

PERSEPSI NASABAH DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL SERVICE TERHADAP MINAT TRANSAKSI

Wahyu Haryadi^{1*}, Yohanes Direksi²

¹²Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

Penulis Korespondensi: wahyu.haryadi82@gmail.com

| Article Info | Abstrak |
|---|--|
| Article History | <i>This study aims to know the effect of allowances giving and bonuses on employees loyalty at PT. Telkom Branch of Sumbawa. The type of this study was associative study. The types of data used were quantitative and qualitative data. Sources of data in this study were primary and secondary data. Total populations were 80 respondents. The technique of determining sample used was Slovin formula. The numbers of samples were 99 samples. The methods used to collect data were questionnaire and documentation. The data analysis technique used were the Classical Assumption Test, multiple linear regression analysis, t-test, F test and R² test through SPSS software version 16.0 for windows. The results showed that partially the provision of benefits did not have a significant effect on employee loyalty, while bonuses had a positive and significant effect on employee loyalty at PT. Telkom branch of Sumbawa. Simultaneously the provision of allowances and bonuses has a significant effect on employee loyalty at PT. Telkom branch of Sumbawa. The percentage of influence of allowances and bonuses on employee loyalty at PT. Telkom branch of Sumbawa is 55.2%, while the remaining 44.8% is influenced by other variables outside of this study, such as cultural factors, social factors, personal factors, psychological factors, and service marketing mix factors.</i> |
| Submitted: 04 Mei 2023 | |
| Accepted: 10 Juni 2023 | |
| Published: 30 Juni 2023 | |
| Keywords | |
| Allowance; Bonus; Employee Loyalty. | |

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin meningkat menyebabkan berkembangnya teknologi internet yang menimbulkan dampak pada beberapa aspek kehidupan manusia. Kehadiran internet menjadi sebuah fenomena kemajuan teknologi yang menyebabkan terjadinya percepatan globalisasi dan penyebaran informasi yang tidak terbatas di seluruh dunia. Internet telah menjadi sarana komunikasi yang penting bagi masyarakat di seluruh dunia, tidak terkecuali bagi masyarakat Indonesia. Dengan adanya internet, informasi bisa diakses dengan mudah dimanapun dan kapanpun sesuai dengan kebutuhan dan keinginan si pencari informasi. Internet membantu masyarakat untuk berkomunikasi dan melakukan transaksi bisnis dengan segala penjuru didunia dengan memberikan biaya yang murah, cepat, dan mudah (Nursea & Islamuddin, 2022).

Perkembangan Internet yang semakin maju sangat membantu dan memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan yang beraneka ragam. Hal ini berdampak pada pengguna internet yang semakin meningkat. Tingginya penggunaan internet mendorong munculnya peluang bisnis yang memanfaatkan layanan internet karena dirasa lebih efektif dan efisien. Saat ini banyak perusahaan yang memunculkan beragam jenis *application mobile* untuk mengikuti kemauan dari masyarakat sehingga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari, seperti membeli makanan dan minuman, pengantar jasa, pembelian barang-barang fasion, dan kegiatan pemenuhan berbagai kebutuhan lainnya. Menurut Peni (dalam Falaahuddin & Widiartanto, 2020), aplikasi mobile adalah aplikasi perangkat lunak yang dibuat khusus untuk dijalankan didalam tablet dan juga *smartphone*.

Tingginya penggunaan internet di Indonesia dan munculnya berbagai ragam jenis aplikasi *mobile* yang ada, dimanfaatkan oleh banyak orang sebagai peluang bisnis yang menjanjikan. Hal ini juga dirasakan dalam dunia bisnis lembaga keuangan nonbank yang sangat berperan penting dalam meningkatkan kualitas dan pelayanannya agar tidak tergerus oleh perkembangan era digitalisasi yang semakin pesat misalnya dalam berbagai macam aplikasi yang digunakan pada perusahaan. Menurut (Mukhsin, 2020), salah satu teknologi informasi yang berkembang pesat saat ini adalah teknologi menggunakan media aplikasi dan internet yang dapat di akses kapan dan dari mana saja sehingga dapat menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan.

Perkembangan zaman dan teknologi yang berjalan cepat ini perlu disikapi dengan bijaksana dan dewasa. Hal ini juga tidak luput untuk diterapkan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Pembantu Alas. Untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam memberikan pelayanan yang cepat kepada masyarakat, PT. Pegadaian (Persero) Cabang Alas yang membuat terobosan dengan menghadirkan aplikasi pegadaian digital service (PDS) sebagai sistem yang digunakan untuk menyalurkan pinjaman yang praktis, cepat serta tidak menggunakan waktu yang lama dalam melakukan peminjaman oleh para nasabah maupun calon nasabah.

Aplikasi pegadaian digital service (PDS) merupakan salah satu layanan berbasis aplikasi yang membantu nasabah melakukan transaksi gadai dan beragam transaksi lain melalui *smartphone*. Aplikasi PDS ini bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas, kemudaha yang diberikan berupa nasabah tidak perlu datang ke outlet pegadaian, nasabah bisa melakukan transaksi kapanpun dan dari manapun hanya dengan menggunakan aplikasi PDS tersebut melalui *Smartphone*.

Dengan segala keunggulan yang ditawarkan, hal ini akan menarik minat nasabah dalam menggunakan layanan aplikasi pegadaian digital service (PDS) dalam bertransaksi di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas. Minat bertransaksi nasabah dalam menggunakan aplikasi PDS dapat diukur menggunakan teori yang dapat menggambarkan sejauh mana tingkat penggunaan dan penerimaan terhadap suatu teknologi. Penelitian ini menggunakan teori *Technology Aceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis (dalam Irawati *et al*, 2019), jadi dalam teori model TAM ini direkomendasikan sebagai variabel penelitian untuk menguji tentang penerimaan sebuah sistem/sistem informasi seperti sistem informasi Pegadaian *Digital Service* (PDS). Pada penelitian ini digunakan variabel Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan dimana kedua variabel tersebut berperan dalam mengukur bagaimana pengguna mengerti dan mengaplikasikan sebuah teknologi informasi seperti aplikasi PDS.

Persepsi kemudahan sangat menentukan diterima atau tidaknya suatu teknologi. *Perceived ease of use* atau persepsi kemudahan Menurut Davis (dalam Novianti *et al*, 2021), *perceived ease of use* adalah persepsi yang mengacu pada sejauh mana pengguna mengharapkan suatu teknologi atau sistem dapat memudahkan pengguna dan terbebas dari masalah. Dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* adalah tingkatan keyakinan pengguna terhadap sejauh mana penggunaan teknologi tersebut dapat memudahkan dan meringankan usaha mereka. Menurut Widyarini dan Putro (dalam Prasetya & Suwitho, 2022), untuk mengukur variabel *perceived ease of use* dapat menggunakan 6 dimensi, yaitu: ketika pengoperasian, kemudahan mengoperasikan, kemudahan dalam mengingat pengoperasian, (4) sesuai dengan keinginan pengguna, (5) fleksibel dalam pengoperasian, dan (6) mudah terampil.

Berdasarkan teori persepsi kemudahan, nasabah dengan mudah memahami dan menggunakan aplikasi PDS, jadi nasabah tidak mengalami kesulitan saat menggunakan aplikasi PDS. Dengan adanya sistem aplikasi PDS ini, nasabah dapat memangkas waktu transaksi dengan lebih cepat dan dapat dilakukan dimana saja. Jadi dari berbagai ulasan teori dan kenyataan di lapangan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa aplikasi PDS ini dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi di Pegadaian lewat handphone dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Selain karena adanya kemudahan, manfaat yang dirasakan oleh pengguna juga akan menentukan penerimaan terhadap suatu teknologi. Menurut Tyas dan Darma (2017), *perceived usefulness* didefinisikan sebagai tingkatan dimana pengguna percaya bahwa menggunakan suatu sistem atau teknologi tertentu dapat membantu meningkatkan kinerja dan prestasi kerja pengguna tersebut. Davis (dalam Nugroho *et al.*, 2018) mendefinisikan *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan merupakan sudut pandang pengguna berupa pernyataan mengenai sejauh mana keyakinan pengguna terkait manfaat atau produktivitas kerja yang dapat ditingkatkan dengan penggunaan sistem atau teknologi informasi tertentu. Dalam mengukur variabel *perceived usefulness*, terdapat empat dimensi pengukuran menurut Widyarini (dalam Prasetya & Suwitho, 2022), diantaranya: (1) meningkatkan produktivitas, (2) transaksi lebih cepat, (3) berguna bagi pengguna, dan (4) efektif dalam proses transaksi.

Persepsi kegunaan di aplikasi PDS ini, yaitu nasabah dapat meningkatkan kinerjanya, produktivitas, dan efektifitas mempermudah pekerjaan, dan bermanfaat. Manfaat juga berpengaruh penting dalam kepuasan pelanggan. Jika nasabah merasakan manfaat yang besar dalam menggunakan aplikasi PDS, maka akan mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan aplikasi PDS untuk bertransaksi secara terus-menerus.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dapat membantu manusia dalam menjalankan aktivitasnya, karena segala kegiatan dapat dilaksanakan dengan cepat, murah, dan tepat, karena memberikan pelayanan yang cepat kepada masyarakat juga meningkatkan kinerja perusahaan. Kemudahan dan manfaat yang ditawarkan aplikasi pegadaian *digital service* (PDS), dapat memiliki dampak pada peningkatan penggunaannya. Ketika sebuah sistem memiliki kemudahan dan manfaat didalam kehidupan sehari-hari, maka kemungkinan sistem tersebut akan digunakan oleh masyarakat luas.

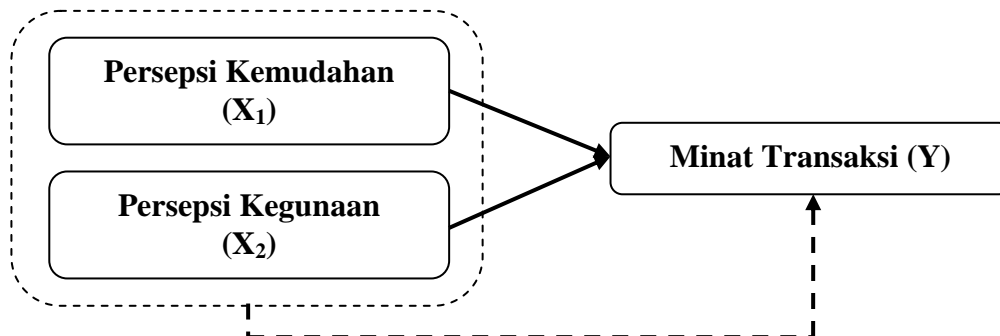
Teknologi memang memberikan banyak manfaat dan kemudahan penggunaan bagi para penggunanya, namun ternyata masih ada sejumlah pengguna yang menolak untuk menggunakan teknologi karena terdapat masalah ketidakpastian dan keamanan. Fenomena ini mendasari minat peneliti dalam melakukan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar tingkat keberhasilan dari aplikasi PDS ini untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Pembantu Alas. Indikator yang digunakan untuk mengukur keberhasilan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Pembantu Alas dalam penerapan aplikasi PDS dapat dilihat dari adanya peningkatan transaksi yang dilakukan oleh nasabah menggunakan aplikasi PDS tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dimana hubungan antara variabel dalam penelitian akan dianalisis dengan menggunakan ukuran-ukuran statistik yang relevan atas data untuk menguji hipotesis. Dalam penelitian asosiatif terdapat minimal dua variabel yang dihubungkan (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini akan dikaji pengaruh persepsi nasabah dalam menggunakan

aplikasi pegadaian *digital service* (PDS) yang terdiri atas persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas. Adapun kerangka berfikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Desain Penelitian

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka atau data kualitatif yang diangkakan atau *scoring* (Sugiyono, 2019). Dalam bentuk angka ini maka data kuantitatif dapat di proses menggunakan rumus matematika atau dapat juga dianalisis dengan sistem statistik. Data kuantitatif dalam penelitian berupa persepsi responden terhadap objek penelitian yang pertanyaan dalam kuesioner, persepsi responden tersebut diberikan skor menggunakan *skala likert*.

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari sumber primer. Menurut Anwar Sanusi (2017), data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penelitian langsung ke lokasi penelitian dengan cara memberikan kuesioner kepada responden penelitian yang berisi pertanyaan-pertanyaan terkait objek penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seluruh anggota dan bagian dari subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu dan informasinya diperlukan untuk kebutuhan penelitian. Menurut Kriyantono (2021), populasi meliputi kumpulan objek riset yang mempunyai karakteristik dan kriteria tertentu sesuai dengan kebutuhan objek penelitian. Sesuai dengan pandangan tersebut, maka populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas yang berjumlah 12.269 orang.

Sedangkan sampel merupakan bagian yang mewakili dari sebuah populasi yang diteliti. Menurut Arikunto (2019), adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Apabila subjeknya kurang dari 100, maka jumlah keseluruhan populasi diambil menjadi sampel penelitian sehingga penelitiannya adalah penelitian populasi. Tetapi jika subjeknya lebih dari 100, bisa diambil sebagian dari jumlah populasi sebagai perwakilan. Pengambilan seampel harus dilakukan dengan cara-cara tertentu. Dalam penelitian ini, penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin, yaitu formulasi untuk mendapatkan sampel yang sedikit tetapi dapat mewakili keseluruhan populasi. *Margin of error* yang ditetapkan adalah 10% atau 0.01 (Handayani, 2020).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- e = Tingkat kelonggaran (10%).

Berikut perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin.

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{12.269}{1 + 12.269 (0,01)^2} \\ &= \frac{12.269}{1 + 122,69} \\ &= \frac{12.269}{123,69} \\ &= 99,19 \text{ (dibulatkan 99)} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, diketahui nilai $n = 99,19$ sehingga dalam peneliti ini jumlah sampel yang akan menjadi sebagai responden penelitian adalah sebanyak 99 orang. Pemilihan responden dilakukan dengan teknik *simple random sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang *simple* (sederhana) sebab pengambilan sampel dari suatu populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2019).

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Menurut Sujarweni (2020), kuesioner merupakan suatu instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada para responden untuk mereka jawab. Pengumpulan untuk data primer, peneliti menggunakan kuesioner dengan beberapa alternatif jawaban berupa *skala likert*. *Skala likert* adalah skala untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Adapun bobot penilaian yang digunakan untuk mengukur dengan *skala likert*, yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Kurang Setuju, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju.

Teknik Analisis Data

Penelitian kuantitatif dilakukan untuk mengukur hubungan antar variabel, menggunakan analisis data yang berbentuk angka-angka dalam menunjang hasil penelitian. Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi nasabah dalam menggunakan aplikasi pegadaian *digital service* (PDS) yang terdiri atas persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi kegunaan (X_2) terhadap minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas (Y). Pendekatan penelitian ini menjabarkan data melalui statistik yang hasilnya didapat dari olahan aplikasi SPSS. Analisis statistik yang digunakan meliputi analisis regresi linier berganda, uji hipotesis parsial (uji t), uji hipotesis simultan (uji F), dan uji koefisien determinan (R^2) (Ghozali, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel

dependen (Ghozali, 2018). Analisis regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh persepsi nasabah dalam menggunakan aplikasi pegadaian *digital service* (PDS) yang terdiri atas persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi kegunaan (X_2) terhadap minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas (Y).

Berdasarkan hasil pengujian dengan bantuan aplikasi SPSS, diperoleh nilai koefisien regresi yang disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.146 | 4.591 | | .685 | .497 |
| | Persepsi Kemudahan | .760 | .228 | .444 | 3.328 | .002 |
| | Persepsi Kegunaan | .272 | .099 | .368 | 2.756 | .009 |

a. Dependent Variable: Minat Transaksi

Sumber: Output SPSS (data primer diolah), 2023.

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 3.146 + 0.760 (\text{Persepsi Kemudahan}) + 0.272 (\text{Persepsi Kegunaan}) + e$$

Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai constanta (a) adalah sebesar 3.146, hal ini menunjukkan bahwa apabila persepsi nasabah tentang kemudahan (X_1) dan kegunaan (X_2) bernilai konstan (0), maka nilai konsisten minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas (Y) adalah sebesar 3.146.
- Nilai β_1 koefisien regresi variabel persepsi nasabah tentang kemudahan dalam menggunakan aplikasi pegadaian *digital service* (PDS) adalah sebesar 0.760 dan bernilai positif yang menunjukkan hubungan yang searah. Artinya, apabila persepsi kemudahan (X_1) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas (Y) juga akan meningkat sebesar 0.760, dengan asumsi nilai variabel bebas lainnya, yaitu persepsi kegunaan (X_2) adalah konstan (0).
- Nilai β_2 koefisien regresi variabel persepsi nasabah tentang kegunaan aplikasi pegadaian *digital service* (PDS) adalah sebesar 0.272 dan bernilai positif yang menunjukkan hubungan yang searah. Artinya, apabila persepsi kegunaan (X_2) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas (Y) juga akan meningkat sebesar 0.272, dengan asumsi nilai variabel bebas lainnya, yaitu persepsi kemudahan (X_1) adalah konstan (0).

2. Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Adapun

variabel bebas yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi kegunaan (X_2) terhadap variabel terikat, yaitu minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas (Y). Variabel bebas dikatakan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat secara parsial, jika nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} dan nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari 0.05.

Hasil pengujian hipotesis parameter parsial (uji-t) dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t)

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.146 | 4.591 | | .685 | .497 |
| | Persepsi Kemudahan | .760 | .228 | .444 | 3.328 | .002 |
| | Persepsi Kegunaan | .272 | .099 | .368 | 2.756 | .009 |

a. Dependent Variable: Minat Transaksi

Sumber: Output SPSS (data primer diolah), 2023.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis parameter parsial (uji-t) yang disajikan pada tabel 2, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

a. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Transaksi Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat transaksi nasabah, diperoleh nilai t_{hitung} adalah sebesar 3.328 dan nilai t_{tabel} pada derajat kebebasan ($df=n-k=99-3=96$) dan $\alpha = 5\%$ (0.05) adalah sebesar 1.985, sehingga nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} ($3.328 > 1.985$), sedangkan nilai signifikan adalah sebesar 0.002 lebih kecil dari 0.05 ($0.002 < 0.05$). Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas.

b. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Transaksi Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat transaksi nasabah, dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} adalah sebesar 2.756 dan nilai t_{tabel} pada derajat kebebasan ($df=n-k=99-3=96$) dan $\alpha = 5\%$ (0.05) adalah sebesar 1.985, sehingga nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} ($2.756 > 1.985$), sedangkan nilai signifikan adalah 0.009 lebih kecil dari 0.05 ($0.009 < 0.05$). Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas.

3. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F (uji simultan) adalah untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama (serentak) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pada pengujian secara simultan akan diuji pengaruh kedua variabel independen, yaitu persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi kegunaan (X_2) secara bersama-sama terhadap variabel dependen minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas (Y). Variabel-variabel bebas dikatakan memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat, jika nilai F_{hitung} lebih besar dari pada nilai F_{tabel} dan nilai probabilitas yang dihasilkan lebih kecil dari 0.05.

Berikut disajikan hasil perhitungan uji hipotesis simultan atau uji F menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

Tabel 3. Hasil Hipotesis Simultan (Uji-F)

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 165.824 | 2 | 82.912 | 20.839 | .000 ^b |
| | Residual | 381.954 | 96 | 3.979 | | |
| | Total | 547.778 | 98 | | | |
| a. Predictors: (Constant), Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan | | | | | | |
| b. Dependent Variable: Minat Transaksi | | | | | | |

Sumber: Output SPSS (data primer diolah), 2023.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis simultan yang ditunjukkan pada tabel 3, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 20.839 dan nilai F_{tabel} pada derajat kebebasan ($df_1=k-1=3-1=2$) dan ($df_2=n-k=99-3=96$) adalah sebesar 3.09, sehingga nilai F_{hitung} lebih besar dari pada nilai F_{tabel} ($20.839 > 3.09$) dan nilai signifikan yang dihasilkan 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$). Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) ini berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yang pada penelitian ini adalah persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi kegunaan (X_2) terhadap variabel dependen, yaitu minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas (Y). Nilai koefisien determinasi (R^2) ditentukan dengan nilai *R-Square*. Nilai *R-Square* semakin mendekati satu, maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Berikut disajikan hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .713 ^a | .509 | .484 | 1.70121 |
| a. Predictors: (Constant), Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan | | | | |
| b. Dependent Variable: Minat Transaksi | | | | |

Sumber: Output SPSS (data primer diolah), 2023.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (R^2), diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) yang ditunjukkan oleh nilai *R Square* adalah sebesar 0.509. Hal ini mengandung arti bahwa pengaruh persepsi nasabah tentang kemudahan dan kegunaan aplikasi pegadaian *digital service* (PDS) terhadap minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas adalah sebesar 50.9%, sedangkan sisanya sebesar 49.1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, seperti faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan faktor bauran pemasaran jasa (Zulkifli, 2019).

Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Transaksi Nasabah

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dalam menggunakan aplikasi pegadaian *digital service* (PDS) terhadap minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin mudah penggunaan aplikasi pegadaian *digital service* (PDS), maka minat transaksi yang dilakukan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas akan semakin meningkat. Sebaliknya, jika aplikasi pegadaian *digital service* (PDS) semakin sulit digunakan, maka minat transaksi yang dilakukan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas juga akan semakin menurun.

Persepsi mengenai kemudahan penggunaan aplikasi pegadaian *digital service* (PDS) ini merujuk pada keyakinan nasabah bahwa sistem atau aplikasi yang digunakan tidak dibutuhkan usaha yang besar pada saat pengoperasian. Hal itu disebabkan sistem atau aplikasi PDS memiliki desain yang lebih simple, fleksibel, tidak rumit, mudah dipahami sehingga memberikan kemudahan bagi nasabah dalam mengoperasikannya. Dengan adanya kemudahan pengoperasian tersebut, maka akan banyak konsumen yang tertarik menggunakannya untuk melakukan transaksi sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Semakin mudah aplikasi pegadaian *digital service* (PDS) yang digunakan oleh nasabah, maka semakin tinggi minat untuk menggunakan teknologi tersebut sehingga akan berdampak terhadap peningkatan transaksi yang dilakukan oleh konsumen. Namun seringkali tingkat penerimaan konsumen terhadap teknologi berbeda-beda, bagi nasabah yang mengalami kesulitan bisa saja mengurungkan niatnya untuk melakukan transaksi sehingga akan berdampak terhadap negative terhadap keuntungan perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alvi Rizki Hady's Utami (2020) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli *e-commerce*. Minat konsumen dapat timbul dari adanya persepsi kemudahan dalam mengakses dan mendapatkan informasi yang diinginkan. Dengan penggunaan teknologi yang fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya, maka pengguna akan semakin berminat menggunakan teknologi tersebut. Pembeli yang mengalami kesulitan bisa saja mengurungkan niatnya untuk melakukan transaksi. Oleh karena itu, setiap perusahaan yang ingin memenangkan pasar, maka perusahaan tersebut dituntut agar dapat memberikan kemudahan bagi konsumen sasarannya.

2. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Transaksi Nasabah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan dalam menggunakan aplikasi pegadaian *digital service* (PDS) terhadap minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa persepsi kegunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas. Hasil positif menunjukkan hubungan yang searah, artinya semakin besar manfaat dari aplikasi pegadaian *digital service* (PDS) yang diperoleh nasabah, maka transaksi menggunakan aplikasi tersebut juga akan semakin meningkat. Namun sebaliknya, semakin rendah manfaat yang dirasakan nasabah dari penggunaan aplikasi pegadaian *digital service* (PDS), maka akan menurunkan minat penggunaan aplikasi tersebut dalam transaksi.

Persepsi manfaat merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Seseorang akan menggunakan atau tertarik dengan suatu teknologi apabila teknologi tersebut dapat memberikan manfaat baik kepada mereka. Persepsi kegunaan atau manfaat berpengaruh penting dalam kepuasan nasabah. Jika nasabah merasakan manfaat yang besar terhadap aplikasi pegadaian *digital service* (PDS), maka ia akan menggunakan dan melakukan transaksi secara terus-menerus. Namun sebaliknya, jika nasabah percaya suatu teknologi tersebut kurang berguna baginya, maka dia tidak akan menggunakannya. Hal ini tentu akan memberikan dampak negative bagi perusahaan berupa menurunnya jumlah transaksi yang terjadi sehingga akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Marini Alexandra dan Tinton Ramadhan (2022) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat atau kegunaan secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Konsumen Tokopedia di Jakarta. Kebermanfaatan yang diterima dalam mengoperasikan aplikasi akan mempengaruhi intensitas transaksi dari konsumen. Konsumen akan menggunakan suatu aplikasi apabila konsumen merasa mendapatkan manfaat dalam mengoperasikannya sehingga akan menggunakannya secara terus-menerus dalam melakukan pembelian. Namun konsumen yang tidak merasakan manfaat dari aplikasi tersebut, maka dia tidak akan menggunakannya dan akan beralih menggunakan aplikasi lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas.
2. Persepsi kegunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas.
3. Persepsi kemudahan dan kegunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas.
4. Pengaruh persepsi nasabah tentang kemudahan dan kegunaan aplikasi pegadaian *digital service* (PDS) terhadap minat transaksi nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas adalah sebesar 50.9%, sedangkan sisanya sebesar 49.1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, seperti faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan faktor bauran pemasaran jasa.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah:

1. PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas hendaknya berupaya melakukan perbaikan sistem secara terus menerus. Sistem harus dirancang secara lebih simpel, tidak rumit, mudah dipelajari dan mudah dalam pengoperasiannya sehingga dapat memudahkan nasabah dalam menggunakannya saat bertransaksi agar nasabah tidak lagi melakukan kesalahan.
2. PT. Pegadaian Cabang Pembantu Alas harus dapat mengembangkan aplikasinya agar bisa memberikan berbagai layanan yang bermanfaat bagi hidup nasabah sehingga nasabah bisa merasakan kegunaan lebih banyak lagi dengan hadirnya aplikasi tersebut. Hal ini dikarenakan konsumen yang merasakan manfaat dalam sebuah teknologi akan menaruh minat yang lebih mantap terhadap teknologi tersebut sehingga akan menggunakannya secara terus menerus.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, L., Ujianto, & Yousida, I. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet di Kota Banjarmasin. *Kindai*, Vol. 17(3): 401-422.
- Alexandra, M., & Ramadhan, T. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli pada Konsumen Tokopedia di Jakarta. *KALBISIANA: Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis*, Vol. 8(2): 1396-1404.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Falaahuddin, A.A., & Widiartanto. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Mobile Kai Access (Studi Pada Pengguna Aplikasi Mobile Kai Access Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9(3): 295-301.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB Statistik 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N.A. (2019). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses). *@is The Best: Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise*, Vol. 4(2): 106-120.
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Kuantitatif dan Kualitatif (Disertai Contoh Praktis)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mukhsin. (2020). Peranan Teknologi Informasi dan Komunikasi Menerapkan Sistem Informasi Desa Dalam Publikasi Informasi Desa di Era Globalisasi. *TEKNOKOM*, Vol. 3(1): 7-15.
- Novianti, K.D.P., Putri, N.K.W.L., & Purnamayanti, I.A.G.W. (2021). Analisis Penerimaan Sistem Informasi Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus: Sijalak Desa Pohsanten Kabupaten Jembrana Provinsi Bali). *INSERT: Information System and Emerging Technology Journal*, Vol. 2(2): 113-125.
- Nugroho, H., Suhud, U., & Rochyati. (2018). Penerapan Pengembangan Teori Technology Acceptance Model (Tam) Dan Motivasi Terhadap Intensi Mahasiswa Di Jakarta Untuk Menggunakan Tablet. *Journal of Communication Studies*, Vol. 5(1): 45-64.
- Nursea, D., & Islamuddin. (2022). Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Pembelian Secara Online pada Konsumen di Kota Bengkulu. *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*, Vol. 31(2): 18-30.
- Prasetya, I.A., & Suwitho (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 11(9): 1-15.

- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V.W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tyas, E.I., & Darma, E.S. (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Sekitarnya. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 1(1): 25-35.
- Utami, A.R.H. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, Vol. 1(6): 79-93.
- Zulkifli. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bergabung di BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, Vol. 2(2): 16-30.