

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM
PROGRAM LAKU PANDAI
(Studi BTPN Syariah Area Malang 2)**

KHAMIDATUL AZIZAH, AFIFUDIN dan JUNAIDI

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang Jl. Mayjen Haryono 193
Malang 65144 Telp. (0341) 571996, 551932 Fax. (0341) 582366, 552249

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze and to know the influence of Adaptive Presentation, Perception of Effectiveness, Level of Education and Accounting Information System simultaneously and participatively to the interest of participating in Smart Manner program.

Method of completion of data using questionnaire which measured by likert scale. The analysis method used is multiple linear regression analysis.

The results of the study showed significantly significantly Perceptions of Ease of Use, Perceptions of Effectiveness, Level of Education and Accounting Information Systems on the interest to participate in Smart Show program.

It is advisable to add independent variables or questionnaires that have relevance to Perception of Use, Perceptive Use, Accounting Information System, and Education Level and Interests participate in Smart Show program to be more easily understood by respondent and add sample of research

Keyword : *influence of Adaptive Presentation, Perception of Effectiveness, Level of Education, Accounting Information System, the interest of participating and Smart Manner program.*

LATAR BELAKANG MASALAH

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang paling penting dan besar peranannya dalam kehidupan masyarakat (Djumhana, 2000). Hal ini senada dengan pengertian bank oleh Hermansyah yaitu “Bank sebagai lembaga keuangan menjadi tempat untuk menyimpan dana-dana yang dimilikinya. Selain itu melalui kegiatan pengkreditan dan berbagai jasa yang diberikan, bank melayani kebutuhan pembiayaan serta melancarkan mekanisme sistem pembayaran bagi semua sektor perekonomian” (Hermansyah, 2007). Berdasarkan dari pernyataan tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya bank adalah lembaga keuangan yang melayani penyimpanan dan pengkreditan masyarakat.

Dalam rangka meningkatkan akses layanan keuangan kepada masyarakat di seluruh wilayah Indonesia. Pemerintah telah menyiapkan enam pilar Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) yang menjadi komitmen nasional untuk mengembangkan sistem keuangan yang dapat diakses setiap lapisan masyarakat (*financial inclusion*). Salah satu pilar SNKI adalah fasilitas intermediasi dan distribusi, yaitu dengan program *Branchless Banking* (Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2016).

Branchless Banking (laku pandai) merupakan kegiatan menyediakan layanan perbankan dan/ atau layanan keuangan lainnya yang dilakukan tidak melalui jaringan kantor, namun melalui kerjasama dengan pihak lain dan perlu didukung dengan penggunaan sarana teknologi informasi.

Laku Pandai diharapkan dapat memperluas jangkauan layanan keuangan yang dilakukan oleh Bank sehingga aktifitas dalam bidang perbankan dapat dilakukan tidak hanya melalui kantor fisik bank namun dengan jasa pihak ketiga (Agen) dan dengan penggunaan sarana teknologi informasi yang mudah digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat.

BTPN Syariah (PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah) yang sejak awal ikut melaksanakan program uji coba *Branchless Banking*, dengan mengeluarkan produk berupa layanan BTPN Wow! iB. BTPN Wow! iB merupakan layanan perbankan yang praktis dan terjangkau, dengan memanfaatkan teknologi telepon genggam dan didukung jasa Agen Laku Pandai yang berperan sebagai perpanjangan tangan BTPN Syariah, yakni agen BTPN Wow! iB.

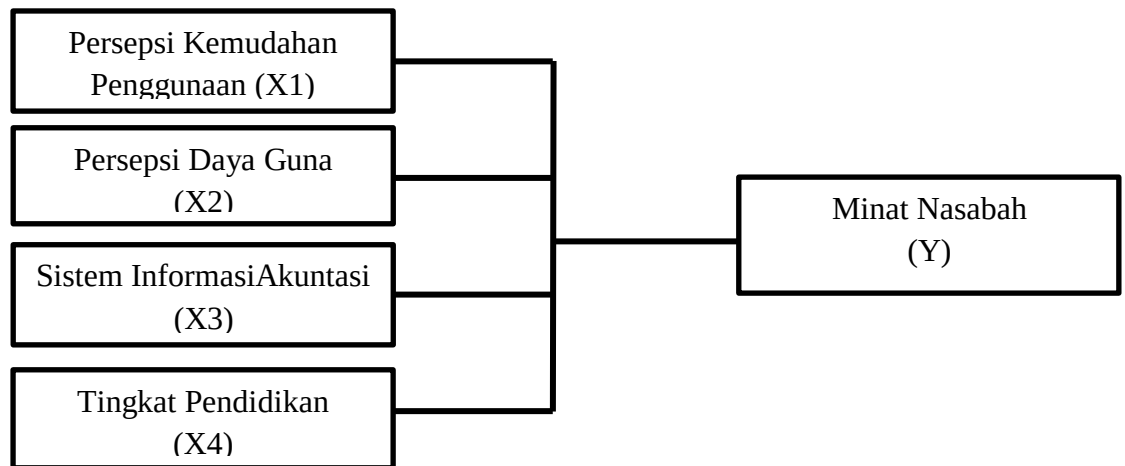
Dalam penerapannya laku pandai tidak mudah diterima oleh masyarakat. Program yang dicanangkan sepertinya mudah untuk diterapkan dan dilaksanakan. Tetapi banyak faktor yang mempengaruhi penerimaan (minat) masyarakat menggunakan program laku pandai. Salah satunya pada BTPN Syariah area Malang 2 masih banyak nasabah-nasabahnya yang belum teraktivasi pada BTPN WOW! iB.

Dengan latar belakang masalah diatas peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam Program Laku Pandai (Studi BTPN Syariah Area Malang 2)”.

RUMUSAN MASALAH

Demi mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk ikut serta dalam program laku pandai penelitian merumuskan pertanyaan sebagai berikut : Bagaimanakah Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Tingkat Pendidikan dan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh secara simultan dan secara parsial terhadap minat nasabah untuk ikut serta dalam program Laku Pandai?

KERANGKA KONSEPTUAL



HIPOTESIS

- H1 : Terdapat pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Tingkat Pendidikan dan Sistem Informasi Akuntansi secara simultan dan secara parsial terhadap Minat Nasabah untuk ikut serta dalam program Laku Pandai
- H1a : Terhadap pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah untuk ikut serta dalam program Laku Pandai
- H1b : Terhadap pengaruh Persepsi Daya Guna terhadap Minat nasabah untuk ikut serta dalam program Laku Pandai
- H1c : Terhadap pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Minat nasabah untuk ikut serta dalam program Laku Pandai
- H1d : Terhadap pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Minat nasabah untuk ikut serta dalam program Laku Pandai

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian adalah penelitian kausalitas. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dimana metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel yang di hitung menggunakan metode solvin. Lokasi penelitian di Bank BTPN Syariah Area Malang 2 (MMS Pakisaji : meliputi kec. Pakisaji dan Kec Wagir). Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah BTPN Syariah Area Malang 2 pada cabang MMS Pakisaji yaitu sebanyak 962 nasabah. Yang terbagi dalam sentra 98 dan dalam 1 sentranya terdiri dari beberapa anggota yang berbeda-beda jumlah anggotanya.

Di dalam penelitian ini terdapat empat variabel independen (variabel X) yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Persepsi Daya Guna (X2), Tingkat Pendidikan (X3) dan Sistem Informasi Akuntansi (X4). Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat nasabah (variabel Y).

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji F, uji koefisien determinasi dan uji t.

HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,628	,151		-4,162	,000		
	X1	,736	,175	,464	4,204	,000	,184	5,447
	X2	,651	,142	,457	4,578	,000	,224	4,457
	X3	,011	,163	,005	,066	,947	,436	2,294
	X4	,048	,051	,046	,949	,345	,931	1,074

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

$$Y = (-0,628) + 0,736X1 + 0,651X2 + 0,011X3 + 0,048X4$$

UJI F

Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,219	4	,305	90,473	,000 ^b
	Residual	,290	86	,003		
	Total	1,509	90			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.18 di atas diketahui bahwa nilai signifikansi adalah sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, sistem informasi akuntansi, dan tingkat pendidikan secara simultan atau bersama-sama terhadap minat nasabah.

UJI R²

Hasil Uji R² Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,899 ^a	,808	,799	,05804

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Dari tabel 4.19 di atas diketahui nilai *Adjusted R Square* adalah 0,799 atau 79,9%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah 79,9 % sedangkan sisanya (20,1%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian seperti pengetahuan dan pemahaman nasabah terhadap

produk laku pandai, faktor lingkungan disekitar nasabah serta perangkat atau sinyal yang belum mendukung beroperasinya layanan laku pandai dengan baik.

UJI t

Tabel 4.20
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,628	,151		-4,162	,000		
	X1	,736	,175	,464	4,204	,000	,184	5,447
	X2	,651	,142	,457	4,578	,000	,224	4,457
	X3	,011	,163	,005	,066	,947	,436	2,294
	X4	,048	,051	,046	,949	,345	,931	1,074

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.20 di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut

a. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah

Setelah dilakukan analisis, hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini diterima dengan nilai sig. untuk pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,204 > t$ tabel 1,988, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah BTPN Syariah di Area Malang 2.

b. Pengaruh Persepsi Daya Guna terhadap Minat Nasabah

Setelah dilakukan analisis, hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini diterima dengan nilai sig. untuk pengaruh persepsi daya guna terhadap minat nasabah adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,578 > t$ tabel 1,988, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi daya guna berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah BTPN Syariah di Area Malang.

c. Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Minat Nasabah

Setelah dilakukan analisis, hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini ditolak dengan nilai sig. untuk pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap minat nasabah adalah sebesar $0,947 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,066 < t$ tabel 1,988, maka dapat disimpulkan bahwa sistem informasi akuntansi tidak signifikan terhadap minat nasabah BTPN Syariah menggunakan aplikasi BTPN Wow! iB.

d. Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Minat Nasabah

Setelah dilakukan analisis, hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini ditolak dengan nilai sig. untuk pengaruh tingkat pendidikan terhadap minat nasabah adalah sebesar $0,345 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,949 < t$ tabel 1,988, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan tidak signifikan terhadap minat nasabah BTPN Syariah menggunakan aplikasi BTPN Wow! iB.

e. Variabel yang paling Dominan dalam mempengaruhi Minat Nasabah

Setelah dilakukan analisis, hipotesis kelima yang diajukan dalam penelitian ini ditolak dengan melihat hasil analisis variabel sebelumnya diketahui bahwa tingkat

pendidikan tidak mempengaruhi minat nasabah. Satu-satunya variabel yang mempengaruhi minat nasabah BTPN Syariah di area Malang 2 adalah persepsi daya guna. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa variabel persepsi daya guna adalah variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat nasabah BTPN Syariah di area Malang 2.

KESIMPULAN

- a) Terdapat pengaruh tingkat persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah.
- b) Terdapat pengaruh tingkat persepsi daya guna terhadap minat nasabah ikut serta dalam program Laku Pandai.
- c) Tidak terdapat pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap minat nasabah ikut serta dalam program Laku Pandai.
- d) Tidak terdapat pengaruh tingkat pendidikan terhadap minat nasabah ikut serta dalam program Laku Pandai.
- e) Persepsi daya guna merupakan variabel yang paling dominan dalam meningkatkan minat nasabah ikut serta dalam program Laku Pandai.
- f) Terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, sistem informasi akuntansi dan tingkat pendidikan secara bersama-sama terhadap minat nasabah ikut serta dalam program Laku Pandai.

SARAN

- a) Dalam penelitian yang akan datang sebaiknya melakukan penelitian dengan menggunakan menambahkan variabel lagi contohnya variabel keamanan, kepercayaan, pelayanan, dll. Agar hasil penelitian lebih valid lagi.
- b) Proses pengambilan kuesioner dengan lebih memperhatikan lagi sampel yang akan diambil. Dengan mengambil sampel yang sudah pernah dan sudah menjalankan program laku pandai sehingga jawaban yang diambil lebih valid.
- c) Memberikan saran dan himbauan kepada petugas bank untuk segera melakukan proses aktivasi kepada seluruh nasabah BTPN Syariah agar program laku pandai dapat terlaksana dengan lebih maksimal.
- d) Melakukan penyebaran kuesioner dengan memberdayakan teman atau rekan kerja agar penyebaran kuesioner lebih cepat selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- (<http://dataolah.blogspot.co.id/2012/08/regresi-berganda-uji-f-uji-t-dan.html>)
- Mappiare, Andi. 1997. *“Psikologi Remaja”* Surabaya: Usaha Nasional. 62
- Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan Republik Indonesia, *Financial Inclusion Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI)* mencapai kesejahteraan ekonomi melalui pengurangan kemiskinan, pemerataan pendapatan dan stabilitas sistem keuangan di Indonesia dengan menciptakan sistem keuangan yang dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat, <http://www.fiskal.depkeu.go.id/2010/adoku/2013%5Cpublikasi%5Cpkrb%5CFinancial%20Inclusion%20%28SNKI%29.pdf>, diakses 22 Januari 2016.
- Bank Indonesia, *Branch Banking, Satu Pilar Mencapai Keuangan Inklusif*, <http://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian-ekonomiregional/sulteng/Document/fad19d4134304e2ea2bc32866aee5c14Boks3BranchlessBankingSatuPilarMencapaiKeuanganInk.pdf>, diakses 12 Juli 2016.
- BTPN, BTPN Wow! Inovasi Layanan Keuangan Inklusif, <http://www.btpn.com/berita-andmedia/ulasan-khusus/btpn-wow-inovasi-layanan-keuangan-inklusif/>, diakses 22 Januari 2016.
- Davis, F.D., 1989. *“Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology”*. MS Quarterly (online), Vol. 13 Iss. 3, pg. 318. <http://www.cba.hawaii.edu/chismar/ITM704/DavisTAM1989.pdf>.
- Departemen Penelitian dan Pengaturan Perbankan, 2015, *“Seputar Informasi mengenai Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif (Laku Pandai)”*, Otoritas Jasa Keuangan, Jakarta, hlm. 1.
- Djumhana, Muhammad, 2000, *Hukum Perbankan Di Indonesia*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, hlm. 82.
- Handayani, Rini 2007. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta)*. Semarang Tesis Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro.
- Hermansyah, 2007, *“Hukum Perbankan Nasional Indonesia”*, Kencana Predana Media Group, Jakarta, hlm 7.
- Rahayu, Imam Sugih 2016. *“Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam) (Studi Kasus Pt Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)”*
- Silvia, Maya Angela 2014. *“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani Makasar”*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanudin

Slameto, 1987. "*Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Hasil Belajar*". Salatiga: Bina Aksara.

Sugiyono. 2010. "*Metode Penelitian Bisnis*". Alfabeta. Bandung.

Triandis, H. C. (1980). "*Values, Attitudes, and Interpersonal Behavior. In University of Nebraska (Lincoln campus). Dept. Of Psychology. (Ed.), Nebraska Symposium on Motivation (pp. 196-259)*". [Lincoln, Neb.]: University of Nebraska Press.

Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan. Undang-Undang No. 7 Tahun 1992, Jakarta : Sinar Grafika.

Widianto, Bambang, Keuangan Inklusif dan Penanggulangan Kemiskinan, <http://www.tnp2k.go.id/images/uploads/downloads/17.%20Financial%20inclusio%20OJK%20meeting%20Jun%202024.pdf>, diakses pada tanggal 23 April 2017.