

**PENGARUH KEMUDAHAN NASABAH TERHADAP PENGGUNAAN
INTERNET BANKING KLIKBCA DI PT BANK CENTRAL ASIA
TBK CABANG UTAMA PANGKAL PINANG
PROVINSI BANGKA BELITUNG**

Sutrimono¹⁾* dan Maria²⁾

¹⁾ Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, ISIIP YAPIS Biak

²⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka

sutrimonotetuko1970@gmail.com*

Received: 23 – 03 – 2024

Accepted: 16 – 04 – 2024

Published: 29 – 04 – 2024

Abstrak

Penulis membuat penelitian ini dengan tujuan untuk menganalisis dan memperoleh bukti atas pengaruh kemudahan transaksi (ease of use) terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking KlikBCA. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap bank khususnya bank BCA agar dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat dan mudah bagi para nasabahnya. Objek dari penelitian ini adalah para nasabah PT Bank Central Asia Tbk yang pernah dan ingin menggunakan kembali internet banking. Data yang digunakan dalam penelitian dalam penelitian ini adalah data yang berupa kuesioner yang disebar ke nasabah 96 responden dan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner secara langsung dengan metode non probability sampling : purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan transaksi (ease of use) berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking.

Kata Kunci: Internet Banking, KlikBCA, Kemudahan Penggunaan dan Kenyamanan.

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER CONVENIENCE ON THE USE OF KLIKBCA
INTERNET BANKING AT PT BANK CENTRAL ASIA TBK PANGKAL PINANG
MAIN BRANCH, BANGKA BELITUNG PROVINCE**

Abstract

The author conducted this research with the aim of analyzing and obtaining evidence of the influence of ease of use on customer interest in using KlikBCA internet banking. It is hoped that the results of this research will contribute to banks, especially BCA Bank, so that they can provide faster and easier services for their customers. The object of this research is PT Bank Central Asia Tbk customers who have used and want to use internet banking again. The data used in research in this study is data in the form of questionnaires distributed to 96 respondent customers and data collection was carried out using questionnaires directly with a non-probability sampling method: purposive sampling. The results of this research show that ease of use has a positive effect on customers' interest in using internet banking.

Kata Kunci: Internet Banking, KlikBCA, Ease of Use and Convenience.

PENDAHULUAN

Kemajuan dan perkembangan terhadap teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju, di yakini telah berkontribusi besar terhadap tingkat pertumbuhan yang signifikan, beberapa sektor yang mengalami perubahan akibat dari kemajuan dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi antara lain pertahanan, keamanan, perekonomian, sosial budaya serta pendidikan, terutama jasa perbankan. Teknologi informasi dan komunikasi memiliki peran penting dalam menunjang daya saing perusahaan, misalnya dalam hal perkembangan penciptaan atau penyampaian informasi dan komunikasi jasa baru, peningkatan keterlibatan pelanggan dalam operasional perusahaan, pembentukan departemen pelayanan pelanggan tersentralisasi, dan pengembangan database yang akurat. Salah satu bentuk dari penggunaan teknologi informasi adalah *internet banking*. Penggunaan *internet banking* memudahkan nasabah dalam bertransaksi perbankan dengan melalui jaringan akses *website* dan menggunakan *software service provider bank*.

Menurut Kusuma dan Susilowati, (2007), sistem perbankan ini memudahkan nasabah untuk dapat mengakses rekening bank di lokasi yang memiliki akses *internet*. Hasilnya para pengguna jasa perbankan *internet banking* yang terdaftar dapat melakukan dan mengakses transaksi perbankan umum seperti pemindahan data, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, serta memeriksa saldo rekening, dan masih banyak yang dapat dilakukan secara *self servise*. Kehadiran *internet banking* telah membawa perubahan mendasar pada jenis pelayanan perbankan, dari yang awalnya

banking delivery channels ke arah *self servise channels* yaitu *internet banking*.

Persaingan antar perbankan pada era sekarang terletak pada pelayanan nasabah, untuk itu bank BCA selalu meningkatkan kualitas pelayanan bagi nasabah dan mempertahankan *engagement* nasabah. Begitu pula dengan perkembangan teknologi saat ini yang semakin canggih, BCA tidak melewati peluang tersebut dengan begitu saja. BCA terus berusaha berinovasi dalam menciptakan pelayanan perbankan untuk mempermudah proses transaksi nasabahnya. Adapun bentuk pelayanan itu, terciptalah inovasi-inovasi BCA yang bertujuan agar nasabah dapat bertransaksi finansial dengan praktis, mudah, aman dan nyaman.

BCA merupakan *market leader internet banking* di Indonesia dengan layanan *internet banking* KlikBCA. Awalnya KlikBCA dibuat dengan menggunakan tampilan serupa dengan tampilan layar ATM BCA, sehingga nasabah akan dimudahkan dalam menggunakan *internet banking* KlikBCA. Penggunaan layar yang serupa dengan layar ATM memungkinkan optimalnya kecepatan untuk mengakses *internet banking* KikBCA tersebut karena pada saat peluncuran pertamanya koneksi *internet* masih berupa *dial up* sehingga BCA harus mengutamakan kecepatan akses *internet banking*. Seiring berkembangnya kecepatan dan teknologi *internet*, BCA terus mengembangkan *internet banking* KlikBCA agar lebih menarik dan interaktif dengan penambahan fitur-fitur terbaru, Walaupun pada tahun 2001, *domain* situs BCA banyak dipalsukan (misalnya : www.klickbca.com, www.klikbac.com, www.KlikBCA.com, www.kilkbca.com, www.clikbca.com) tetapi BCA segera menindaklanjuti kasus

tersebut agar data-data nasabah tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak berwenang. Dan hak tersebut tidak membuat jumlah pengguna *internet banking* Klik BCA menurun.

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu, artikel ini mencoba untuk menganalisis faktor apa yang berpengaruh terhadap minat penggunaan variabel minat untuk menggunakan (*intention to use*) *internet banking* KlikBCA sebagai variabel dependen. Sedangkan untuk variabel independennya, analisis ini menggunakan variabel kemudahan penggunaan (*ease of use*). Dalam analisis ini, sampel diambil dari nasabah PT Bank Central Asia Cabang Utama Pangkalpinang. Alasan penggunaan bank BCA merupakan salah satu market leader *internet banking* pada sektor perbankan di Indonesia. Berdasarkan alasan tersebut, maka masalah dalam artikel ini adalah untuk menganalisis kemudahan nasabah terhadap penggunaan *internet banking* KlikBCA di PT Bank Central Asia Tbk Cabang Utama Pangkalpinang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana metode kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka-angka atau bilangan berupa kuesioner yang kemudian pada metode ini dilakukan analisis data dengan cara mengklasifikasikan, membandingkan dan menghitung. Analisis kuantitatif ini dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat analisis statistik.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* : *Purposive or Judgment Sampling* berdasarkan variabel dependen dan independen serta menggunakan skala *Likert* untuk mengetahui respon dari responden yang ada mengenai pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use*) terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* KlikBCA.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengujian Validitas

Setelah dilakukan pengujian validitas diperoleh koefisien korelasi butir (r -hitung) untuk 20 butir instrument (kuesioner) dengan sampel sebanyak 97 orang ($n = 97$ responden), dengan $\alpha = 0,025$ pada derajat bebas (df) 97-2 maka didapat nilai r tabel 0,1996. Artinya bila r hitung $< r$ tabel, maka butir instrumen tersebut tidak valid dan apabila r hitung $> r$ tabel, maka butir instrumen tersebut valid (dapat digunakan). Dari perhitungan statistik untuk masing-masing variabel, ternyata bahwa r hitung yang diperoleh lebih besar dari r tabel, sehingga dikatakan bahwa rata-rata semua butir kuesioner berpredikat valid. Nilai-nilai koefisien korelasi untuk uji validitas instrumen setiap variabel, disajikan sebagai berikut:

Pengujian Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)

Nomor Kuesioner	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,720	0,1996	Valid
2	0,705	0,1996	Valid
3	0,666	0,1996	Valid
4	0,663	0,1996	Valid

Berdasarkan data yang tertera pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai Koefisien Korelasi untuk uji validitas instrument variabel Kemudahan Penggunaan / *Ease of Use* (X1) yang diperoleh rata-rata lebih besar dari r-tabel dan instrument sebanyak 4 butir pertanyaan dinyatakan *Valid*.

B. Pengujian Reliabilitas

Menurut Ghazali, 2005. Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Melalui perhitungan dengan bantuan program JASP Universitas Van-Amsterdam. Diperoleh nilai Koefisien Reabilitas *Alpha Cronbach*, dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Pengujian Koefisien Reliabilitas				
No	Variabel	Nomor Kuesioner	Nilai Alpha (Cronbach)	Keterangan
1	Persepsi Kemudahan Penggunaan / <i>Ease of Use</i> (X1)	1 - 4	0,630	Reliabel

Berdasarkan Tabel di atas dapat terlihat bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Alpha Cronbach yang lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini berstatus reliabel.

C. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, agar data sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian meliputi:

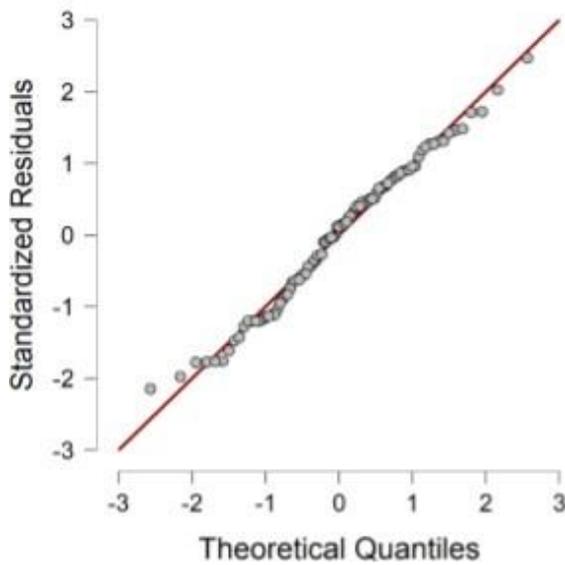
1. Normalitas Data

Menurut Ghazali, 2005. Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen atau independen mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dilakukan pada nilai residual model pada output *Q-Q Plot Standardized Residuals* menggunakan aplikasi *JASP Univerrsiteitvan-amsterdam*.

Adapun cara analisis yang dilakukan adalah dengan menggunakan grafik normal plot, dimana:

- Jika penyebaran data mengikuti garis normal, maka data berdistribusi normal.
- Jika penyebaran data tidak mengikuti garis normal, maka data distribusi tidak normal.

Q-Q Plot Standardized Residuals



Berdasarkan di atas dari Q-Q Plot Standardized Residuals (Normalitas) dapat diketahui bahwa data yang tepencar di sekeliling garis diagonal, menyertai arah garis diagonal dan nampak tidak menyebar melewati garis diagonal. Data dikatakan berdistribusi normal apabila keberadaan titik-titik sangat dekat dengan garis atau menempelpada garis maka dapat ditetapkan bahwa data uji normalitas ini terdistribusikan dengan normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, maka dapat dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF) serta besaran korelasi antar variabel independen.

Hasil Uji Multikolinieritas

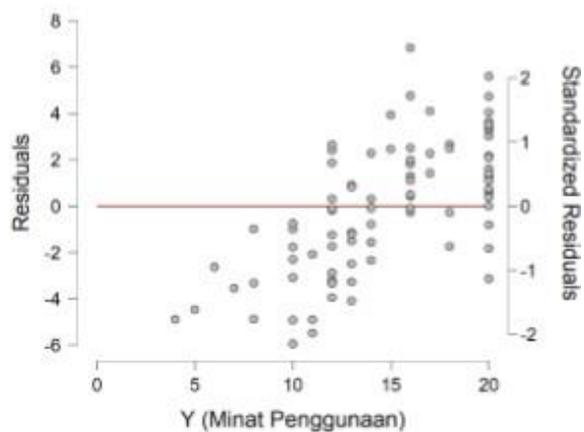
Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
(Constants)		
Persepsi Penggunaan / Ease of Use (X1)	0.822	1.217

Berdasarkan data dari Tabel tersebut, menunjukkan bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai tolerance mendekati angka 1. Dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) disekitar angka 1 sehingga kurang dari angka 10. Apabila hasil dari nilai tolerance mendekati 1, maka dapat diperoleh hasil bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap variabel bebas. Demikian juga dengan nilai VIF, jika nilai VIF yang diperoleh <10, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada *multicollinearity* antara variabel bebas. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolonieritas dalam persamaan regresi.

3. Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedasitas digunakan guna mendeteksi ada dan tidak adanya heterokedastisitas pada suatu model dengan dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model.

Residuals vs. Dependent



Dapat dilihat pada gambar diatas bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas pada grafik *scatter plot* memperlihatkan bahwa titik-titik berpencar di bagian atas dan bawah angka atau sekitar angka 0. Hal ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai memprediksi minat ulang nasabah.

D. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah 4 (empat) variabel bebas dan 1 (satu) variabel terikat. Keempat variabel bebas dari masingmasing variabel tersebut yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan / *Ease of Use* (X1) sedangkan yang dijadikan variabel terikat adalah Minat Untuk Menggunakan (Intention to Use) Internet banking KlikBCA (Y). Data hasil penelitian yang disajikan melalui pengolahan data dengan bantuan program JASP 0.14.1.0 *Universiteit-Van-Amsterdam*.

1. Persamaan Regresi

Hasil perhitungan statistik yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program JASP 0.14.1.0 *Universiteit-Van-Amsterdam*. maka diperoleh nilai persamaan regresi linier berganda antara variabel bebas tersebut yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan / *Ease of Use* (X1) dan variabel terikat adalah Minat Untuk Menggunakan (*Intention to Use*) Internet banking KlikBCA (Y). Dapat dijelaskan melalui gambar di bawah ini:

Persamaan Regresi

Coefficients							Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized	Standard Error	Standardized	t	p	Tolerance	VIF
Hs	(Intercept)	-31.175	4.529		-6.883	<.001		
	X1 (Ease Of Use)	0.777	0.170	0.356	4.574	<.001	0.822	1.217

Dari gambar di atas, maka persamaan regresi berganda dapat diketahui sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1$$

$$Y = -31,175 + 0,777X_1$$

Berdasarkan persamaan dapat diketahui bahwa variabel bebas yang berpengaruh adalah variabel Kemudahan Penggunaan / *Ease of Use* (X1) dengan koefisien 0,777. Dari persamaan tersebut dapat terlihat bahwa variabel bebas (Persepsi Kemudahan Penggunaan / *Ease of Use* (X1) berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan *internet banking*. Intercept sebesar -31,175, artinya jika variabel bebas (Persepsi Kemudahan Penggunaan / *Ease of Use* (X1) maka variabel terikat adalah Minat Untuk Menggunakan (*Intention to Use*) Internet banking KlikBCA (Y) memiliki konstanta -31,175.

E. Pengujian Hipotesis.

1. Uji T (T-test)

Uji T (T-test) ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh secara parsial (individu) variabel-variabel independen (Persepsi Kemudahan Penggunaan/ *Ease of Use* (X1), terhadap variabel dependen

Minat Nasabah Untuk Menggunakan (*Intention to Use*) *Internet banking* KlikBCA (Y), atau menguji signifikansi konstanta dan variabel Dependen. Hasil uji dari masing-masing hipotesis yang dilakukan mendapatkan hasil penjabaran sebagai berikut:

a) Tes Hipotesis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan / *Ease of Use* (X1) terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan (*Intention to Use*) *Internet banking* KlikBCA (Y). Dikemukakan hipotesis :

H1 : Pengaruh kemudahan penggunaan (*ease of use*), berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan (*intention to use*) *internet banking* KlikBCA.

Dari hasil perhitungan didapat nilai t hitung sebesar 4,574 dengan tingkat signifikansi sebesar $<,001$. Apabila dilihat dari nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 dan dari hasil perhitungan, diperoleh nilai t hitung sebesar 4,574, sedangkan t tabel dengan derajat bebas 92 pada α (0,05) sebesar (1,66159). Dengan demikian t hitung (4,574) $>$ t tabel (1,66159), sehingga dapat disimpulkan H1 diterima, artinya bahwa ada pengaruh variabel Persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use*), berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan (*intention to use*) *internet banking* KlikBCA.

2. Uji F (F-test)

Uji F (F-test) dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel variabel independen (Persepsi Kemudahan Penggunaan / *Ease of Use* (X1), secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel tak bebas Minat Nasabah Untuk Menggunakan (*Intention to Use*) *Internet banking* KlikBCA (Y). Hasil perhitungan uji F dapat dilihat dibawah ini :

Hasil Perhitungan Uji F

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
Ho	Regression	874.473	4	218.618	27.270	$<,001$
	Residual	737.548	92	8.017		
	Total	1612.021	96			

Kriteria yang digunakan adalah :

Ho : Tidak ada pengaruh Kemudahan Penggunaan / *Ease of Use* (X1), terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan (*Intention to Use*) *Internet banking* KlikBCA (Y).

H1 : Ada pengaruh Kemudahan Penggunaan / *Ease of Use* (X1), H1 : Ada pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan / *Ease of Use* (X1), terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan (*Intention to Use*) *Internet banking* KlikBCA (Y).

Dari hasil perhitungan didapat nilai F hitung sebesar 27,270 dengan probabilitas signifikansi mendekati nol (P value = $<,001$), Sedangkan nilai Ftabel dengan derajat bebas pembilang 4 dan penyebut 92 pada α (0,005) sebesar 3,10 Dengan demikian Fhitung (27,270) $>$ Ftabel(3,10). Dengan demikian Ho ditolak, artinya bahwa variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan / *Ease of Use* (X1), secara bersama-sama

mempunyai pengaruh yang berartiterhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan (Intention to Use) *Internet banking* KlikBCA(Y).

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan serta hasil penelitian yang sudah dilaksanakan maka terdapat kesimpulan yang didapat disimpulkan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Variabel pengaruh Kemudahan Penggunaan / *Ease of Use* (X1) berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah Menggunakan (Intention to Use) *Internet banking* KlikBCA (Y). Ini ditandai dengan nilai t hitung variabel adalah 4,574 dan lebih besar dari pada t tabel dengan derajat bebas 92 pada a (0,05) sebesar (1,66159). Pengaruh yang diberikan bersifat positif, hal ini terlihat dari besarnya koefisien variabel atau dapat diketahui berdasarkan hasil perhitungan dan pengolahan data yang diperoleh bernilai sign sebesar <,001.
2. Besarnya koefisien determinasi yang disesuaikan (adjusted R²) sebesar 0,523 artinya 52,3% variasi dari semua variabel bebas Persepsi Kemudahan Penggunaan / *Ease of Use* (X1), dapat menerangkan variabel tak bebas Minat Nasabah Untuk Menggunakan (*Intention to Use*) *Internet banking* KlikBCA (Y), sedangkan sisanya sebesar 47,7% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.
3. Adanya pengaruh signifikan variabel bebas tersebut yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan / *Ease of Use* (X1), dan variabel terikat adalah Minat Untuk Menggunakan (*Intention to Use*) *Internet banking* KlikBCA (Y). Dengan

dibuktikan diperoleh nilai Ftabel dengan derajat bebas pembilang 4 dan penyebut 92 pada a (0,005) sebesar 3,10 Dengan demikian Fhitung (27,270) > Ftabel (3,10). Dengan demikian Fhitung (27,270) > Ftabel (3,10), sehingga terbukti jelas H₀ ditolak dan H₁ diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Alter, Steven 1992. *Information systems : A Menagement Perspective*. Benyamin/Cummings, California.
- B. Romney, Marshal & Paul John Stembart, 2005, *Accounting Information System* , oleh Dewi Fitriasari dan Deny Amos Kwary, Jakarta : Salemba Empat.
- Gilang Rizky Amijaya. (2010). ‘Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)’ Semarang Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Hadri Kusuma dan Dwi Susilowati. (2007). “Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta”. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*.
- Hariato, Herry. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease Of Use*), Kenyamanan (*Convenience*), Kepercayaan (*Trust*), dan

- Ketersediaan Fitur (Feature Availability) Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Klik BCA.
- Jogiyanto HM. 2000. Analisis dan Desain Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktif Aplikasi Bisnis Yogyakarta.
- Jogiyanto HM. 2005. Analisis dan Desain Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktis Aplikasi Bisnis. Andi. Yogyakarta.
- Krismiaji, 2005. Sistem Informasi Akuntansi, Edisi Kedua; Yogyakarta : Akademi Manajemen. Perusahaan YKPN.
- Kusuma & Susilowati. (2007). Determinasi Pengadopsian Layanan Internet Banking Perspektif Konsumen Perbankan DIY. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*. Vol. 11, No. 2.
- Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi, 2007. “Faktor –faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*”. Jurusan Ekonomi Akuntansi, Fakultas Ekonomi. Universitas Kristen Petra.