



<http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>

MINAT PENGGUNAAN APLIKASI MYBCA DALAM PERSPEKTIF MODEL TAM

Maysa Debora¹, Euis Widiati²

Abstrak

Permasalahan yang ditemukan adalah pengetahuan nasabah mengenai fitur myBCA masih kurang, sehingga nasabah lebih memilih untuk melakukan transaksi melalui *mobile banking*, ATM atau datang ke kantor. Selain itu rendahnya jumlah pengguna aplikasi myBCA dan kurangnya penyampaian edukasi dan promosi. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan dalam meningkatkan minat penggunaan aplikasi myBCA. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden melalui kriteria pengambilan sampel nasabah yang aktif menggunakan myBCA lebih dari satu tahun di wilayah Jakarta. Metode analisis yang digunakan yakni analisis kuantitatif, uji regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisa didapatkan bahwa secara simultan persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan memberikan pengaruh yang signifikan pada minat menggunakan myBCA, dan secara parsial persepsi kemudahan memberikan pengaruh yang signifikan pada minat menggunakan myBCA serta persepsi kegunaan memberikan pengaruh yang signifikan pada minat menggunakan myBCA.

Kata kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Minat Menggunakan, Aplikasi myBCA.

Abstract

The problem found is that customer knowledge about myBCA features is still lacking, so customers prefer to make transactions through mobile banking, ATMs or come to the office. In addition, the low number of myBCA application users, and the lack of education and promotion delivery. This study aims to determine the perception of ease and perceived usability in increasing interest in using the myBCA application. The data collection technique in this study used a questionnaire distributed to 100 respondents through sampling criteria were customers who had been actively using myBCA for more than one year, in the Jakarta area. The analysis method used is quantitative analysis, multiple linear regression tests. Based on the results of the analysis, it was found that simultaneously the perception of convenience and the perception of usability had a significant influence on interest in using myBCA, and partially the perception of convenience had a significant influence on interest in using myBCA and the perception of usability had a significant influence on interest in using myBCA.

Keywords: *Perceived Convenience, Perceived Usefulness, Interest in Using myBCA.*

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan
Bisnis, Universitas Sahid
maysadebora01@gmail.com
euis_widiati@usahid.ac.id

PENDAHULUAN

Adanya internet dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat segalanya menjadi mungkin cepat dan dapat dilakukan melalui gadget. Sebagai lembaga yang terus berkembang, sektor perbankan melihat peluang yang sangat besar. Bank memantau peluang ini untuk memaksimalkan layanan perbankan. Sebuah aplikasi layanan perbankan berbasis mobile dikenal dengan nama *mobile banking* atau *m-banking*. Aplikasi layanan ini memudahkan nasabah mengakses layanan dan teknologi perbankan, misalnya membantu nasabah dalam mengelola transaksi keuangan secara lebih cepat dan lebih mudah (Mahmudah, 2021).

Selama pandemi, meningkatnya permintaan untuk digitalisasi telah dipicu oleh perubahan harapan masyarakat akan layanan keuangan yang lebih cepat dan efisien. Bank harus dapat melayani nasabah dengan lebih fleksibel untuk tetap kompetitif. Sebagai respons terhadap hal ini, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) merilis Peraturan OJK No.12/POJK.03/2021 tentang Bank Umum untuk mendukung percepatan perbankan digital (Sulmi et al., 2021).

Menurut Mahmudah (2021), *mobile banking* adalah layanan perbankan yang menggunakan teknologi informasi dan memberikan nilai tambah bagi nasabah. Ini adalah layanan perbankan yang disediakan oleh bank untuk memudahkan transaksi nasabah, tetapi keefektifan dan efisiensi transaksi *mobile banking* memerlukan akses ke ponsel dan internet. Semua orang dengan ponsel dapat menggunakan layanan ini untuk bertransaksi dengan mudah, di mana saja. Berbagai layanan perbankan yang ditawarkan oleh bank diharapkan dapat memenuhi kepuasan nasabah.

Persaingan antar bank saat ini semakin ketat setiap hari. Bank yang ingin berkembang dan meningkatkan keunggulannya harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap nasabahnya. Pelayanan terbaik dari setiap bank harus mampu menciptakan kepuasan nasabah dalam penggunaan produk dan layanannya (Badaruddin & Risma, 2021). Pelayanan yang berkualitas dapat mendorong nasabah untuk terus percaya dan untuk menjalin hubungan yang baik dengan perusahaan (Nurdin et al., 2021). Menurut Sulmi et al. (2021), kepuasan nasabah akan memberikan dampak baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang bagi perusahaan. Jika pelayanan serta sarana dan prasarana yang bank berikan melebihi harapannya dalam artian kecil kemungkinan bagi nasabah untuk beralih ke bank lain. Nasabah akan cenderung kembali menggunakan produk serta layanan bank yang dinilai mampu memberikan pelayanan yang memuaskan.

BCA menyediakan dua jenis layanan *mobile banking*, yaitu BCAmobile dan myBCA. Sayangnya, banyak nasabah yang kurang mengenal myBCA dibandingkan dengan BCAmobile yang telah digunakan oleh banyak orang. Menurut keuangan.kontan.co.id (2022), pengguna BCAmobile mencapai 25,4 juta pada September 2022, mengalami peningkatan sebesar 27% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. BCAmobile juga mendukung pembukaan rekening secara online, mencapai 3 juta rekening pada September 2022, dengan peningkatan sebesar 30% dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan transaksi BCAmobile tidak hanya terbatas pada transfer, tetapi juga mencakup transaksi QRIS yang mencapai 126,5 juta hingga September 2022, meningkat 436% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Sementara itu, pengguna myBCA pada tahun 2023 mencapai 60.000, sementara pengguna m-BCA mencapai 1.000.000 pengguna.

Tabel 1. Perbandingan Pengguna MyBCA, m-BCA dan M-BSI

Aplikasi		
MyBCA	m-BCA (BCAmobile)	BSI <i>mobile</i>
60.000	1.000.000	12.460

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/>

Berdasarkan tabel 1, ditemukan bahwa banyak nasabah lebih memilih menggunakan aplikasi myBCA daripada m-BCA (BCAmobile), meskipun keduanya berasal dari bank yang sama. myBCA memiliki fitur yang lebih lengkap daripada m-BCA. Namun, promosi yang dilakukan oleh Bank BCA untuk myBCA masih terbatas, terutama melalui interaksi langsung dengan nasabah dan iklan yang kurang mencolok.

Pengguna myBCA pada tahun 2023 mencapai 2.500 dengan rating 3,6 dari 5 di Appstore, sedangkan m-BCA memiliki 24.100 pengguna dengan rating 3,4 dari 5. Tingginya pengguna myBCA menunjukkan bahwa pengguna merasa puas, terlihat dari komentar positif yang menggambarkan bahwa myBCA adalah gabungan dari m-BCA dan KlikBCA dengan antarmuka pengguna yang baik, saldo yang mudah diakses, dan kemudahan dalam sinkronisasi transfer.

BCA mengembangkan myBCA sebagai platform digital mandiri berbasis *Cash Recycling Machine* antara tahun 2014-2016. myBCA memungkinkan nasabah mengakses seluruh informasi rekening dengan satu User Id melalui aplikasi iOS, Android, atau situs web. myBCA memiliki tiga fitur utama: administrasi, informasional, dan transaksional, yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Sementara itu, BCAmobile merupakan layanan perbankan *online* dengan dua layanan utama: KlikBCA individual dan m-BCA. Keunggulannya meliputi tingkat keamanan yang tinggi, fitur lengkap, dan fasilitas daftar transfer. Total ada tiga fitur di BCAmobile: m-BCA, KlikBCA, dan Info BCA. Selain itu, terdapat layanan lain seperti pembukaan rekening baru, ganti kode akses dan Flazz.

Beberapa nasabah mengalami kesulitan dalam menggunakan myBCA dan menginginkan notifikasi dalam setiap transaksi. Penelitian ini dilakukan karena BCA adalah pemimpin pasar dalam *internet* maupun *mobile banking* di Indonesia, sehingga penting untuk memahami kemudahan dan kegunaan *mobile banking* BCA. Berdasarkan penelitian Umaira (2023) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan kegunaan memberikan dampak yang signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Maheis & Farida (2023) yang mengatakan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kualitas layanan memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi flip. Sedangkan penelitian Siswoyo & Irianto (2023) menemukan bahwa persepsi manfaat tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap penggunaan aplikasi M-banking. Pengujian dimensi *Technology Acceptance Model* (TAM) juga dilakukan oleh Apriyanto dan Wahyuni (2018) yang menyatakan bahwa secara keseluruhan pengaruh *perceived quality website* terhadap minat berkunjung adalah sebesar 34,4% dan sisanya sebesar 65,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi persepsi nasabah terhadap kemudahan dan kegunaan aplikasi myBCA, minat nasabah dalam menggunakannya, serta apakah persepsi tentang kemudahan dan kegunaan mempengaruhi minat penggunaan myBCA secara simultan.

Maka dari itu dalam penelitian ini menguji tentang pengaruh persepsi kemudahan

terdapat minat penggunaan aplikasi myBCA, pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan aplikasi myBCA, dan pengaruh persepsi kemudahan dan kegunaan terhadap minat penggunaan aplikasi myBCA secara simultan.

TINJAUAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM). Model Penerimaan Teknologi, yang lebih sering disebut sebagai TAM, adalah salah satu teori yang menggambarkan korelasi antara keyakinan individu terhadap manfaat dan kemudahan dalam menggunakan sistem informasi, serta perilaku, kebutuhan, dan penggunaan sistem informasi tersebut. Tujuan utama TAM adalah untuk menjelaskan dan meramalkan penerimaan individu terhadap penggunaan sistem informasi (Davis, 1989).

Minat Konsumen. Minat perilaku adalah dorongan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu, dan tindakan ini biasanya dilakukan jika ada minat atau keinginan untuk melakukannya. Ketika berbicara tentang penggunaan sistem informasi, perilaku ini merujuk pada penggunaan sebenarnya dari teknologi tersebut, yaitu bagaimana teknologi tersebut benar-benar digunakan dalam praktiknya (Jogiyanto, 2017). Menurut penelitian Anik (2019), minat dalam penggunaan suatu teknologi merujuk pada kecenderungan individu untuk terus menggunakan teknologi tersebut. Tingkat penggunaan teknologi oleh seseorang dapat tercermin melalui sikapnya terhadap penggunaan teknologi, motivasinya untuk tetap menggunakannya, dan keinginannya untuk mengajak orang lain menggunakan teknologi tersebut.

Berdasarkan penjelasan teori yang telah disajikan, dapat dirumuskan suatu kerangka pemikiran yang akan menjadi dasar untuk merumuskan hipotesis-hipotesis penelitian yang nantinya akan diuji dan dianalisis. Adapun kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Minat Penggunaan Aplikasi myBCA Dalam Perspektif Model TAM

Maysa Debora, Euis Widiati

H1: Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan myBCA

H2: Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan myBCA

H3: Persepsi kemudahan dan kegunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan myBCA

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan kuesioner skala likert melalui *Google Form* kepada 100 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi myBCA yang berjumlah sekitar 60.000 orang. Sampel, sebagai bagian representatif dari populasi, dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan dua kriteria utama: pertama, mereka harus aktif menggunakan myBCA di wilayah Jakarta, mengingat tingginya penggunaan *mobile banking* di sana; dan kedua, mereka harus menjadi pengguna myBCA selama lebih dari satu tahun. Jumlah sampel sebanyak 100 orang ditentukan melalui rumus Slovin, dianggap mencukupi untuk mencerminkan karakteristik populasi dalam penelitian ini secara representatif. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linier Berganda.

Dalam penelitian ini pengaruh manfaat, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking adalah dimana pengaruh persepsi kegunaan (X1), dan persepsi kemudahan (X2) dan minat menggunakan (Y).

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
Persepsi Kemudahan	Mudah dipelajari (<i>ease of learn</i>)	<ul style="list-style-type: none">• Pengguna dapat memahami aplikasi dengan mudah• Pengguna dapat mempelajari fitur pada aplikasi dengan mudah
	Dapat dikontrol (<i>controllable</i>)	<ul style="list-style-type: none">• Pengguna dapat menggunakan fasilitas dan fitur aplikasi dengan baik• Pengguna dapat mengontrol penggunaan aplikasi
	Jelas dan dapat dipahami (<i>clear and understandable</i>)	<ul style="list-style-type: none">• Pengguna dapat menggunakan fitur sesuai dengan fungsi penggunaannya• Pengguna dapat melakukan transaksi melalui fitur dengan mudah
	Fleksibilitas (<i>flexible</i>)	<ul style="list-style-type: none">• Pengguna dapat menggunakan aplikasi kapan saja• Pengguna dapat menggunakan aplikasi pada beberapa jenis perangkat (<i>media</i>)
	Mudah untuk menjadi terampil/mahir (<i>easy to become skillful</i>)	<ul style="list-style-type: none">• Pengguna dapat menggunakan aplikasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya• Pengguna dapat menggunakan aplikasi untuk transaksi sehari-hari
	Mudah dioperasikan/	<ul style="list-style-type: none">• Pengguna dapat melakukan transaksi dengan mudah

Variabel	Dimensi	Indikator
Persepsi Kegunaan	digunakan (<i>easy to use</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Pengguna dapat mengoperasikan aplikasi dengan mudah
	Mempercepat pekerjaan (<i>work more quickly</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Aplikasi dapat membantu pengguna dengan mempersingkat waktu dalam pekerjaan Aplikasi dapat membantu meminimalkan tanggungan pekerjaan
	Meningkatkan kinerja (<i>improve job performance</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Aplikasi dapat membantu meningkatkan transaksi pengguna Aplikasi mempermudah pengguna dalam bertransaksi
	Meningkatkan produktivitas (<i>increase productivity</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Aplikasi dapat membantu produktivitas dalam transaksi pengguna Aplikasi dapat meningkatkan mutu dari hasil kerjaan pengguna
	Efektivitas (<i>effectiveness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Aplikasi dapat mempercepat proses transaksi Aplikasi memiliki layanan yang mampu memperlancar transaksi penggunaan
	Menjadi lebih mudah (<i>makes job easier</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Aplikasi memberikan kemudahan pengguna dalam transaksi pembelian Aplikasi memberikan layanan yang dibutuhkan oleh pengguna.
	Berguna (<i>Useful</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Aplikasi sangat berguna bagi untuk transaksi pembelian online Aplikasi memiliki fungsi yang mendukung kebutuhan transaksi harian
Minat Menggunakan	Minat transaksional	<ul style="list-style-type: none"> Pengguna berminat menggunakan aplikasi untuk memenuhi kebutuhan transaksinya Pengguna berminat menggunakan aplikasi untuk memudahkan dalam transaksinya
	Minat referensial	<ul style="list-style-type: none"> Pengguna berminat merekomendasikan aplikasi kepada orang lain Pengguna berminat membagikan pengalaman menggunakan aplikasi kepada orang lain
	Minat eksploratif	<ul style="list-style-type: none"> Pengguna berminat mendapatkan informasi yang positif tentang aplikasi Pengguna berminat memiliki mencari informasi lain tentang aplikasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda merupakan sebuah metode statistik yang dipakai untuk menginvestigasi dan mengukur hubungan antara dua atau lebih variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen). Analisis ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Hasilnya disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,154	,428		,358	,721
	Perspesi kemudahan	,227	,046	,452	4,937	,000
	Persepsi kegunaan	,270	,046	,538	5,876	,000

Setelah pengujian didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.154 + 0.227 X_1 + 0.270 X_2$$

Keterangan:

Y = Minat menggunakan

X₁ = Persepsi kemudahan

X₂ = Persepsi kegunaan

a = Konstanta

b₁ – b₂ = Koefisien Regresi

e = Standard error (tingkat kesalahan) yaitu 0.05 (5%).

Persamaan regresi dapat di interpretasikan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai konstan dalam persamaan adalah 0.154, yang mengindikasikan bahwa ketika persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan memiliki nilai nol, maka minat penggunaan aplikasi myBCA akan memiliki nilai sekitar 0.154.
2. Koefisien untuk persepsi kemudahan adalah sekitar 0.227 dan bersifat positif. Ini berarti bahwa setiap peningkatan satu tingkat dalam persepsi kemudahan akan meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan aplikasi myBCA sekitar 0.227, dengan asumsi bahwa semua variabel lainnya tetap konstan.
3. Koefisien untuk persepsi kegunaan adalah sekitar 0.270 dan juga bersifat positif. Artinya, setiap peningkatan satu tingkat dalam persepsi kegunaan akan meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan aplikasi myBCA sekitar 0.270, dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya tetap pada nilai nol.

Uji Parsial (Uji T) yang sering disebut sebagai uji parsial, digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual, dengan syarat bahwa nilai Signifikansi (sig) kurang dari 0.05 dan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel. Ketika kondisi ini terpenuhi, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan dan berarti secara individual terhadap variabel terikat. Hasil dari uji parsial (uji t) dalam penelitian ini dapat diringkas sebagai berikut:

Tabel 4. Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,154	,428		,358	,721
	Perspesi kemudahan	,227	,046	,452	4,937	,000
	Persepsi kegunaan	,270	,046	,538	5,876	,000

Berdasarkan hasil analisis yang terdokumentasi dalam tabel 4 di atas, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa persepsi kemudahan berdampak positif dan signifikan pada minat penggunaan aplikasi myBCA, sebagaimana diindikasikan oleh signifikansi statistik yang diperoleh sebesar 0.000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulmi et al. (2021), yang juga menemukan bahwa kenyamanan penggunaan berkontribusi positif terhadap minat dalam menggunakan aplikasi. Namun, hasil penelitian ini berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Nurdin et al. (2021), yang tidak menemukan dampak positif dan signifikan dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat dalam menggunakan aplikasi OVO.
2. Hipotesis kedua menyiratkan bahwa persepsi kegunaan memiliki dampak positif dan signifikan pada minat penggunaan aplikasi myBCA, yang diperkuat oleh signifikansi statistik sebesar 0.000, yang kurang dari 0.05. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan yang terdokumentasi dalam studi yang dilaksanakan oleh Sulmi et al. (2021), yang mengindikasikan bahwa penggunaan aplikasi berkontribusi secara positif terhadap minat pengguna dalam mengadopsi aplikasi tersebut. Namun, temuan penelitian ini berbeda secara signifikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurdin et al. (2021) di mana hasilnya menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak memberikan dampak positif dan signifikan terhadap minat pengguna dalam memanfaatkan layanan OVO.

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan syarat bahwa nilai Signifikansi (Sig.) kurang dari 0.05 dan nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel. Ketika kondisi ini terpenuhi, dapat dianggap bahwa variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikat. Hasil dari uji simultan (uji F) dalam penelitian ini dapat diringkas sebagai berikut:

Tabel 5. Uji F ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6447,340	2	3223,670	1851,639	,000 ^b
	Residual	189,767	109	1,741		
	Total	6637,107	111			

a. Dependent Variable: toty

b. Predictors: (Constant), totx1, totx2

Hasil analisis yang telah dijalankan menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah 0.000, yang lebih rendah dari tingkat signifikansi 0.05. Ini mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi myBCA. Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan dan manfaat dalam menggunakan myBCA, maka minat nasabah untuk menggunakan aplikasi myBCA juga akan meningkat. Dengan kata lain, tingkat kemudahan dan manfaat yang lebih tinggi dari aplikasi myBCA berdampak positif dan signifikan pada minat penggunaannya oleh nasabah.

Minat Penggunaan Aplikasi myBCA Dalam Perspektif Model TAM
Maysa Debora, Euis Widiati

Uji Koefisien Determinasi (R^2) ini digunakan untuk menentukan sejauh mana kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat, yang diukur melalui nilai R squared yang kemudian dikalikan dengan 100%. Berikut adalah hasil dari uji koefisien determinasi:

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,986 ^a	,971	,971	1,31946

a. Predictors: (Constant), totx1, totx2

b. Dependent Variable: toty

Berdasarkan olah data yang dilakukan didapatkan nilai Adjusted R square sebesar 0,971 atau 97.1% yang artinya persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan mempengaruhi minat menggunakan aplikasi myBCA sebesar 97.1% dan sisanya 2.9% minat menggunakan aplikasi myBCA dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Pada teori TAM persepsi kemudahan adalah cerminan dari penurunan usaha seseorang dalam menggunakan suatu sistem dengan kata lain seseorang memiliki pendapat jika menggunakan sistem dapat meringankan beban usahanya. Pada penelitian ini, responden memiliki pandangan bahwa menggunakan aplikasi myBCA memiliki tingkat kemudahan yang tinggi dalam transaksi terutama dalam transaksi transfer dan tarik tunai. Hal ini di tunjukkan dengan rata-rata persepsi kemudahan aplikasi myBCA yang termasuk dalam kategori sangat baik. Seseorang yang menggunakan sistem akan memperhatikan manfaat dari teknologi informasinya dimana jika sistem memiliki kegunaan yang positif maka akan semakin banyak yang tertarik untuk menggunakannya. Dengan kata lain semakin mudah penggunaan aplikasi, maka akan terasa semakin banyak manfaat dalam menggunakan aplikasi tersebut. hal ini juga tercermin dalam penggunaan aplikasi myBCA dimana responden memberikan jawaban hingga persepsi kegunaan masuk dalam kriteria sangat baik terutama dalam transaksi transfer dan tarik tunai, aplikasi myBCA sangat mudah dan kegunaannya sangat tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dalam literatur sebelumnya, khususnya dalam studi yang dilakukan oleh Sulmi et al. (2021). Temuan tersebut menegaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan aplikasi. Di sisi lain, penelitian ini menunjukkan perbedaan dengan temuan yang disajikan dalam penelitian oleh Nurdin et al. (2021), yang menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat tidak memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan OVO.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, kami dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut: Pertama, dari perspektif persepsi kemudahan, ditemukan bahwa pengguna memberikan penilaian tinggi dan menganggapnya sangat mudah. Ini menunjukkan bahwa aplikasi myBCA telah berhasil memenuhi harapan pengguna terkait dengan kemudahan penggunaan. Kedua, dalam hal persepsi kegunaan, ditemukan bahwa pengguna memberikan penilaian sangat positif dan menganggapnya sangat berguna. Ini menunjukkan bahwa aplikasi myBCA juga telah berhasil memenuhi harapan pengguna terkait dengan

kegunaannya. Ketiga, terkait dengan minat untuk menggunakan aplikasi, ditemukan bahwa pengguna menunjukkan minat tinggi, terutama karena mereka melihat manfaat dan kemudahan yang diberikan oleh penggunaan aplikasi ini. Selain itu, hasil analisis juga mengindikasikan bahwa baik persepsi kemudahan maupun persepsi kegunaan, atau keduanya, memiliki dampak positif terhadap minat pengguna untuk menggunakan aplikasi myBCA. Hal ini menggambarkan bahwa semakin mudah dan bermanfaat aplikasi ini, semakin besar kemungkinan nasabah akan menggunakannya dalam setiap transaksi. Oleh karena itu, kesimpulan dari analisis ini adalah bahwa aplikasi myBCA telah berhasil memenuhi harapan pengguna dalam hal kemudahan dan kegunaan, dan faktor-faktor ini sangat memengaruhi minat nasabah untuk menggunakan aplikasi ini dalam setiap transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A. B., & Widiati, E. Analisis Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Kemudahan Pada Minat Menggunakan Aplikasi Gofood Dengan Metode TAM. *Jurnal Manajerial*, 22(1), 73-82.
- Anik, S. (2019). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Intensi Menggunakan Internet Banking Berbasis TAM. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang*, Vol. 8 No.5 2019, h. 111.
- Apriyanto, Wahyuni, ED. (2018). Pengaruh Perceived Quality Website Terhadap Minat Berkunjung Ke Taman Wisata Matahari. *Jurnal Industri Pariwisata* Vol 1, No. 2, 2018 e-ISSN : 2620-9322
- Badaruddin, & Risma. (2021). Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Margin* Vol. 1 No. 1 Tahun 2021.
- Davis. (1989). *Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 7/1 : 55-67.
- Jogiyanto. (2017). *Sistem Informasi keprilakauan*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Maheis, P. H., & Farida, I. (2023). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Flip diJawa Tengah. *Jurnal Mirai Management*, 408-421.
- Mahmudah, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* 2020. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*.
- Nurdin , N., Ningrum, R., Bachmid, S., & Jalil, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Di Bank Mega Syariah Cabang Palu . *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* Vol. 3 No. 1.
- Putra, M., & Sari, R. C. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Siswoyo, A., & Irianto, B. S. (2023). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi *Mobile Banking*. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sulmi , 1. K., Awaluddin, M., Gani, I., & Kara, m. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking*. *IBEF Journal* Vol. 1 No. 2, Juni 2021.
- Umaira, N. (2023). Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Aspek Kemudahan dan Kegunaan

Minat Penggunaan Aplikasi myBCA Dalam Perspektif Model TAM
Maysa Debora, Euis Widiati

Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet (Studi Kasus Pada Pengguna E-Wallet OVO). *Universitas Sahid Jakarta*.