukan seberapa konsisten hasil dari pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih pada kelompok yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Butir pertanyaan kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika *cronbach'alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach'alpha* < 0,60. Adapun hasil uji reliabilitas instrument pertanyaan menggunakan SPSS Vers 28.0 dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach' Alpha	Ket
Kepuasan pengguna m-banking	0,930	Handal
Kemudahan	0,962	Handal
Persepsi Risiko	0,939	Handal

Sumber: Data primer 2023 (SPSS)

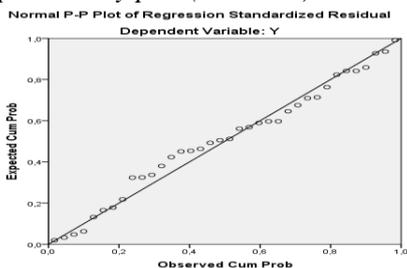
Subjek penelitian yang akan dijadikan sampel penelitian adalah sebanyak 36 responden. Hasil uji analisis asumsi klasik dan regresi deskriptif dapat dijabarkan pada Tabel 4,5,6 dan Gambar 2,3 berikut

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memperoleh hasil regresi yang bisa dipertanggungjawabkan dan mempunyai hasil yang tidak biasa atau *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Hasil uji Asumsi klasik mencakup uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel-variabel penelitian mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Dengan menggunakan model *normal probability plot* (P-P Plot).



Gambar 2, Normalitas (P-Plot)
Sumber: Data primer 2023 (SPSS)

Suatu variabel dapat dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal (Ghozali, 2016:154). Pada prinsipnya deteksi normalitas dilakukan dengan melihat grafik *normal probability plot*.

Hasil Uji Multikolinieritas

Pada uji multikolinieritas menguji korelasi antar variabel independen (kemudahan, persepsi risiko) pada model regresi. Uji multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas.

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

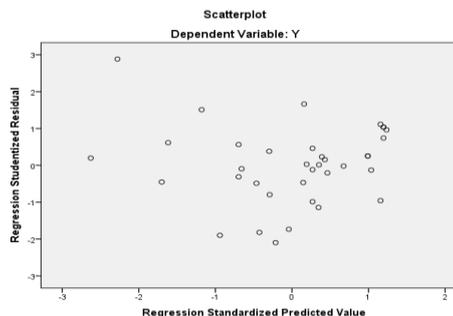
Model	Collinearity Statistics			Result
	Tolerance	VIF		
1				
	(Constant)			
	Kemudahan [x1]	,245	4,082	Non-multikol
	Persepsi Risiko [x2]	,245	4,082	Non-multikol

a. Dependent Variable: Kepuasan pengguna [Y]
Sumber: Data primer 2023 (SPSS)

Kriteria dari uji multikolinieritas adalah jika nilai *Tolerance* >0,1 dan *Variance Inflation Factors* (VIF) <10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independen pada model regresi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik yakni homoskedastisitas (Ghozali, 2016:137).



Gambar 3. Normalitas (P-Plot)
Sumber: Data primer 2023 (SPSS)

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat data terdistribusi dengan menjauhi atau distribusi merata tidak mendekati satu sama lain antar data distribusi (*Scatterplot*)

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil estimasi dengan menggunakan ordinary least square model Maka dari hasil estimasi dengan menggunakan model OLS:

Tabel 5
Hasil Uji OLS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,057	2,278		2,220	0,033
Kemudahan	0,802	0,186	0,700	4,322	0,000
Persepsi Risiko	0,254	0,197	0,209	1,293	0,205

R = 0,888
R Square = 0,788
Adjusted R Square = 0,775

Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Sumber: Data primer 2023 (SPSS)

$$\text{Kepuasan nasabah} = 5,057 + 0,802 + 0,254 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi dapat dijelaskan, jika kemudahan pengguna m-banking bertambah 1 satuan atau sebesar 1% maka kepuasan nasabah bertransaksi di BSI mobile akan meningkat sebesar 80,2% dengan asumsi nilai variabel lain dianggap konstan, dan apabila persepsi risiko terjadi penambahan 1% maka tidak ada terjadi perubahan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi mobile banking di BSI dengan asumsi variabel yang lain dianggap tetap.

Uji Statistik t

Uji statistik t ini digunakan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

- Hipotesis pertama yang diajukan pada penelitian ini menyatakan bahwa Ha1 : variabel kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menggunakan m-banking platform bank BSI

bertransaksi bisnis harian. Berdasarkan hasil analisis uji-t (t -hitung 4,322 > t -tabel 2,030) serta Tabel 4 menunjukkan nilai p -value pada kemudahan lebih kecil (<) dari α 0,05 maka H_a diterima, sehingga kemudah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah BSI Mobile. Para pengusaha di Aceh dalam melakukan transaksi sehari lebih nyaman menggunakan BSI Mobile dibandingkan platform m-banking lain, selama melakukan transaksi keuangan dalam berbisnis belum ditemukan kegagalan dalam menggunakannya.

- Hipotesis kedua yang diajukan pada penelitian ini menyatakan bahwa H_{a2} : variabel persepsi risiko berpengaruh terhadap kepuasan pengusaha dalam bertransaksi di BSI mobile. Berdasarkan hasil analisis uji-t (t -hitung 1,293 < t -tabel 2,030) serta Tabel 5 menunjukkan p -value pada persepsi risiko lebih besar (>) dari α 0,05 yang artinya persepsi risiko dalam melakukan transaksi m-banking tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengguna BSI Mobile. Setiap transaksi keuangan berhubungan dengan kegiatan bisnis para pengusaha, mereka menganggap bahwasanya belum ada faktor risiko yang memberatkan dalam aplikasi BSI Mobile

Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berada antara 0 dan 1. Semakin mendekati 1 atau 100% maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Atas dasar tersebut, nilai adjusted R^2 banyak digunakan oleh para peneliti dalam mengevaluasi model regresi yang terbaik dari model yang lain. Nilai adjusted R^2 tersebut tidak seperti nilai R^2 , nilai ini dapat berubah (naik atau turun) apabila variabel independen ditambahkan ke dalam model

Tabel 4 menunjukkan hasil adjusted R^2 adalah 0,775 dapat disimpulkan bahwa kemudahan dan persepsi risiko berkontribusi sebesar 77,5%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 22,5% dipengaruhi variabel lain di luar model.

PENUTUP

Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengusaha dalam melakukan transaksi m-banking di bank BSI (platform BSI Mobile). Sedangkan variabel persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna m-banking dikalangan masyarakat pengusaha di Aceh, hal ini tidak ada tingkat risiko yang dialami para pengusaha dalam bertransaksi di BSI mobile sehingga begitu mudah, cepat dan nyaman tanpa masalah.

Saran dan Keterbatasan

Masih adanya isu yang menyatakan dikalangan masyarakat Aceh banyak terjadi kegagalan dekade terakhir, hal ini wajar mengingat BSI mobile platform

bank BSI dianggap baru 4 tahun setelah resmi merger 1 Februari 2019

Kalangan pengusaha di Aceh dalam menjalankan bisnisnya selama transaksi tidak begitu sering terjadi kemacetan dan error term di BSI mobile. Kajian ini hanya dilakukan pada pengusaha di kota lhokseumawe dan kelemahan hanya pada sampel nyata yang kembali dikirim sedikit yakni 36 responden dari penyebaran awal mencapai 100 pengusaha.

REFERENSI

- Aryaningsih, Ni Komang & Diatmika, I Putu Gede. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Risiko dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Penggunaan E-Banking Pada Umkm Di Kabupaten Buleleng, *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 12(1)924-934.
- Batubara, S., & Hutagalung, M.W.R (2023). Produk dan Akad-Akad Perbankan Syariah. *Nahdatul Iqtishadiyah Jurnal Perbankan Syariah*, 2(2),1-20. <https://ejournal.stai-br.ac.id/index.php/nahdatulqitishadiyah/article/view/91>
- Fachruddin, Rudi dan Fadhli Muhammad. (2016). Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 1(2),264-276.
- Fatmawati, Endang. 2015. Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra'* 9(1)1-13.
- Ghozali. (2016). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro. <https://databoks.katadata.co.id/tags/mobile-banking>) Diakses per 30 Maret 2023.
- Kotler, P dan Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi ke 12, Jakarta: Erlangga.
- Makmuriyah, A. N., & Vanni, K. M. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Semarang). *Eduka: Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis*, 5(1), 37-44
- Muzurura, J., & Chigora, F. (2019). Consumers Behavioural Intention to Adopt Mobile Banking in Rural Sub-Saharan Arica Using an Extension of Technology Acceptance Model: Lessons from Zimbabwe. *International Journal of Business Economics and Management*, 6(10),316-334. 6. 10.18488/journal.62.2019.66.316.334.
- OJK (2017). *Konsep Operasional Perbankan Syariah*. Jakarta, Otoritas Jasa Keuangan Pusat.

- Rabaa'i, A. A. and ALMaati, S. A. (2021a). Exploring the determinants of users' continuance intention to use mobile banking services in zKuwait: Extending the Expectation-Confirmation Model', *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 31(2),141-184. doi: 10.14329/apjis.2021.31.2.141.
- Riza, A., Ibrahim, A., & Azhar, F. (2022). Teknologi Informasi dan Kualitas Layanan Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *JIMEBIS*, 3(1),7-15. <https://doi.org/10.22373/jimebis.v3i1.247>.
- Samovar, L.A., Porter, R. E., McDaniel, E. R., & Roy, C. S. (2017). *Communication between cultures*. Ninth Edition. Boston: Cengage Learning.
- Saraswati, P dan Grastika, A (2021). Pengaruh Penerapan Digitalisasi Know Your Customer (Menenal Nasabah) Terhadap Kinerja Perbankan Indonesia. *Jurnal Teknorat*, 3(3).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:
- Suryani, T (013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.