

Faktor Sosial Ekonomi yang Mempengaruhi Minat Penggunaannya Mobile Banking BRIMO (Studi Kasus: Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Watampone)

Arma Fitria Aningsy^{1*}, Sri Astuty², Diah Retno Dwi Hastuti³, Irwandi³,
Abdul Rajab⁴

¹⁻⁴ Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Alamat: Jl. Raya Pendidikan Makassar

Korespondensi penulis: armafitriaaningsy@email.com

Abstract. *This study aims to analyze the effect of socio-economic factors on interest in using the BRIMO mobile banking application among customers of PT Bank Rakyat Indonesia Watampone Branch Office. The factors analyzed include education level, income, occupation, perceived convenience, and perceived security. This research uses a quantitative approach with a survey method of 100 respondents selected through simple random sampling technique. Data were analyzed using binary logistic regression. The results showed that only perceived ease of use had a significant effect on interest in using BRIMO, while education, income, employment, and perceived security had no significant effect. These findings indicate the importance of ease of use as a major factor in driving the adoption of digital banking services.*

Keywords: BRIMO, Mobile Banking, Employment, Income, Education, Perceived Security, Perceived Ease of Use

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dampak faktor sosial ekonomi terhadap minat penggunaan aplikasi mobile banking BRIMO di kalangan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Watampone. Faktor yang dianalisis meliputi tingkat pendidikan, pendapatan, pekerjaan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan. Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif melalui metode survei kepada 100 responden yang dipilih melalui teknik simple random sampling. Data dianalisis menggunakan regresi logistik biner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya persepsi kemudahan yang menunjukkan hubungan yang signifikan dengan ketertarikan untuk menggunakan BRIMO, sedangkan pendidikan, pendapatan, pekerjaan, dan persepsi keamanan tidak memiliki pengaruh signifikan. Temuan ini menunjukkan pentingnya kemudahan penggunaan sebagai faktor utama dalam mendorong adopsi layanan perbankan digital.

Kata kunci: BRIMO, Mobile Banking, Pekerjaan, Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan

1. LATAR BELAKANG

Perbankan memegang peranan strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional dan menjadi salah satu pilar utama dalam mendukung stabilitas dan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, perbankan Indonesia bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional guna meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional menuju peningkatan kesejahteraan rakyat. Dalam perkembangan sistem keuangan modern, sektor perbankan menjadi tulang punggung dalam menyediakan layanan keuangan yang tidak hanya berfokus pada fungsi tradisional seperti penyimpanan dan penyaluran dana, tetapi juga menyediakan beragam layanan inovatif yang mendukung aktivitas ekonomi

masyarakat. Salah satu inovasi yang paling menonjol dalam era digitalisasi ini adalah penerapan layanan mobile banking, yang mendukung nasabah dalam memperoleh akses ke layanan perbankan dengan mudah, cepat, dan aman melalui perangkat seluler. Bank Rakyat Indonesia (BRI), tergolong dalam deretan bank dengan skala besar di Indonesia, merespons perkembangan teknologi ini dengan menghadirkan BRIMO, aplikasi mobile banking yang menawarkan berbagai kemudahan transaksi seperti transfer antar bank, pembayaran tagihan, dan pembelian pulsa (Setiawan & Nugraha, 2020).

Meski menghadirkan berbagai keunggulan, tingkat adopsi BRIMO di Kabupaten Bone menunjukkan variasi yang cukup signifikan. Berdasarkan data dari Kantor Cabang BRI Watampone tahun 2023, dari total 25.502 nasabah, hanya 11.670 nasabah yang telah menggunakan BRIMO, sedangkan 13.832 nasabah lainnya belum memanfaatkan layanan ini. Fenomena ini mengindikasikan bahwa meskipun BRIMO menawarkan kemudahan dan efisiensi, terdapat hambatan tertentu yang memengaruhi adopsi layanan tersebut di kalangan masyarakat. Penelitian terdahulu mengungkapkan ada beberapa faktor seperti tingkat pendidikan, pendapatan, dan jenis pekerjaan memiliki pengaruh besar terhadap adopsi teknologi keuangan digital (Ramadhan & Lestari, 2021). Tingkat pendidikan yang lebih tinggi sering kali berkorelasi dengan kemampuan individu dalam memahami dan mengoperasikan aplikasi digital (Yuliana & Ismail, 2021), sementara pendapatan berkontribusi pada kesiapan finansial individu dalam mengakses layanan digital. Pekerjaan juga menjadi faktor yang menentukan, di mana jenis dan frekuensi transaksi keuangan yang dilakukan sering kali berhubungan dengan kebutuhan penggunaan mobile banking.

Selain faktor sosial ekonomi, persepsi kemudahan dan keamanan layanan juga memainkan peran penting dalam menentukan minat masyarakat untuk menggunakan BRIMO. Studi Sulaiman & Rachmawati (2021) menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap kemudahan penggunaan aplikasi, seperti antarmuka yang sederhana dan fitur yang intuitif, dapat meningkatkan minat pengguna. Di sisi lain, persepsi keamanan yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi dan keandalan sistem transaksi menjadi salah satu pertimbangan utama dalam mengadopsi layanan digital perbankan (Hidayat & Permana, 2022). Tingginya kekhawatiran masyarakat terhadap risiko kebocoran data dan kejahatan siber menjadi tantangan tersendiri dalam peningkatan adopsi teknologi ini. Fenomena ini semakin menarik untuk diteliti, terutama di Kabupaten Bone, yang meskipun memiliki jaringan perbankan yang luas melalui BRI, masih menghadapi tantangan dalam penetrasi layanan digital.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Perilaku Konsumen

Menurut Engel, Blackwell., dan Miniard (1995), keputusan konsumen dalam menggunakan produk atau jasa meliputi lima proses inti: menyadari kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi pilihan, menentukan keputusan, dan mengevaluasi setelah keputusan penggunaan. Dalam konteks BRImo, faktor individu dan sosial ekonomi seperti pendidikan, pendapatan, pekerjaan, persepsi kemudahan, dan keamanan memengaruhi adopsi aplikasi mobile banking.

Technology Acceptance Model (TAM)

Davis (1989), menyatakan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Persepsi kemudahan dan keamanan mendorong minat penggunaan. Pendapatan juga berpengaruh karena menentukan akses terhadap perangkat dan infrastruktur teknologi.

Teori Adopsi Inovasi (*Diffusion of Innovations Theory*)

Rogers (2003) menjelaskan bahwa karakteristik individu, seperti tingkat pendidikan, memengaruhi kecepatan adopsi teknologi. Individu berpendidikan tinggi cenderung lebih cepat mengadopsi inovasi seperti BRImo karena mampu memahami manfaat dan cara penggunaannya secara kritis.

Teori Sosial Kognitif (*Social Cognitive Theory*)

Bandura (1986) menyatakan bahwa perilaku dipengaruhi oleh interaksi antara individu, lingkungan, dan pengalaman. Pengamatan terhadap orang lain yang menggunakan BRImo dengan mudah dapat mendorong minat, sementara pengalaman negatif dapat menghambat adopsi.

Teori Perilaku yang Direncanakan (*Theory of Planned Behavior*)

Ajzen (1991) menyebutkan bahwa niat berperilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol. Sikap positif terhadap BRImo, dukungan sosial, dan rasa mampu menggunakan aplikasi akan meningkatkan niat penggunaannya. Faktor eksternal seperti edukasi dan jaminan keamanan juga turut memengaruhi.

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas tentang faktor yang memengaruhi minat penggunaan *mobile banking*. Penelitian oleh Cahyaningrum (2022) menunjukkan bahwa tingkat pendidikan dan pendapatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan BRImo, sementara jenis pekerjaan tidak berpengaruh signifikan. Thania (2023) menemukan bahwa pendidikan dan pendapatan memiliki hubungan memiliki pengaruh yang kuat

terhadap kecenderungan penggunaan mobile banking, tetapi pekerjaan tidak berpengaruh langsung. Selanjutnya, Yuliana dan Ismail (2021) mengungkapkan bahwa pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan merupakan faktor signifikan dalam memengaruhi keputusan penggunaan mobile banking. Terakhir, penelitian oleh Yuliana dan Taufik (2024) menunjukkan bahwa kemudahan, keamanan, dan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan, sementara pendapatan memberikan pengaruh yang moderat.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif yang menggunakan metode survei, di mana populasinya adalah seluruh nasabah aktif BRI Kantor Cabang Watampone sebanyak 25.502 nasabah, dengan sampel 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *simple random sampling* dan dihitung melalui rumus Slovin. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, dan hasilnya menunjukkan instrumen layak digunakan.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi logistik biner karena variabel dependen bersifat biner (minat menggunakan BRIMO). Model penelitian dirumuskan sebagai:

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1 PD + \beta_2 PN + \beta_3 PK + \beta_4 KM + \beta_5 KN$$

Dengan p adalah probabilitas minat penggunaan BRIMO dan PD, PN, PK, KM, serta KN masing-masing mewakili pendidikan, pendapatan, pekerjaan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan. Pengujian model dilakukan dengan uji LR, Hosmer-Lemeshow, ROC Curve, dan Pseudo R-Square.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1. Distribusi Umur Responden

No	Kelompok Umur (Tahun)	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persentase (%)
1	17 - 22	8	14	22	22%
2	23 - 28	14	12	26	26%
3	29 - 34	10	9	19	19%
4	35 - 40	8	10	18	18%
5	41 - 46	3	4	7	7%
6	47 - 52	4	3	7	7%
7	53 - 58	1	0	1	1%
Jumlah		48	52	100	100%

Sumber: Data Primer di Olah (2025)

Tabel 1 menggambarkan karakteristik umur responden yang terdiri dari 100 nasabah, dengan pembagian 48 laki-laki dan 52 perempuan. Mayoritas responden berada dalam rentang usia produktif, yaitu 23–28 tahun, yang mencakup 26% dari total responden. Selain itu, kelompok usia 29–34 tahun dan 35–40 tahun juga cukup dominan, masing-masing mencapai 19% dan 18%. Ini menunjukkan sebagian besar responden berada dalam usia yang potensial untuk berkontribusi secara aktif dalam kegiatan sosial dan ekonomi

Tabel 2. Distribusi Pendidikan Responden

No	Tingkat Pendidikan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persentase (%)
1	4 – 6 tahun	3	6	9	9%
2	7 – 9 tahun	5	2	7	7%
3	10 - 12 tahun	20	19	39	39%
4	13 - 15 tahun	19	23	42	42%
5	16 - 18 tahun	1	2	3	3%
Jumlah		48	52	100	100%

Sumber: Data Primer di Olah (2025)

Tabel 2 menunjukkan bahwa sebagian besar memiliki tingkat pendidikan menengah hingga tinggi. Mayoritas responden menempuh pendidikan selama 10–12 tahun (setara SMA), yang mencakup 39% dari total responden. Diikuti oleh responden dengan pendidikan 13–15 tahun (setara D1/D3) sebanyak 42%. Temuan ini mencerminkan bahwa tingkat pendidikan responden tergolong memadai, yang dapat memengaruhi kemampuan mereka dalam mengembangkan keterampilan dan wawasan dalam penggunaan *mobile banking*.

Tabel 3. Distribusi Pekerjaan Responden

No	Jenis Pekerjaan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah (F)	Persentase (%)
1	Informal	21	23	44	44%
2	Formal	27	29	56	56%
Jumlah		48	52	100	100%

Sumber: Data Primer di Olah (2025)

Tabel 3 memperlihatkan pembagian jenis pekerjaan responden ke dalam dua kelompok utama, yaitu pekerja formal dan informal. Sebanyak 56% responden bekerja di sektor formal, menunjukkan adanya stabilitas dan keterikatan pada institusi atau perusahaan tertentu. Sementara itu, 44% responden terlibat dalam pekerjaan informal, yang mencerminkan fleksibilitas namun sering kali diiringi dengan ketidakpastian pendapatan.

Tabel 4. Distribusi Pendapatan Responden

No	Tingkat Pendapatan (Rp)	Laki-laki	Perempuan	Jumlah (F)	Persentase (%)
1	0 - 1.000.000	10	16	26	26%
2	2.000.000 – 3.000.000	10	19	29	29%
3	4.000.000 – 5.000.000	16	13	29	29%
4	6.000.000 – 7.000.000	8	2	10	10%
5	8.000.000 – 9.000.000	2	2	4	4%

6	10.000.000	2	0	2	2%
Jumlah		48	52	100	100%

Sumber: Data Primer di Olah (2025)

Tabel 4 menunjukkan sebagian besar responden memiliki pendapatan dalam rentang Rp4.000.000 hingga Rp5.000.000, yang mencakup 29% dari total responden. Diikuti oleh pendapatan dalam kisaran Rp2.000.000 hingga Rp3.000.000 sebesar 29%. Rata-rata pendapatan laki-laki mencapai Rp3.917.500, lebih tinggi dibandingkan perempuan yang sebesar Rp2.479.412. Perbedaan ini mencerminkan variasi dalam jenis pekerjaan, pengalaman, serta jenjang pendidikan yang ditempuh oleh setiap individu nasabah.

Tabel 5. Distribusi Responden untuk Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan

		1	2	3	4	5	Mean
Persepsi Kemudahan	Persepsi Kemudahan 1	0	0	16	50	34	4,18
	Persepsi Kemudahan 2	0	0	13	51	36	4,24
Persepsi Keamanan	Pertanyaan 1	0	0	15	44	41	4,26

Sumber: Data Primer di Olah (2025)

Persepsi kemudahan diukur melalui dua pertanyaan, yang masing-masing memperoleh rata-rata skor 4,18 dan 4,23, menunjukkan bahwa responden menilai aplikasi ini cukup mudah digunakan. Persepsi keamanan juga mendapatkan skor tinggi dengan rata-rata 4,26, yang mengindikasikan tingkat kepercayaan yang baik terhadap perlindungan data dan keamanan transaksi di *mobile banking* BRIMO.

Uji Validitas dan Reliabilitas

- Uji Validitas

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

Variabel	Signifikan	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan-1	0,00	Valid
Persepsi Kemudahan -2	0,00	Valid
Persepsi Keamanan	0,00	Valid

Sumber: Data Primer di Olah (2025)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa tiga variabel yang diuji, seluruhnya dinyatakan valid. Ini berarti bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini sudah mampu mengukur variabel yang dimaksud dengan baik dan sesuai dengan tujuan penelitian.

– Uji Reabilitas

Hasil uji validitas kuesioner penelitian disajikan dalam tabel 6.

Tabel 7. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan	0,86	Reliabel
Persepsi keamanan	1,00	Reliabel

Sumber: Data Primer di Olah (2025)

Pada uji reliabilitas, kedua variabel yang diuji terbukti reliabel.

Analisis Logistik Biner

– Likelihood Ratio Test (LR Test)

Tabel 8. Hasil Uji Likelihood Ratio (LR Test)

Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients
			Constant
Step 0	1	48,596	1,800
	2	40,516	2,555
	3	39,720	2,885
	4	39,703	2,943
	5	39,703	2,944
	6	39,703	2,944

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (2025)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *-2 Log Likelihood* pada step 0 awal. Berdasarkan tersebut diketahui bahwa angka yang terlihat pada kolom ketiga baris terakhir adalah 39.703. Jika terjadi penurunan *-2 Log Likelihood* pada uji kelayakan model step 1 maka model yang di hipotesiskan fit dengan data.

– Goodness of Fit Test (Hosmer-Lemeshow Test)

Tabel 9. Hasil Uji Hosmer-Lemeshow

Step	Chi-square	df	Sig.
1	9,258	8	0,321

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (2025)

Uji Hosmer-Lemeshow menunjukkan bahwa model regresi logistik layak digunakan dengan nilai signifikansi 0,321 ($> 0,05$), menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil prediksi dengan data yang teramati.

- Analisis Pseudo R-Square

Tabel 10. Hasil Uji Pseudo R-Square

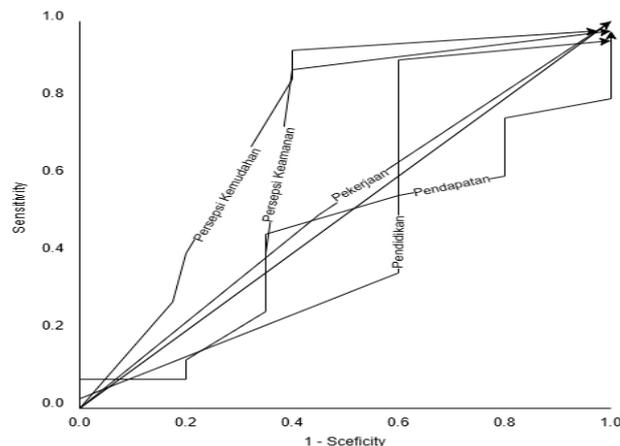
<i>Model Summary</i>			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	31.501 ^a	0,079	0,240

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (2025)

Tabel ini menunjukkan Koefisien Determinasi yang menunjukkan kontribusi variable bebas terhadap terikat. Kontribusi variable bebas terhadap terikat berdasarkan nilai Cox & Snell R Squarre adalah sebesar 7,9% dan nilai Nagelkerke R Square adalah 24%.

- Analisis ROC Curve

ROC Curve digunakan untuk menilai kemampuan model logistik dalam membedakan antara dua kelompok (kejadian dan tidak kejadian).



Gambar 1. Kurva ROC

Tabel 11. Area Under the Curve

<i>Area Under the Curve</i>	
Test Result Variable(s)	Area
Pendidikan	0,482
Pendapatan	0,405
Pekerjaan	0,521
Persepsi Kemudahan	0,734
Persepsi Keamanan	0,642

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (2025)

Kurva ROC menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki daya prediksi tertinggi dengan Area Under the Curve (AUC) sebesar 0,734.

Analisis logistik biner adalah metode untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang bersifat biner (keputusan “ya” atau “tidak”).

Tabel 12. Hasil Uji Logistik Biner

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Pendidikan (PD)	-0,213	0,237	0,809	1	0,368	0,808
Pendapatan (PN)	-0,664	0,887	0,561	1	0,454	0,515
Pekerjaan (PK)	1,004	1,526	0,433	1	0,511	2,729
Persepsi Kemudahan (KM)	1,565	0,852	3,374	1	0,042	4,785
Persepsi Keamanan (KN)	-1,024	1,266	0,654	1	0,419	0,359
Constant	6,912	13,726	0,254	1	0,615	1004,199

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (2025)

– Pengaruh Pendidikan terhadap Minat Penggunaan BRImo

Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat pendidikan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan BRImo, dengan nilai signifikansi sebesar 0,368 dan Exp(B) sebesar 0,808. Ini berarti setiap peningkatan satu tingkat pendidikan tidak mampu meningkatkan minat penggunaan BRImo meskipun hubungan ini tidak signifikan. Jika kita lihat pada Tabel 2 (Distribusi Pendidikan Responden), mayoritas pengguna BRImo berasal dari kelompok dengan pendidikan menengah hingga tinggi, yaitu 10–12 tahun (setara SMA) sebanyak 39% dan 13–15 tahun (setara D1/D3) sebanyak 42%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tingkat pendidikan cukup tinggi, faktor ini belum menjadi pendorong utama dalam adopsi *mobile banking*.

Teori *Diffusion of Innovation Theory* (Rogers, 2003) menyebutkan bahwa individu dengan jenjang pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih cepat mengadopsi inovasi karena lebih mudah memahami manfaat dan cara kerja teknologi tersebut. Namun, Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan tidak memiliki dampak signifikan terhadap ketertarikan penggunaan BRImo. Temuan ini berbeda Yuliana & Ismail (2021) yang menunjukkan bahwa individu dengan pendidikan tinggi lebih terbuka terhadap penggunaan layanan *mobile banking*. Akan tetapi, temuan ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Ramadhan & Lestari (2021) yang

menemukan bahwa pendidikan tidak selalu menjadi faktor penentu dalam adopsi *mobile banking*, karena kenyamanan dan kemudahan penggunaan lebih memengaruhi keputusan pengguna.

– Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Penggunaan BRImo

Pendapatan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan BRImo, dengan nilai signifikansi 0,454 dan Exp(B) sebesar 0,515, menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan tidak serta merta meningkatkan minat penggunaan aplikasi BRImo. Berdasarkan Tabel 4 (Distribusi Pendapatan Responden), mayoritas responden memiliki pendapatan dalam kisaran Rp4.000.000 hingga Rp5.000.000 (29%) dan Rp2.000.000 hingga Rp3.000.000 (29%). Meski kelompok dengan pendapatan menengah mendominasi, faktor pendapatan belum menjadi variabel yang secara kuat mendorong penggunaan layanan BRImo.

Teori Perilaku Konsumen menyatakan bahwa stabilitas finansial dapat memengaruhi keputusan mengadopsi produk atau layanan baru. Namun, Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa pendapatan tidak memiliki dampak signifikan terhadap minat penggunaan BRImo, yang bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Cahyaningrum (2022) yang menyatakan bahwa pendapatan tinggi menjadi faktor utama dalam adopsi *mobile banking*. Namun, temuan ini sejalan dengan Riyanto & Astuti (2023) yang mengungkapkan bahwa pendapatan bukan satu-satunya faktor penting, karena persepsi kemudahan dan manfaat aplikasi lebih berpengaruh dalam keputusan penggunaan *mobile banking*.

– Pengaruh Pekerjaan terhadap Minat Penggunaan BRImo

Jenis pekerjaan belum terbukti menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna BRImo, berdasarkan nilai signifikansi 0,511 dan Exp(B) sebesar 2,729. Dalam Tabel 3 (Distribusi Pekerjaan Responden), sebanyak 56% responden bekerja di sektor formal, sementara 44% berada di sektor informal. Hal ini menunjukkan kecenderungan lebih tinggi dari kelompok pekerja formal dalam mengadopsi layanan digital banking, walaupun belum cukup kuat menjadi determinan utama.

Teori *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1986) menyatakan bahwa ekspektasi hasil dan efikasi diri memengaruhi keputusan individu dalam mengadopsi teknologi baru. Dalam penelitian ini, pekerja formal memiliki peluang hampir tiga kali lipat lebih besar untuk menggunakan BRImo dibandingkan pekerja informal (Exp(B) = 2,729), tetapi pengaruh ini belum signifikan ($p = 0,511$). Hasil ini berbeda dengan penelitian Prasetyo (2020) yang menemukan bahwa jenis pekerjaan pengaruh signifikan terhadap

adopsi *mobile banking*, di mana pekerja formal lebih aktif menggunakan layanan digital untuk mendukung aktivitas keuangan mereka. Namun, temuan ini sejalan dengan studi Hendrawan & Ratnasari (2022) yang menunjukkan meskipun pekerja formal lebih terorganisir, kemudahan dan fitur aplikasi tetap menjadi faktor utama dalam keputusan penggunaan *mobile banking*.

– Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan BRImo

Berdasarkan hasil analisis nilai $\text{Exp}(B)$, persepsi kemudahan menjadi faktor paling kuat, di mana responden yang menilai aplikasi BRImo mudah digunakan memiliki kemungkinan hampir lima kali lipat lebih besar untuk mengadopsi layanan ini dibandingkan mereka yang merasa aplikasi ini sulit ($p = 0,042$, $\text{Exp}(B) = 4,785$). Dalam Tabel 5 (Distribusi Persepsi Kemudahan dan Keamanan), rata-rata skor persepsi kemudahan mencapai 4,18 dan 4,24, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai aplikasi ini intuitif dan mudah dioperasikan. Temuan ini memperkuat *Technology Acceptance Model* (TAM) (Davis, 1989) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* menjadi faktor dominan dalam penerimaan teknologi. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ramadhan & Lestari (2021) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi *mobile banking*. Studi Sulaiman & Rachmawati (2021) juga menunjukkan bahwa antarmuka yang sederhana dan fitur intuitif mendorong minat pengguna dalam menggunakan layanan digital perbankan.

– Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan BRImo

Persepsi keamanan mendapatkan skor tinggi pada tabel 5 dengan rata-rata 4,26, hasil analisis menunjukkan bahwa variabel ini belum memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan BRImo, dengan nilai signifikansi 0,419 ($p > 0,05$) dan $\text{Exp}(B)$ sebesar 0,359. Artinya, kekhawatiran terhadap keamanan data dan transaksi belum menjadi hambatan utama bagi pengguna dalam mengadopsi layanan ini. Namun, persepsi keamanan tetap memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap aplikasi perbankan digital.

Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) menyatakan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan, seperti keamanan aplikasi, memengaruhi niat seseorang dalam mengadopsi teknologi. Meskipun persepsi keamanan mendapat skor rata-rata tinggi (4,26), hasil analisis menunjukkan bahwa variabel ini belum berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan BRImo ($p = 0,419$; $\text{Exp}(B) = 0,359$). Temuan ini berbeda dengan penelitian Hidayat & Permana (2022) yang menunjukkan bahwa persepsi

keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan adopsi layanan mobile banking. Namun, hasil ini sejalan dengan studi Gupta & Xu (2010) yang menyatakan bahwa meskipun keamanan penting, kemudahan penggunaan dan manfaat layanan tetap menjadi faktor utama dalam keputusan adopsi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menemukan bahwa tingkat pendidikan, pendapatan, jenis pekerjaan, dan persepsi keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking BRIMO di kalangan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Watampone. Sebaliknya, hanya persepsi kemudahan yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan BRIMO. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun faktor sosial ekonomi memiliki peran dalam kehidupan nasabah, kemudahan penggunaan aplikasi menjadi faktor utama yang mendorong minat untuk mengadopsi layanan mobile banking BRIMO.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan kepada PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Watampone untuk memfokuskan upaya pada peningkatan persepsi kemudahan dalam penggunaan BRIMO, karena faktor ini terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Di sisi lain, meskipun variabel pendidikan, pendapatan, pekerjaan, dan persepsi keamanan tidak menunjukkan pengaruh signifikan, pendekatan strategis tetap diperlukan. Edukasi digital yang mudah dipahami bagi semua tingkat pendidikan, pengembangan fitur yang relevan dengan berbagai jenis pekerjaan, serta layanan yang terjangkau bagi nasabah berpenghasilan tinggi perlu diperkuat. Sistem keamanan juga harus terus dijaga dan dikomunikasikan secara efektif agar membangun kepercayaan. Dengan mengoptimalkan semua aspek tersebut, BRIMO dapat bertransformasi dari sekadar pelengkap menjadi kebutuhan utama nasabah dalam melakukan transaksi keuangan yang praktis, aman, dan efisien.

DAFTAR REFERENSI

- Aditya & Sutanto (2023). Analisis pengaruh sosial ekonomi terhadap penggunaan aplikasi mobile banking. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 6(2), 145–165.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

- andura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Prentice-Hall.
- Cahyaningrum (2022). Pengaruh pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan terhadap minat penggunaan BRImo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 15(2), 125–138.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Gupta & Xu (2010). *Examining the effectiveness of mobile banking in enhancing customer experience*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 17(2), 140-149.
- Hendrawan & Ratnasari (2022). Faktor sosial ekonomi dalam adopsi layanan perbankan digital. *Jurnal Teknologi Finansial*, 16(2), 175–190.
- Hidayat & Permana (2022). Kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat pengguna *mobile banking*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 13(2), 67–89.
- Nugroho & Suryani (2022). Persepsi keamanan dan kemudahan dalam adopsi teknologi *mobile banking*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 14(3), 321–345.
- Prasetyo & Kurniawan (2023). Studi literatur tentang pengaruh pendidikan terhadap penggunaan teknologi finansial. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 56–78.
- Prasetyo, A. (2020). Pengaruh Pekerjaan terhadap Adopsi Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Digital*, 8(3), 200–215.
- Rahmawati & Setiawan (2023). Pendidikan, pekerjaan, pendapatan, kemudahan, dan keamanan dalam penggunaan *mobile banking*. *Jurnal Keuangan Digital*, 8(4), 220–240.
- Riyanto & Astuti (2023). Persepsi kemudahan dan pendapatan terhadap minat penggunaan layanan digital banking. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 17(3), 187–205.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. 5th Edition. Free Press.
- Sulaiman & Rachmawati (2021). Kepercayaan, keamanan, kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko dalam minat penggunaan *mobile banking*. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 10(5), 101–115.
- Sulaiman, R., & Rachmawati, D. (2021). Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko dalam Minat Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 10(5), 101–115.
- Susanti & Haris (2023). Pengaruh keamanan aplikasi terhadap kepercayaan pengguna *mobile banking*. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 8(2), 145–165.
- Thania (2023). Analisis faktor pendidikan dan pendapatan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. *Jurnal Ekonomi Digital*, 12(3), 140-155.
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998. Departemen Keuangan, Jakarta.

- Venkatesh, Thong, & Xu (2012). *Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology*. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.
- Wijaya & Hardiyanto (2024). Pendapatan dan literasi digital dalam adopsi mobile banking. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 15(4), 200–220.
- Yuliana & Ismail (2021). Pendidikan dan pendapatan sebagai determinan adopsi mobile banking. *Jurnal Teknologi dan Inovasi Finansial*, 9(1), 45–58.
- Yuliana & Taufik (2024). Kemudahan, keamanan, pendapatan, dan persepsi manfaat dalam minat penggunaan mobile banking. *Jurnal Teknologi Keuangan*, 11(1), 105–125.
- Zahra & Yusman (2024). Persepsi kemudahan penggunaan sebagai faktor penentu adopsi teknologi perbankan. *Jurnal Inovasi Digital*, 13(1), 98–120.