

Analisis Pengguna Aplikasi Mobile Banking Ollin By Nagari Terhadap Technology Acceptance Model (TAM)

Rusdi¹, Jhon Veri²

^{1,2}Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang

Corresponding Author: Firda Carila Sari, e-mail: rusdiabak1981@gmail.com

Published: June, 2025

ABSTRAK

Pengguna aplikasi mobile banking ollin by nagari meningkat pesat, namun dalam penggunaannya masih banyak kendala yang dialami pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat penerimaan pengguna terhadap aplikasi mobile banking suatu bank nasional dengan menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Dalam penelitian ini menggunakan kerangka TAM yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, minat berperilaku, dan penggunaan sistem sebenarnya. Penelitian dilakukan terhadap pengguna aplikasi mobile banking di Pesisir Selatan dengan menggunakan teknik purposive convenience sampling, diperoleh 100 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data menggunakan pendekatan uji statistik Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam analisis data menunjukkan pengaruh positif di dalam Persepsi Masyarakat terhadap Penggunaan Sistem. Persepsi Kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat Minat Perilaku dalam menggunakan mobile banking. Persepsi Kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat Persepsi Masyarakat dalam menggunakan mobile banking. Persepsi Masyarakat menunjukkan pengaruh positif terhadap Minat Perilaku dalam menggunakan mobile banking.

Kata Kunci: Mobile banking, Technology Acceptance Model

ABSTRACT

Users of mobile banking applications are increasing rapidly, but users still experience many obstacles in using them. This research aims to determine the level of user acceptance of the mobile banking application of a national bank using the Technology Acceptance Model (TAM) approach. This research uses the TAM framework, namely perceived usefulness, perceived ease of use, behavioral intention, and actual system use. Research was conducted on mobile banking application users in Pesisir Selatan using a purposive convenience sampling technique, obtaining 100 respondents. The type of data used is primary data, namely data obtained directly from respondents. The data collection method uses a questionnaire. The data analysis method uses the Partial Least Square (PLS) statistical test approach. The research results show that data analysis shows a positive influence on public perception of system use. Perceived ease of use has a positive influence on the level of behavioral interest in using mobile banking. Perception of ease of use has a positive influence on the level of public perception in using mobile banking. Public Perception shows a positive influence on Behavioral Interest in using mobile banking.

Keywords: Mobile banking, Technology Acceptance Model

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era Revolusi Industri 4.0 mengusung konsep Internet of Thing, dimana IoT memiliki kemampuan dalam menghubungkan dan memudahkan proses komunikasi antara mesin, perangkat, sensor, dan manusia melalui jaringan internet. Salah satu contoh penerapan IoT yaitu kemudahan dalam melakukan pembayaran dan mengirim uang dimana saja dan kapan saja dengan menggunakan aplikasi yang diinstall pada perangkat pengguna yang terhubung internet. Kemajuan

perkembangan teknologi yang diiringi dengan perkembangan sistem informasi berbasis teknologi terjadi begitu pesat di era globalisasi ini, adanya teknologi modern, masyarakat bisa lebih memanfaatkan teknologi yang sudah di modernisasi dan juga dapat memanfaatkan fasilitas yang telah di sediakan oleh pihak terkait.

Pengembangan layanan perbankan pada saat ini tidak hanya berupa layanan yang aman dan terpercaya, tetapi juga harus mampu memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Guna memenuhi tuntutan perkembangan teknologi sekaligus memberikan kemudahan bagi staf dan nasabahnya, banyak perbankan yang menyediakan layanan berbasis teknologi informasi dimana pelayanan dapat dilakukan secara online, dan salah satunya adalah melalui penggunaan mobile banking

Mobile banking adalah fasilitas layanan perbankan berupa aplikasi yang memudahkan nasabah untuk bertransaksi langsung melalui smartphone. Dengan adanya berbagai kemudahan fasilitas layanan mobile banking diharapkan nasabah akan memperoleh kepuasan dalam menggunakan berbagai macam produk dan jasa yang diberikan oleh pihak bank. Setiap bank dituntut untuk menciptakan keunggulan yang berkesinambungan, agar dapat memenangkan persaingan di dunia perbankan. Salah satu bank di Indonesia yang menerapkan teknologi digital dalam layanan perbankannya adalah Bank Nagari. Layanan digital yang ditawarkan oleh Bank Nagari adalah olin by nagari. olin by nagari ini merupakan layanan finansial lengkap dan sudah terintegrasi dengan layanan lain serta ekosistem digital. Aplikasi ini diharapkan mampu memberikan kemudahan bagi nasabah dalam mengakses layanan perbankan. Berdasarkan rating dan ulasan singkat pada google playstore ditemukan banyak pengguna olin by nagari yang mengalami masalah seperti kesulitan menggunakan olin by nagari, dan terkadang pengguna sering terblokir sendiri pada aplikasi olin by nagari. Oleh karena itu olin by nagari dituntut untuk memberikan nilai tambah pada aplikasi yang digunakannya dan memahami bagaimana perilaku dan persepsi konsumen terhadap layanan yang mereka kembangkan.

Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap aplikasi perbankan online yang disediakan, akan menjadi rekomendasi bagi olin by nagari untuk meningkatkan efektivitas dan layanan, sehingga menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Pada penelitian ini menggunakan metode Technology Acceptance Model (TAM) karena TAM adalah model yang valid untuk menguji diterimanya suatu sistem / sistem informasi. TAM dikembangkan oleh (Davis et al., 1989) berdasarkan model TRA. TAM menambahkan dua konstruk utama ke dalam model TRA. Dua konstruk utama ini adalah kegunaan persepsian (perceived usefulness) yaitu sebagai suatu tingkat dimana seseorang percaya bahwa pengguna system secara khusus akan meningkatkan kinerjanya dan kemudahan penggunaan persepsian (perceived ease of use) didefinisikan sebagai persepsi manusia bahwa sebuah system informasi yang dia lihat mudah digunakan, keduanya mempunyai pengaruh pada niat perilaku

(behavioral intention) serta Pemakaian aktual (Actual Use) yaitu persepsi seseorang akan merasa senang untuk menggunakan system tersebut dan yakin bahwa system tersebut tidak sulit untuk digunakan.

Penelitian ini memodifikasi Technology Acceptance Model (TAM), dengan menggunakan penerimaan pemakai teknologi ditentukan oleh dua variabel kunci yang diusulkan oleh (Davis et al., 1989) yaitu persepsi kemanfaatan (perceived usefulness) dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) serta pemakaian actual (actual use) dan menambahkan variabel tambahan yaitu persepsi kenyamanan (perceived enjoyment) yaitu persepsi manusia dimana kegiatan menggunakan sebuah system informasi dipersepsikan akan menyenangkan, terlepas dari kinerja yang dihasilkan dari pengguna system informasi.

METODE PENELITIAN

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah pengguna Mobile Banking yang ada di Kabupaten damasraya. Sampel penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode purposive convenience sampling yaitu responden yang dapat mengisi kuesioner tergantung pada kemudahan peneliti (Sekaran & Bougie, 2017). Jumlah responden pada penelitian ini sejumlah 100 nasabah. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan uji statistika Structural Equation Model (SEM) berbasis varian, yaitu pendekatan alternatif Partial Least Square (PLS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data yang pertama adalah analisis statistika deskriptif untuk menjelaskan demografi responden dan tabel distribusi frekuensi jawaban responden.

Tabel 2 Distribusi frekuensi jenis kelamin responden

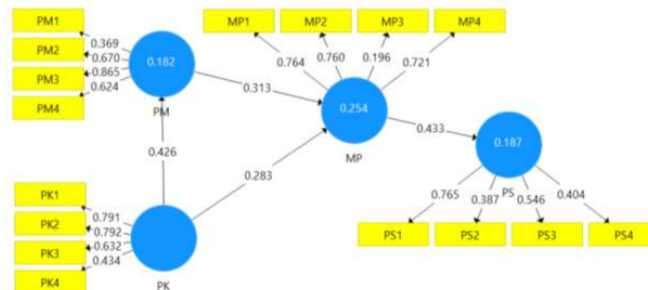
Jenis Kelamin	Frekuensi
Perempuan	61
Laki-laki	39

Tabel 2 m emberikan gambaran karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Responden perempuan dalam penelitian ini berjumlah 61 responden dan yang laki-laki berjumlah 39 responden.

Tabel 3 Distribusi jawaban responden

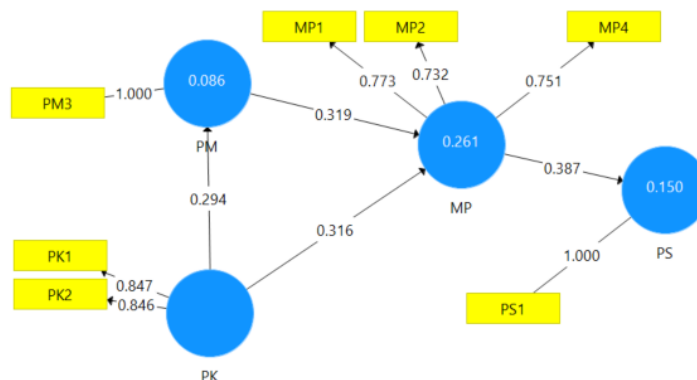
Variabel Latent	indikator	SS	S	CS	TS	STS
Persepsi Masyarakat (PM)	PM1	64	14	13	6	3
	PM2	41	47	7	2	3
	PM3	43	45	7	2	3
	PM4	43	41	8	4	4
Persepsi Kemudahan (PK)	PK1	35	51	10	2	2
	PK2	29	47	20	3	1
	PK3	29	52	14	3	2
	PK4	42	48	8	1	1
Minat Perilaku (MP)	MP1	37	43	17	1	2
	MP2	36	50	10	2	2
	MP3	37	48	12	2	1
	MP4	39	48	8	1	4
Penggunaan Sistem (PS)	PS1	43	45	7	2	3
	PS2	64	14	13	6	3
	PS3	43	45	7	2	3
	PS4	43	45	7	2	3

Tabel 3 menjelaskan statistik deksriptif jawaban responden setiap indikator pertanyaan. Berdasarkan informasi pada tabel tersebut, diketahui bahwa responden memiliki kecenderungan untuk setuju terhadap statement atau pertanyaan yang diberikan. Tahap analisis statistika selanjutnya adalah membuat diagram jalur dan melakukan analisis PLS-SEM. diagram jalur yang dibangun menggunakan model TAM disajikan pada gambar 2.



Gambar 2. Diagram jalur dengan koefisien pada inner model dan outer model

Analisis awal pada PLS-SEM sebelum pengujian hipotesis untuk memprediksi hubungan antar variabel laten dalam model structural, terlebih dahulu dilakukan validasi terhadap model pengukuran. Model pengukuran merupakan model yang menghubungkan variabel laten dengan indikator-indikator pertanyaan. Validasi dilakukan dengan melihat nilai outer loading antara variabel laten terhadap setiap indikator pertanyaan dan variabel laten yang dapat diuji selanjutnya. Indikator yang memiliki nilai outer loading di bawah 0,7 akan dieliminasi dari model pengukuran (Hair Jr et al., 2016).



Gambar 3. Diagram jalur dengan koefisien pada inner model dan outer model setelah dilakukan eliminasi

Gambar 3 merupakan model setelah indikator PM1, PM2, PM4 dieliminasi. Pada variabel laten Persepsi Masyarakat (PM) disusun oleh satu indikator pertanyaan dengan nilai outer loading sebesar 1,000. Nilai ini memberikan informasi bahwa variabel PM dapat menjelaskan keragaman data pada PM3 sebesar 100% . Variable Persepsi Kemudahan (PK) disusun oleh dua indikator pertanyaan dengan masing-masing nilai outer loading sebesar 0,847 dan 0,846. Nilai ini memberikan informasi bahwa variabel PK dapat menjelaskan keragaman data pada PK1 sebesar 84,7% dan dan 84,6% pada PK2. Nilai outer loading pada Minat Perilaku (MP) dan Penggunaan Sistem (PS) di atas 0,7. Kesimpulan yang

didapatkan bahwa variabel laten Minat Perilaku (MP) dan Penggunaan Sistem (PS) dapat menjelaskan keragaman data pada indikator-indikator pertanyaan penyusunnya dengan persentasi di atas 70%. Evaluasi terhadap indikator-indikator pertanyaan dalam menyusun variabel latent juga dapat dilihat dari nilai composite reliability dan Average Variance Extracted (AVE). Tabel 4. Nilai composite reliability, dan AVE. Nilai AVE yang dihasilkan harus lebih besar dari 0,5. Untuk nilai Composite Reliability harus diatas 0,7.

Tabel 4 Composite Reliability dan AVE

	Composite Reliability	(AVE)
MP	0.796	0.566
PK	0.835	0.716
PM	1.000	1.000
PS	1.000	1.000

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4, diketahui bahwa untuk nilai Composite Reliability dan AVE telah memenuhi criteria.

Model struktural merupakan model yang menjelaskan hubungan antar variabel latent (hipotesis yang diujikan). Signifikansi hubungan antar variabel latent dapat dilihat pada nilai t-statistic yang didapatkan setelah dilakukan bootsrapping. Variabel latent memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel latent lainnya apabila nilai t-statistic lebih besar dari 1,645. Pengaruh variabel latent ke variabel latent yang lain juga dapat dilihat dari p value yang nilainya kurang dari 0,05.

Table 5 Koefisien dan signifikansi model struktural

	Koefisien	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values	Kesimpulan
MP -> PS	0.387	0.388	0.112	3.456	0.001	Terbukti
PK -> MP	0.316	0.336	0.105	3.020	0.003	Terbukti
PK -> PM	0.294	0.315	0.107	2.746	0.006	Terbukti
PM -> MP	0.319	0.320	0.086	3.695	0.000	Terbukti

Tabel 5 memberikan informasi nilai koefisien pada model structural dan signifikansi setiap hubungan variabel laten. Pada hipotesis MP terhadap PS didapatkan nilai t statistic sebesar 3,456 . Nilai ini lebih besar dari 1,645 sehingga hipotesis MP terhadap PS terbukti (terdapat pengaruh yang signifikan variabel latent MP terhadap variabel PS). Koefisien antara kedua variabel ini sebesar 0,387. Nilai ini memiliki makna bahwa peningkatan pada variabel MP sebesar satu satuan, akan diikuti peningkatan pada variable PS sebesar 0,387 kali. Berdasarkan nformasi tabel 5 di atas, hipotesis PK terhadap MP terbukti yang artinya variabel PK berpengaruh signifikan terhadap MP. Kesimpulan ini didasarkan pada nilai t statistic nya lebih besar dari 1,645 yaitu sebesar 3,020. Koefisien antara kedua variabel latent tersebut sebesar 0,316. Makna dari nilai koefisien tersebut adalah peningkatan pada variabel PK akan diikuti peningkatan pada variabel MP. Nilai t statistic untuk hipotesis PK terhadap PM sebesar 2,746 sehingga dapat disimpulkan PK berpengaruh signifikan terhadap PM. Koefisien yang dihasilkan untuk kedua variabel tersebut sebesar 0,294. Dengan nilai ini, maka peningkatan PK akan berpengaruh terhadap peningkatan PM. Hipotesis terakhir adalah model yang menjelaskan variabel PM terhadap MP. Berdasarkan hasil yang disajikan pada tabel 5, diketahui bahwa t statistic lebih besar dari 1,645 yaitu

sebesar 2,746 sehingga kesimpulan yang didapatkan adalah terdapat pengaruh yang signifikan PM terhadap MP. Ditinjau dari koefisien antara PM terhadap MP, dapat disimpulkan bahwa peningkatan pada PM akan disertai peningkatan pada MP sebesar 0,319 kali setiap satu satuan.

Tabel 6 Nilai R square

	R Square	R Square Adjusted
MP	0.261	0.246
PM	0.086	0.077
PS	0.150	0.141

Evaluasi terhadap model struktural pada PLS-SEM dapat diketahui dari nilai goodness of fit atau R². Hasil analisis data memberikan nilai R-square (R²) yang disajikan pada Tabel 6. Nilai R-Square MP sebesar 0,261, PM sebesar 0,086, dan PS sebesar 0,150 dapat disimpulkan bahwa model dikatakan kuat, moderate dan lemah [7]. Nilai R square variabel Minat Perilaku (MP) sebesar 0,261. Nilai ini memberikan gambaran bahwa model dapat menjelaskan varians atau keragaman data Minat Perilaku (MP) sebesar 26,1%. Koefisien untuk variabel Persepsi Masyarakat (PM) sebesar 8,6%, dan Penggunaan Sistem (PS) sebesar 15%.

KESIMPULAN

Dalam analisis data menunjukkan pengaruh positif di dalam Persepsi Masyarakat terhadap Penggunaan Sistem. Semakin bermanfaat penggunaan mobile banking maka semakin tinggi tingkat penggunaan sistem kepuasan nasabah dalam menggunakannya. Persepsi Kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat Minat Perilaku dalam menggunakan mobile banking. Hal ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi tingkat Minat Perilaku mobile banking. Semakin mudah dalam penggunaan mobile banking tersebut, maka tingkat Minat Perilaku nasabah semakin tinggi dalam menggunakan mobile banking. Persepsi Kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat Persepsi Masyarakat dalam menggunakan mobile banking. Hal ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan dalam menggunakan mobile banking, maka tingkat persepsi masyarakat semakin tinggi dalam menggunakan mobile banking. Persepsi Masyarakat menunjukkan pengaruh positif terhadap Minat Perilaku dalam menggunakan mobile banking. Hal ini membuktikan bahwa Persepsi Masyarakat penggunaan mempengaruhi tingkat Minat Perilaku nasabah dalam menggunakan mobile banking.

DAFTAR PUSTAKA

- Z. Y. Firdaus, D. Krisbiantoro, and F. N. Afiana, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam)," *J. Inf. Syst. Manag.*, vol. 3, no. 2, pp. 56–62, 2022, doi: 10.24076/joism.2022v3i2.619.
- R. J. D. Atarwaman, "Jurnal Ekonomi dan Bisnis , Vol . 10 No . 2 Mei 2022 E - ISSN PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA THE," *E-QIEN J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 10, no. 2, p. 281290, 2022.
- S. Nawangasari and N. D. Putri, "Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening," *J. Ilm. Matrik*, vol. 22, no. 1, pp. 55–63, 2020, doi: 10.33557/jurnalmatrik.v22i1.839.
- Amalia Yunia Rahmawati, "ARTIKEL PEMODELAN ACCEPTANCE DALAM PENGUKURAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI," no. July, pp. 1–23, 2020.
- R. A. Nadialista Kurniawan, "PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo)," *Ind. High. Educ.*, vol. 3, no. 1, pp. 1689–1699, 2021, [Online]. Available: <http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1288>
- A. Faisal Prima and W. Nuruni Ika Kusuma, "Tingkat Kepuasan Nasabah Penggunaan Mobile Banking pada Pt Bank Mandiri," *J. Ilmu Pengetah. Sosia*, vol. 9, no. 1, pp. 188–194, 2022, [Online]. Available: <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>
- S. Setyo, S. Budi, S. Tinggi, and I. Ekonomi, "Persepsi Pengguna Terhadap Kemanfaatan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Sistem Informasi Baru di STIE SBI User perception toward the usefulness and Ease of Use New Information System Applications in STIE SBI," pp. 31–42, 2016.