

Analisis Minat Mahasiswa Terhadap Aplikasi BSI Mobile Dalam Pembayaran E-commerce

Indika Dewi Azizah¹, Misral²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

E-mail: Misral@umri.ac.id

Abstrak

Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu bank yang menyediakan layanan mobile banking untuk membantu nasabahnya dalam bertransaksi. BSI menciptakan sebuah aplikasi yang dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi. Pengembangan BSI Mobile yang menawarkan kemampuan yang dapat diakses oleh semua orang, dimanapun, kapanpun untuk memenuhi permintaan nasabah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat seberapa minat dan tertariknya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau dalam penggunaan aplikasi BSI Mobile untuk pembayaran e-commerce.

Berdasarkan fokus permasalahan yang dikaji peneliti, maka penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel independen yaitu Minat Mahasiswa sedangkan untuk variabel dependen yaitu Pembayaran E-commerce. Sampel penelitian ini sebanyak 94 responden dari perhitungan rumus slovin dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa variabel Minat Mahasiswa memiliki t hitung sebesar 13.643 dengan nilai signifikansi 0,000. Secara statistik menunjukkan bahwa hasil t table yaitu sebesar 1,985 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa memiliki pengaruh yang signifikan antara Minat Mahasiswa terhadap Pembayaran E-Commerce pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau.

Kata kunci : Minat Mahasiswa, Pembayaran e-commerce, BSI Mobile

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan teknologi dan tuntutan pasar yang semakin meningkat, sektor perbankan perlu beradaptasi agar tetap relevan dan kompetitif. Salah satu langkah strategis untuk menanggapi perubahan ini adalah dengan mengintegrasikan teknologi dalam layanan perbankan. Perbankan syariah di Indonesia adalah contoh nyata dari inovasi dalam industri perbankan, dan penggabungan beberapa bank syariah merupakan langkah penting dalam meningkatkan kualitas layanan dan daya saing. Bank syariah Indonesia merupakan bank yang baru baru ini berpartisipasi dalam penggabungan tiga bank umum syariah (BUMN), yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS), dan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS). Sebelumnya ketiga bank ini adalah Bank komersial yang terpisah, tetapi mengembangkan pangsa pasar dan mendorong perkembangan perbankan Syariah,

Melalui BSI Mobile Bank Syariah Indonesia telah mengembangkan fungsi utamanya sebagai tempat penyimpanan dan penyaluran pembiayaan dengan melibatkan penyediaan layanan transaksi keuangan sehari-hari secara langsung kepada nasabah. Ini membuat layanan BSI Mobile menjadi sumber pendapatan fee based income yang signifikan bagi bank, yaitu

pendapatan yang diperoleh dari transaksi nasabah atau layanan bank lainnya. Salah satu contohnya adalah penggunaan BSI Mobile sebagai metode pembayaran transaksi belanja online di platform e-commerce. Transaksi belanja online memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian secara virtual melalui komputer atau smartphone tanpa perlu bertatap muka, dan hal ini telah menghasilkan peningkatan pendapatan fee based income dari BSI Mobile sebesar Rp 12,9 miliar atau meningkat sebesar 71,85% sejak awal tahun 2021 secara tahunan. Peningkatan ini terutama didorong oleh pertumbuhan besar dalam jumlah transaksi BSI Mobile, yang meningkat sebesar 97,4% secara tahunan bulan Juli 2021, mencapai total sebanyak 46,4 juta transaksi.

Dalam era digitalisasi yang pesat saat ini, e-commerce telah menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan sangat cepat di Indonesia. Beberapa platform e-commerce tersebut adalah Shopee, Tokopedia, Blibli, Traveloka, dan masih banyak lainnya. Pertumbuhan ini dipicu oleh pergeseran gaya hidup mahasiswa yang semakin cenderung untuk melakukan pembelian secara online dengan memanfaatkan teknologi. Sejalan dengan tren ini, cara pembayaran juga mengalami perubahan besar, dimana pembayaran bukan hanya melalui BSI Mobile saja, namun juga dengan menggunakan dompet digital seperti ShopeePay, Gopay, LinkAja, Alfamart dan Indomart.

Menurut direktur utama BSI, Hery Gunardi peningkatan ini sebagian besar disebabkan oleh perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia setelah pandemic COVID-19, yang menyebabkan peningkatan aktivitas bisnis e-commerce dan transaksi pembayaran belanja online, dari data ini, dapat disimpulkan bahwa minat penggunaan layanan BSI Mobile sebagai metode pembayaran dalam transaksi e-commerce cukup besar, dan hal ini berhasil meningkatkan pendapatan fee based income yang diperoleh oleh Bank Syariah Indonesia.

TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Minat adalah dorongan pada diri seseorang terhadap objek, orang, masalah atau situasi tertentu yang akan membuat hal tersebut lebih menarik perhatian mereka. Dengan kata lain, minat adalah aspek psikologis yang akan membuat seseorang sangat tertarik pada suatu aktivitas, yang kemudian mendorong mereka untuk melakukan aktivitas tersebut. Ketika seseorang telah menunjukkan minat pada suatu kegiatan, minat tersebut akan menjadi kuat sedangkan jika minat tersebut tidak diarahkan pada kegiatan tersebut maka akan menjadi lemah. Oleh karena itu, minat menjadi faktor penyebab terjadinya aktivitas yang dapat menghasilkan sesuatu.

Secara umum, minat tersebut dapat dipahami sebagai perhatian yang dapat melibatkan unsur perasaan. Ini adalah dorongan atau keinginan dari dalam diri seseorang terhadap objek tertentu. Minat bersifat pribadi, artinya setiap individu memiliki minat yang berbeda dari orang lain. Minat berkaitan erat dengan motivasi, proses pembelajaran, dan dapat juga berubah seiring dengan kebutuhan, pengalaman, serta tren yang sedang berlaku, bukan merupakan sesuatu yang sudah ada sejak lahir.

Minat seseorang terhadap suatu objek akan tampak lebih jelas ketika objek tersebut sesuai dengan sasaran serta berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan individu tersebut (Sadirman, 1990: 76). Tampubolon (1991: 41) menjelaskan bahwa minat adalah kombinasi antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang dengan adanya motivasi. Djali (2008:

121) mengemukakan bahwa minat pada dasarnya adalah bagaimana seseorang menerima hubungan antara diri sendiri dan sesuatu di luar diri mereka. Minat memiliki pengaruh besar terhadap pencapaian prestasi dalam pekerjaan, jabatan, atau karir; seseorang yang tidak memiliki minat terhadap suatu pekerjaan cenderung tidak akan dapat menyelesaikannya dengan baik. Menurut Muhammad Surya (2003: 100), minat dapat diartikan sebagai rasa suka atau tidak suka dalam menghadapi suatu objek.

Faktor-faktor yang memengaruhi munculnya minat seseorang tersebut meliputi kebutuhan fisik, sosial, emosional, dan pengalaman. Minat biasanya dimulai dari perasaan senang dan sikap positif terhadap sesuatu. Dengan demikian, minat bukanlah sesuatu yang tetap atau statis, melainkan dinamis dan dapat mengalami fluktuasi. Minat bukanlah bawaan sejak lahir, melainkan sesuatu yang dapat dipelajari dan berkembang. Artinya, sesuatu yang sebelumnya tidak diminati dapat berubah menjadi minat baru karena adanya masukan, wawasan baru, atau perubahan pola pikir.

Minat terkait erat dengan sikap dan penggunaan. Minat adalah keinginan untuk melakukan suatu perilaku. Menurut Jogiyanto, untuk memahami bagaimana seseorang menerima sistem teknologi informasi, dapat digunakan model penerimaan teknologi (Technology Acceptance Model atau TAM). TAM adalah model yang menilai penerimaan sistem teknologi informasi oleh pengguna dan dikembangkan dari model TRA (Theory of Reasoned Action). Teori ini menjelaskan bagaimana individu menerima penggunaan sistem teknologi informasi. Jika sistem tersebut dirasa mudah digunakan dan bermanfaat, maka minat pengguna akan meningkat. Oleh karena itu, semakin canggih teknologi informasi yang tersedia, semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan BSI mobile.

Perumusan hipotesis :

H1 : Diduga minat mahasiswa (X) berpengaruh terhadap pembayaran e-commerce (Y)

METODE PENELITIAN

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:73), lokasi penelitian itu adalah tempat dimana penelitian itu dilakukan. Tempat penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Riau yang berlokasi di Jl. KH. Ahmad Dahlan No.88, Kp. Melayu, Kec. Sukajadi, Kota Pekanbaru, Riau 28156, pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Peneliti memilih lokasi tersebut karena lokasi yang relevan dengan topic penelitian dan juga lokasi sudah cukup memenuhi kriteria untuk pengambilan sampel. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2024.

Berdasarkan karakteristik masalah yang diteliti, jenis metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu dengan cara mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian yang terstandarisasi. Pendekatan ini fokus pada pengukuran dan analisis data numerik untuk mengidentifikasi pola, menguji hipotesis, dan membuat generalisasi tentang fenomena yang diteliti.

. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan pendekatan kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan demikian, penelitian kuantitatif berfokus pada pengujian teori-teori atau hipotesis melalui pengukuran dan analisis data numeric, sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang objektif dan dapat digeneralisasi.

Dan menurut Sugiyono (2019) survey merupakan salah satu pendekatan dalam penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data tentang kejadian di masa lalu atau saat ini, data yang dikumpulkan dalam metode survey biasanya berkaitan dengan keyakinan, karakteristik. Perilaku, serta hubungan antar variabel pada suatu populasi. Selain itu, metode survey juga dapat dimanfaatkan untuk menguji beberapa hipotesis terkait variabel-variabel social dan psikologis, dengan cara mengambil sampel dari populasi tertentu. Pengumpulan data dalam metode survey dilakukan melalui teknik pengamatan atau penyebaran kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Regresi Sederhana

Uji Regresi linier sederhana merupakan pengujian statistik yang dilakukan pada data yang terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Dalam uji regresi linier sederhana, variabel-variabel tersebut memiliki hubungan kausal, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan formulasi regresi linier sederhana, dengan formulasi regresi linier sederhana yaitu Penelitian ini menggunakan analisis data linear sederhana untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara Spaylater dengan Literasi Keuangan. Perhitungan uji ini dilakukan dengan bantuan SPSS versi 26, Adapun hasil dari uji Analisa data dapat dilihat pada tabel berikut:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	2.576	1.045		2.465	.016
Minat Mahasiswa	.812	.060	.818	13.643	.000

Sumber : Data diolah spss26

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 2.576 + 0,812X$$

Dari hasil uji di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- b. Berdasarkan persamaan regresi yang diperoleh, terlihat bahwa nilai konstanta adalah 2.576. hal ini berarti jika variabel Minat Mahasiswa (X) konstan atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Pembayaran E-Commerce (Y) akan sebesar 2.576.
- c. Hasil uji analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel Minat Mahasiswa bernilai 0,812. Angka ini mengindikasikan bahwa jika variabel Minat Mahasiswa mengalami kenaikan sebesar 1% sementara variabel konstan, maka Pembayaran E-Commerce akan meningkat sebesar 0,812.

d. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji T bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam pengujian ini, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% atau 0,05 dengan nilai t table sebesar 1,985.

Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji T adalah:

1. H_0 diterima jika $t_{hitung} > t_{table}$ dan $\alpha < 0,05$
2. H_0 ditolak jika $t_{hitung} < t_{table}$ dan $\alpha > 0,05$

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	2.576	1.045		2.465	.016
Minat Mahasiswa	.812	.060	.818	13.643	.000

Sumber : Data diolah spss26

Berdasarkan hasil Uji T (Parsial) yang telah dilakukan diatas, diperoleh bahwa nilai t hitung = 13.643 dengan t table 1.985 yang mana t hitung > dari t table dan nilai signifikansi 0,000 dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Pembayaran E-Commerce melalui BSI Mobile berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Mahasiswa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat 63,8% mahasiswa yang menggunakan aplikasi BSI Mobile dan 36,2% mahasiswa yang tidak menggunakan aplikasi BSI Mobile. Dan berdasarkan hasil uji parsial atau uji T menunjukkan nilai t hitung sebesar 13.643 dengan tingkat signifikansi 0,000. Secara statistik, nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 1,985 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin banyak minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile, maka semakin tinggi pula pembayaran e-commerce menggunakan aplikasi BSI Mobile. Dengan kata lain semakin banyak mahasiswa yang menggunakan aplikasi BSI Mobile maka dapat meningkatkan fitur pembayaran e-commerce pada aplikasi BSI Mobile.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggaranie, G. (2017) 'Perkembangan E-Commerce Beserta Klasifikasinya', *Jurnal SupplyChain*, pp. 1–4. Available at: www.SupplyChainIndonesia.com.
- Bancin, I. W. D. and Jannah, N. (2022) 'Analisis Minat Nasabah pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile dalam Pembayaran E-Commerce: Studi Kasus pada Mahasiswa Uinsu', *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (Jikem)*, 2(2), pp. 1487–1499.
- Caron, J. and Markusen, J. R. (2016) '濟無No Title No Title No Title', pp. 1–23.
- Hafsyah, A. H. (2020) 'Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Transaksi Online (E-Commerce)', *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, pp. 94–103. Available at: <http://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma/article/view/695%0Ahttp://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma/article/download/695/266>.

- Ilhamalimy, R. R. (2020) 'Determinasi Minat Beli Online Shopee', *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(1), pp. 70–80. doi: 10.31933/jimt.v2i1.308.
- Kamarudin, J., Nursiah, N. and ... (2022) 'Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kabupaten Mamuju)', *FORECASTING: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), pp. 11–18. Available at: <https://stiemmamuju.e-journal.id/FJIIM/article/view/123%0Ahttps://stiemmamuju.e-journal.id/FJIIM/article/download/123/63>.
- Lisnawati, T., Hussaen, S. and Nuridah, S. (2023) 'Manajemen Risiko dalam Bisnis E-commerce : Mengidentifikasi ', *Jurnal Pendidikan ...*, 7, pp. 8252–8259. Available at: <https://repository.bsi.ac.id/repo/files/372665/download/11.-Publikasi-Jurnal.pdf>.
- Lumban, E. P. (2022) 'Literature Review Faktor-Faktor yang Mempengaruhi E-commerce: Bisnis, Internet dan Teknologi (Literature Review Petilaku Konsumen)', *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(6), pp. 621–628. Available at: <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i6>.
- Paramita, A., Ali, H. and Dwikoco, F. (2022) 'Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran)', *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), pp. 660–669. doi: 10.38035/jmpis.v3i2.1128.
- Rachmawati, A. T. R. I. *et al.* (2023) 'Penggunaan Bsi Mobile Dalam Transaksi E-Commerce'.
- Romdhon, M. R. (2023) 'Layanan Perbankan BSI Mobile dan Perbandingannya dengan BRImo', *Al Ashriyyah*, 9(02), p. 134. Available at: <http://jurnal.nuruliman.or.id/index.php/alashriyyah/article/view/164%0Ahttps://jurnal.nuruliman.or.id/index.php/alashriyyah/article/download/164/128>.
- Siti Sofia Sari (2023) 'Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia KC Medan Aksara', *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 3(3), pp. 55–62. doi: 10.55606/jimek.v3i3.2255.