

Evaluasi Penerimaan Mobile Aplikasi Mandiri Online Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Metode UTAUT II (Studi Kasus: Bank Mandiri Cabang Solo)

Elvina Wahyuningsih¹⁾, Bambang Soedijono W.A²⁾, Sudarmawan³⁾

¹⁾Program Pascasarjana Magister Teknik Informatika Universitas Amikom
Yogyakarta Jl. Ring Road Utara Condong Catur, Sleman, Yogyakarta,
Indonesia
Email : ¹⁾elvina.wahyuningsih@amikom.ac.id

Abstrak

Fenomena layanan digital yang terjadi di Indonesia saat ini sangat menarik. *Mobile Banking* merupakan layanan digital di bidang perbankan. Layanan dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah nasabah melakukan transaksi keuangan (perbankan) untuk penggunaan teknologi informasi (*Mobile Banking*). *Mobile Banking* diartikan sebagai fasilitas bagi nasabah bank untuk dapat melakukan aktifitas perbankan mereka secara lebih leluasa, dimana saja, kapan saja, dan tanpa harus secara fisik mengunjungi bank tersebut. Layanan yang disediakan menyesuaikan mobilitas konsumen. Guna memenuhi harapan konsumen, perbankan melakukan inovasi dengan mengikuti perkembangan teknologi informasi dan memberikan kemudahan kepada konsumen dalam melakukan transaksi, diantaranya dengan fitur ATM, SMS banking, internet banking, phone banking dan mobile banking. Evaluasi sistem informasi merupakan aspek penting dalam menilai keberhasilan implementasi sistem informasi. Tujuan utama evaluasi penerimaan Aplikasi Mobile Mandiri Online terhadap minat Nasabah menggunakan metode UTAUT II yaitu untuk menguji adanya pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* pada nasabah Mandiri cabang Solo.

Kata kunci: Mobile Banking, Mandiri Online, Aplikasi, Bank MANDIRI, UTAUT I

1. PENDAHULUAN

Fenomena layanan digital yang terjadi di Indonesia saat ini sangat menarik. *Mobile Banking* merupakan layanan digital di bidang perbankan. Nasabah sudah merasakan kenyamanan dengan layanan yang ada, layanan perbankan yang dikenal dengan istilah *Mobile Banking* memberikan nasabah informasi dan membantu menyelesaikan berbagai urusan perbankan secara cepat, mudah dan tanpa batas tempat dan waktu (Sulistriyani, 2013). Kemajuan teknologi informasi yang pesat dapat mempengaruhi industri perbankan, perusahaan harus memiliki keunggulan kompetitif antara lain dengan mengadopsi fasilitas teknologi informasi dan memberikan layanan kepada konsumen.

Layanan dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah nasabah melakukan transaksi keuangan (perbankan) untuk penggunaan teknologi informasi (*Mobile Banking*).

Layanan yang baik akan membentuk

sikap positif nasabah terhadap perusahaan dan niat untuk tetap menggunakan jasa layanan jasa perbankan yang bersangkutan. *Mobile Banking* secara umum adalah saluran distribusi Bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi penyampaian data melalui ponsel atau general package radio service (gprs) dengan sarana telepon seluler (ponsel). Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di dunia perbankan relative lebih maju dibandingkan sektor lainnya. Berbagai jenis teknologi diantaranya Anjungan Tunai Mandiri atau dalam bahasa Inggris Automated Teller Machine (ATM), Banking Application System, Real Time Gross Settlement System, Sistem Kliring Elektronik dan Internet Banking. *Mobile Banking* merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke bank atau ATM kecuali penarikan uang cash. Keunggulan *Mobile Banking* yaitu nasabah

dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa dibatasi waktu. Layanan pada Mobile Banking meliputi: transaksi finansial, transaksi non finansial, transfer dana, cek saldo dan pembayarantagihan yang dilakukan lewat telepon seluler. Mandiri online merupakan aplikasi *internet banking* dan *mobile banking* untuk nasabah Bank Mandiri (Wibowo, et al, 2020).Mandiri online adalah layanan *e-banking* untuk melakukan transaksi finansial dan non finansial dengan menggunakan menu transaksi dan tampilan menu, dimana aplikasi harus diunduh terlebih dahulu menggunakan handset telepon selular/ tablet serta teknologi 3G/GPRS/WIFI. Keuntungan menggunakan mandiri online memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi,dapat digunakan dimana saja dan kapan saja, transaksi dan proses pendaftaran mudah serta aman (Tavisar el, al 2015).

Kebanyakan dari nasabah bank menginginkan suatu pelayanan yang sederhana dan praktis. Pelayanan manual ini dirasa kurang efisien, karena secara riil kesibukan orang sebagai nasabah pada saat ini semakin meningkat. (Machmud et al. 2010). Mandiri *Mobile Banking* adalah layanan *Mobile Banking* pada *Smartphone* (Blackberry, Android, dan iPhone) dengan tampilan menu yang menarik dan mudah digunakan. Mandiri Mobile dapat melakukan transaksi finansial (transfer, pembayaran, pembelian, dll), transaksi non finansial (cek saldo, cek histori transaksi, dll), informasi lokasi cabang/ATM, informasi kurs dan fitur-fitur menarik lainnya).

Terdapat model untuk mengukur dan mengevaluasi penggunaan teknologi, salah satunya yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah model UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*). UTAUT 2 merupakan pengembangan model UTAUT yang sebelumnya, dimana UTAUT2 mempelajari penerimaan dan penggunaan dari sebuah teknologi yang lebih berpusat pada konteks konsumen (Venkatesh *et al*, 2012). Tujuan dari model UTAUT 2 adalah mengidentifikasi tiga variabel penting dari penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi baik untuk umum maupun konsumen, memodifikasi beberapa hubungan yang sudah ada pada konsep model UTAUT terdahulu, dan mengenalkan hubungan baru (Venkatesh *et al*, 2012). Tiga variabel baru yang

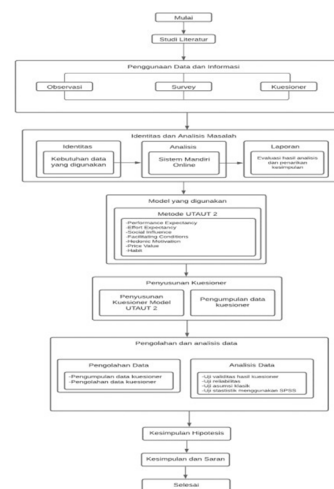
ditambahkan ialah *Hedonic Motivation* (HE), *Price Value* (PV), dan *Habit* (H).

Sebelumnya beberapa peneliti telah menggunakan model tersebut pada penelitian evaluasi. Diantaranya ialah Alotaibi dan Wald (2014) yang menerapkan model UTAUT untuk mengevaluasi pengalaman penerimaan pengguna pada *Identity Access Management Systems* (IAMS) yang menghasilkan bahwa terdapat ketidakberpengaruh pada perilaku penggunaan, kemudian Frank dan Markovic (2018) yang menerapkan UTAUT2 untuk mengvaluasi *e-Government Project* dimana menghasilkan semua hipotesis memiliki pengaruh yang signifikan, lalu Kalamatiandan Malamateniou (2017) yang menerapkan UTAUT2 dengan tujuan mendeskripsikan sebuah model evaluasi untuk menginvestigasi kesuksesan e- Government Project dimana hasilnya *variabel gender, social influence, dan hedonic motivation* secara tidak signifikan memiliki pengaruh. Maka dari beberapa penelitian tersebut, mempertegas bahwa model UTAUT2 telah digunakan untuk penelitian terkait evaluasi.

Penelitian ini akan memfokuskan pada pemanfaatan UTAUT II sebagai kerangka teoritis untuk mengetahui pengaruh faktor atau konstruksi UTAUT II terhadap penerimaan Mobile aplikasi Mandiri Online khususnya Mandiri kantor cabang Solo.

2. METODE PENELITIAN

Beberapa tahapan dalam penelitian dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Alur Penelitian

Gambar di atas merupakan langkah-langkah tahapan alur penelitian yang akan digunakan

dalam penelitian ini meliputi:

a. Studi Literatur

Mengetahui berbagai penelitian terdahulu yang mempunyai kaitan dengan penelitian yang dilakukan. Identifikasi masalah, merumuskan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

b. Pengumpulan Data dan Informasi
Penyusunan menggunakan model

UTAUT 2 yang terdiri dari. Survey berupa pengisian kuesioner dan wawancara secara langsung dengan nasabah Bank Mandiri Cabang Solo yang menggunakan Mandiri Online

c. Identifikasi dan Analisis Data

Setelah data terkumpul dilakukan uji validitas dan reabilitas untuk mengetahui tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Menunjukkan sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil relatif pada kuesioner dan wawancara.

d. Pengolahan dan Analisis Data

Uji statistik menggunakan software SPSS, asumsi berupa uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas serta menggunakan software SmartPLS untuk menguji hubungan antara variabel, baik sesama variabel latent maupun dengan variabel indikator, atau manifest.

e. Pengujian Hipotesis

Melakukan pengujian instrument hipotesis dengan pengolahan data SPSS dan menyimpulkan hasil pengujian terhadap analisis data yang telah dilakukan.

f. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan. Penyusunan laporan merupakan tahapan terakhir untuk hasil dari keseluruhan penelitian.

3. TINJAUAN PUSTAKA

Ada beberapa penelitian yang pernah dilakukan salah satunya oleh Penelitian Venkatesh et al., (2012). Melalui Unified Theory of Acceptance and Use of Technology

(UTAUT 2) dapat diketahui bagaimana penerimaan dan penggunaan dari sudut pandang peserta didik sebagai konsumen pengguna teknologi e-learning. Model UTAUT 2 merupakan sebuah model yang dikembangkan untuk secara efektif memprediksi, menjelaskan dan menganalisis perilaku penerimaan teknologi masyarakat untuk produk teknologi informasi. Terkait dengan penggunaan UTAUT 2 untuk mengetahui penerimaan dan penggunaan e-learning, peneliti tidak memasukkan konstruk Price value ke dalam model yang akan diteliti dengan asumsi bahwa subjek penelitian telah memiliki media elektronik sehingga tidak memerlukan biaya untuk membeli perangkat elektronik tambahan, oleh sebab itu peneliti hanya menggunakan delapan variabel.

Serta ada juga Huda dan Fertina (2018) terhadap 127 pengguna *e-money* Bank Mandiri yang berada di Kecamatan Ciputat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 10 hipotesis yang diuji, mayoritas hipotesis diterima sebanyak 7 hipotesis dan yang ditolak sebanyak 3 hipotesis. Variabel *habit* merupakan faktor dengan pengaruh terbesar dan *effort expectancy* menjadi faktor dengan pengaruh terkecil. Manfaat dari penelitian yang diberikannya dapat menjadi rekomendasi terkait dengan model UTAUT2 yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan *e-money* Bank Mandiri kedepannya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* terhadap minat nasabah menggunakan *mobile mandiri online* pada nasabah Mandiri cabang Solo.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menguji hipotesis. Metode pengumpulan data menggunakan metode *survey* dengan kuesioner dalam pengumpulan data. Objek dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada Bank Mandiri cabang Solo. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan Bank Mandiri *mobile banking* di Solo. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* pada

Bank Mandiri di Solo. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*.



Gambar 2. QR Code Link Kuesioner

Banyak kuesioner yang disebar berdasarkan kesediaan nasabah yang menggunakan layanan mobile banking pada Bank Mandiri cabang Solo menjadi responden dalam penelitian ini. Pelaksanaan penelitian ini dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada responden dengan alternatif scan QR Code yang mengarah ke link kuesioner.

Metode pengambilan sampel dengan metode convenience sampling yaitu teknik pengambilan sampel secara bebas. Jumlah kuesioner yang diperoleh dan dapat diolah sebanyak 268 kuesioner. Proses pengambilan sampel berdasarkan responden pada Bank Mandiri cabang Solo ditunjukkan pada ditunjukkan pada tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1. Jumlah Kuisisioner

Kriteria	Jumlah
Kuesioner yang disebar	268
Kuesioner yang kembali	268
Respon rate = $268 / 268 \times 100\%$	100%
Data yang diperoleh	268
Data yang tidak dapat diolah	0
Jumlah Kuesioner Siap	
Dianalisis	268
Usable respon rate = $268 / 268 \times 100\%$	100%

Dari data yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang diberikan secara langsung kepada responden. Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa kuesioner yang disebar peneliti sebanyak 268 kuesioner kepada responden, kuesioner yang

kembali sebanyak 268 kuesioner. Total sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 268 kuesioner.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur itu bisa mengukur apa yang ingin diukur. Guna melihat valid atau tidaknya sebuah data maka kolom yang dilihat adalah kolom pearson correlation. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > 0,1697$. Untuk melihat tingkat validitas semua item pernyataan kuesioner yang penulis susun, dapat dilihat pada tabel 2. di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel

No	Indikator	r hitung	simpulan	Keterangan
1	PE_1	0,853	Valid	$r_{hitung} > 0,1697$
2	PE_2	0,875	Valid	$r_{hitung} > 0,1697$
3	PE_3	0,874	Valid	$r_{hitung} > 0,1697$

c. Persamaan Regresi Linier Berganda

Hasil perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan Statistical Program for Social Science (SPSS), didapatkan tabel coefficients dibawah ini. Dari tabel 4. dapat diambil beberapa kesimpulan, salah satunya adalah persamaan regresi linier berganda.

Tabel 3. Hasil Uji Regregi Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standard Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	3.416	1.091		3.132	.002
PE	.1746	.0134	.1486	26.208	.000
EE	-.0476	.0194	-.278	-4.906	.030
SI	.0050	.0102	.056	.972	.1256
HM	.0456	.0174	.258	4.886	.010
PV	.0030	.0082	.036	.952	.1236

Melihat nilai *Unstandardized Coefficients Beta* di atas, maka dapat ditentukan

persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan dari penelitian ini, sebagai berikut:

$$Y = 3,416 + 1,746 X_1 - 0,476 X_2 + 0,050 X_3 + 0,456 X_4 + 0,030 X_5$$

Yang berarti bahwa:

- a. Konstanta sebesar 3,416 yang berarti jika variabel *Performance expectancy*, *Effort expectancy*, *Social influence*, *Hedonic Motivation* dan *Price Value* dianggap nol maka variabel *Behavior intention* hanya sebesar 3,416.
- b. Koefisien regresi variabel *Performance expectancy* diperoleh nilai sebesar 1,746 yang berarti jika variabel *Performance expectancy* mengalami kenaikan sementara variabel *Effort expectancy*, *Social influence*, *Hedonic Motivation* dan *Price Value* diasumsikan tetap maka variabel *Behavior intention* juga akan mengalami kenaikan sebesar 1,746.
- c. Koefisien regresi variabel *Effort expectancy* diperoleh nilai sebesar -0,476 yang berarti jika variabel *Effort expectancy* mengalami kenaikan sementara variabel *Performance expectancy*, *Social influence*, *Hedonic Motivation* dan *Price Value* diasumsikan tetap maka variabel *Behavior intention* akan mengalami penurunan sebesar 0,476.
- d. Koefisien regresi variabel *Social influence* diperoleh nilai sebesar 0,050 yang berarti jika variabel *Social influence* mengalami kenaikan sementara variabel *Performance expectancy*, *Effort expectancy*, *Hedonic Motivation* dan *Price Value* diasumsikan tetap maka variabel *Behavior intention* juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,050.
- e. Koefisien regresi variabel *Hedonic Motivation* diperoleh nilai sebesar 0,456 yang berarti jika variabel *Hedonic Motivation* mengalami kenaikan sementara variabel *Performance expectancy*, *Effort expectancy*, *Social influence* dan *Price Value* diasumsikan tetap maka variabel *Behavior intention* akan mengalami

kenaikan sebesar 0,456.

- f. Koefisien regresi variabel *Price Value* diperoleh nilai sebesar 0,030 yang berarti jika variabel *Price Value* mengalami kenaikan sementara variabel *Performance expectancy*, *Effort expectancy*, *Social influence* dan *Hedonic Motivation* diasumsikan tetap maka variabel *Behavior intention* akan mengalami kenaikan sebesar 0,030.

d. Uji SmartPLS

Pengujian ini dilakukan untuk menjelaskan varian dari tiap target endogenous variabel (variabel yang dianggap dipengaruhi oleh variabel lain dalam model) dengan standar pengukuran sekitar 0,670 sebagai kuat, sekitar 0,333 moderat, dan 0,190 atau di bawahnya menunjukkan tingkat varian yang. Untuk mendapat nilai R² dapat dihitung melalui:

Tabel 4. Hasil Uji R-square dengan SmartPLS

Variabel	R Square
Behavioral Intention	0.862
Use Behavior	0.855

1) T-test

Pada tahap pengujian t-test ini dilakukan melalui metode bootstrapping pada SmartPLS, menggunakan uji two - tailed dengan tingkat signifikansi 10% untuk menguji hipotesis - hipotesis penelitian. Hipotesis tersebut akan diterima jika memiliki t-test lebih besar dari 1,645. Untuk memperoleh nilai t-test dapat dihitung melalui rumus berikut:

Tabel 5. Hasil Uji T-test Dilihat dari hasil pengujian t-test

Hubungan antar Variabel (Jalur)	T-test
PE → BI	26.208
EE → BI	-4.906
SI → BI	972
FC → BI	17.110

HM → BI	-4.886
PV → BI	1.952
HT → BI	17.090
FC → UB	17.110
HT → UB	17.090
BI → UB	7.208 5

pada tabel 4.36 bahwa terdapat tiga nilai t-test yang kurang dari 1,654 yaitu adalah hubungan antara variabel EE?BI yang memiliki nilai t-test - 4.906, SI?BI yang memiliki nilai t-test - 972, dan HM?BI yang memiliki nilai t-test - 4.886. Dengan kata lain hasil ini menunjukkan bahwa dari 10 hipotesis terdapat tiga hipotesis yang tidak diterima.

e. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat besarnya nilai pada t_{tabel} dari tabel *coefficient* pada tabel 4.35. dan tabel 4.36. Nilai t_{tabel} digunakan sebagai batas untuk menolak atau menerima hipotesis. Apabila t_{hitung} berada pada rentang nilai t_{tabel} , maka hipotesis ditolak dan dengan kata lain menerima H_0 .

Inisial	Hipotesis	Hasil
H1	Harapan	Diterima
H2	Harapan akan usaha (<i>Effort expectancy</i>) mempunyai Pengaruh positif terhadap minat untuk berperilaku (<i>Behavior intention</i>)	Ditolak
H3	Pengaruh sosial (<i>Social influence</i>) mempunyai pengaruhPositif	Ditolak

	terhadap minat untuk berperilaku (<i>Behavior intention</i>)	
H4	Kondisi pendukung (<i>Facilitating condition</i>) mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku pengguna (<i>Use behavior</i>)	Diterima
H5	Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>) mempunyai pengaruh positif terhadap minat untuk berperilaku (<i>Behavior intention</i>)	Ditolak
H6	Nilai Harga (<i>Price Value</i>) mempunyai pengaruh positif terhadap minat untuk berperilaku (<i>Behavior intention</i>)	Diterima
H7	Kebiasaan (<i>Habit</i>) mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku pengguna (<i>Use behavior</i>)	Diterima
H8	Minat untuk berperilaku (<i>Behavior intention</i>) mempunyai pengaruh positif terhadap	Diterima

	perilaku pengguna (<i>Use behavior</i>)	
--	---	--

5. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Secara keseluruhan hasil *performance expectancy*, *price value*, *habit* dan *facilitating conditions* Mandiri Mobile Banking mempunyai hasil positif (diterima) serta mempengaruhi *behavior intention* nasabah, tetapi disisi lain berbanding terbalik dengan *effort expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation* yang mendapatkan respon negative (ditolak) dari sisi *behavior intention* nasabah.
2. Hasil *facilitating condition*, *Habit* dan *behavior intention* terhadap *use behavior* Mandiri online secara bersama-sama sudah cukup mempengaruhi sebesar 40,9% nasabah cabang Solo sedangkan sisanya sebesar 49,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
3. Rekomendasi yang dihasilkan menunjukan bahwa Mandiri online sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah, hanya saja dari segi tampilan aplikasi berdasarkan dari *effort expectancy* masih ada yang kebingungan dengan tampilan pada *User Interface mobile banking* Mandiri masih belum *user friendly*.
4. Berdasarkan metode UTAUT2, *Performance expectancy* mempengaruhi aplikasi Mandiri online secara dominan pada penelitian di Bank Mandiri cabang Solo.

b. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan penulis untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut :

- 1) Pada penelitian yang telah dilakukan

terdapat dua uji yang digunakan sebaiknya penelitian selanjutnya menggunakan uji lainnya untuk memperkuat atau mendapatkan hasil yang lebih akurat dan optimal.

- 2) Pada penelitian selanjutnya seharusnya dilakukan di Bank Mandiri Cabang yang berbeda.

6. REFERENSI

- Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem informasi keperilakuan. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono, Prof., Dr. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta, CV, Bandung
- Wirawan. (2012). Evaluasi: Teori, Model, Stadar, Aplikasi dan Profesi, Rajawati Pers, Jakarta
- Nematollahi, M., Moosavi, A., Lazem, M., Aslani, N., Kafashi, M., & Garavand, A. (2017). Factors affecting in adoption and use of electronic medical record based on unified theory of acceptance and use of technology in Iran. *Shiraz E-Medical Journal*, 18(9).
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance Of Electronic Commerce: Integrating Trust And Risk With The Technology Acceptance Model. *International Journal Of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134.
- Prabo, A. S. (2015). Evaluasi Penerimaan User Teknologi Mobile Banking di Yogyakarta (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada)