

**STRATEGI PENINGKATAN KEPERCAYAAN PENGGUNA
TERHADAP APLIKASI *MOBILE BANKING* MELALUI
TEKNIK ANALISIS SWOT**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh:

Hijrah Aldita

2104020058

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI PALOPO
2025**

**STRATEGI PENINGKATAN KEPERCAYAAN PENGGUNA
TERHADAP APLIKASI *MOBILE BANKING* MELALUI
TEKNIK ANALISIS SWOT**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

Hijrah Aldita

2104020058

Pembimbing :

Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A.Ek.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI PALOPO
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hijrah Aldita
NIM : 2104020058
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwasanya:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini ialah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan kesalahan yang ada di dalamnya ialah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya per oleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 19 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Hijrah Aldita

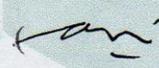
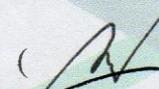
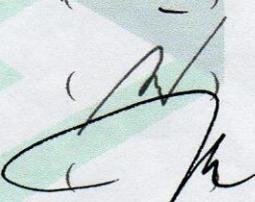
2104020058

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi Peningkatan Kepercayaan Pengguna terhadap Aplikasi *Mobile Banking* melalui Teknik Analisis SWOT yang ditulis oleh Hijrah Aldita Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104020058, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang telah dimunaqasyahkan pada hari Rabu tanggal, 06 Agustus 2025 Miladiyah bertepatan dengan 12 Safar 1447 Hijriah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

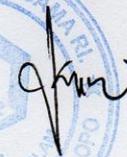
Palopo, 19 Agustus 2025

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI. | Ketua Sidang | () |
| 2. Ilham, S.Ag., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Prof. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E.,M.M. | Penguji I | () |
| 4. Dr. H. Muh. Rasbi, S.E.,M.M. | Penguji II | () |
| 5. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy.,M.A.Ek. | Pembimbing | () |

Mengetahui

a.n Rektor UIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 198201242009011006

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah


Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
NIP 198912072019031005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَهْتَدِيَ لَوْلَا أَنْ هَدَانَا اللَّهُ لَقَدْ جَاءَتْ رُسُلًا رَبِّنَا بِالْحَقِّ وَنُودُوا أَنْ تَتَّخِذُوا الْجَنَّةَ أُورْثَتُمْوهَا بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Bismillahirrahmanirrahim, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas limpahan rahmat, hikmah, serta kesempatan yang diberikan-Nya, sehingga penelitian berjudul “Strategi Meningkatkan Kepercayaan Pengguna Terhadap Aplikasi *Mobile banking* Melalui Teknik Analisis SWOT” dapat diselesaikan dengan baik meskipun dihadapkan pada dinamika tantangan akademis dan teknis. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad saw. pembawa petunjuk bagi semesta beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya yang konsisten menegakkan panji ilmu hingga akhir zaman.

Penulisan skripsi ini disusun sebagai prasyarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah, UIN Palopo. Meskipun penyusun menyadari masih terdapat kekurangan di dalamnya. Melalui prakata ini, penulis mengucapkan terima kasih tulus kepada semua pihak yang telah berkontribusi, serta mohon maaf atas segala keterbatasan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor UIN Palopo, beserta Dr. Munir Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Dr. Mustaming, S.Ag.,

- M.H.I. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini.
2. Dr. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Palopo, beserta Wakil Dekan Bidang Akademik, Ilham S.Ag., Dr. Ali Lestari, S.Si.,M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan dan Muhammad Ilyas, S.Ag., MA. Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, yang telah banyak memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
 3. Edi Indra Setiawan S.E. M.M., selaku Ketua Program Studi dan M. Ikhsan Purnama, S.E.Sy., M.E. Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Palopo beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
 4. Dr.Adzan Noor Bakri ,S.E.Sy.,M.A.Ek. selaku pembimbing dan Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan , masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi
 5. Prof. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E.,M.M. selaku penguji I dan Dr. H. Muh. Rasbi, S.E.,M.M. selaku penguji II yang telah banyak membantu memberikan masukan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
 6. Seluruh dosen beserta seluruh staf pegawai UIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di UIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
 7. Bapak Ilman Jalil dan Ibu Ida Wati, kedua orang tua tercinta yang telah mengorbankan segala kemampuan, kasih sayang, dan ketulusan dalam

mendidik serta membesarkan penulis hingga saat ini. Juga kepada saudara-saudari penulis, Nurul Ashifa dan Asha Zakila, atas segala dukungan dan kebersamaan yang tak ternilai. Semoga Allah SWT membalas pengorbanan kalian dengan balasan terbaik, Jannatul Firdaus.

8. Sahabat-sahabat setia di kampung halaman Chintya (Yaya), Aulya Balqis, Florencia Clara, Fika Safira, Dela Hode, Enjel, Iis, dan Magfirah. Meski jarak memisahkan, kalian tetap menjadi sumber kekuatan mental, tempat berbagi, dan penyemangat yang tak pernah padam. Perjalanan ini terasa lebih ringan berkat kebersamaan kita.
9. Sahabat seperjuangan Irmayani, Firdayanni, Naurah, dan Rifkha, yang senantiasa menjadi sandaran dalam masa-masa sulit, saling menguatkan di saat kelelahan, serta memberikan motivasi tulus hingga penulis mampu menyelesaikan studi ini. Terima kasih telah menjadi keluarga dalam setiap langkah perjuangan.
10. Seluruh anggota KKN 55 dan Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN Palopo angkatan 2021, khususnya kelas PBS B, atas kolaborasi, diskusi, serta dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Kontribusi kalian menjadi bagian tak terpisahkan dari karya ini.
11. Keluarga dan Sahabat di Desa Matompi, terutama Anak Kos Jumriati Jalil, terima kasih atas motivasi, tawa, dan kehangatan yang menjadi penyembuh rindu dan penguat semangat di perantauan.

Semoga segala dukungan, doa, dan kerja sama yang saya terima selama ini mendapat balasan terbaik dari Allah SWT, Aamiin Ya Robbal Alamin. Skripsi ini

akhirnya terselesaikan meski diiringi berbagai tantangan akan tetapi Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat dibutuhkan demi terwujudnya karya yang lebih baik untuk masa-masa yang akan datang.

Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis khususnya. Mudah-mudahan dapat bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah SWT, Amin.



Palopo, 28 Juni 2025

Peneliti

Hijrah Aldita
2104020058

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ðad	ð	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
آ	<i>Fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>Dhammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai	A dan I
وِ	<i>Fathah dan wau</i>	Au	A dan U

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauला*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا... ـا... ـي	<i>Fathah</i> dan <i>Alif</i> atau <i>Ya'</i>	Ā	A dan garis di atas
ي	<i>Kasrah</i> dan <i>Ya'</i>	Ī	I dan garis di atas
و	<i>Dammah</i> dan <i>Wau</i>	Ū	U dan garis di atas
Contoh:			
مَاتَ	: <i>māta</i>		
رَمِيَ	: <i>ramā</i>		
قِيلَ	: <i>qīla</i>		
يَمُوتُ	: <i>yamūtu</i>		

4. Tā' marbūṭah

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dhammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْصَةَ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَائِدَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (-ّ-), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan pengulangan huruf (konsonan ganda) yang di beri tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

نُعْمٌ : *nu'ima*

عُدُوٌّ : *'aduwwun*

Jika huruf *ber-tasydid* diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kaṣrah* (-ِ-), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : ‘Alī (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

سَيِّئٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

syarḥ al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maṣlahah

9. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللّٰهِ دِينُ اللّٰهِ billāh dīnullāh

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

اللّٰهُمَّ فِي رَحْمَةِ اللّٰهِ hum fī raḥmmatillāh

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), Dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, DAN DR). Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi'a lallaẓī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fīhi al-Qur'ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-maṣlahah fī al- Tasyrī al-Islāmī

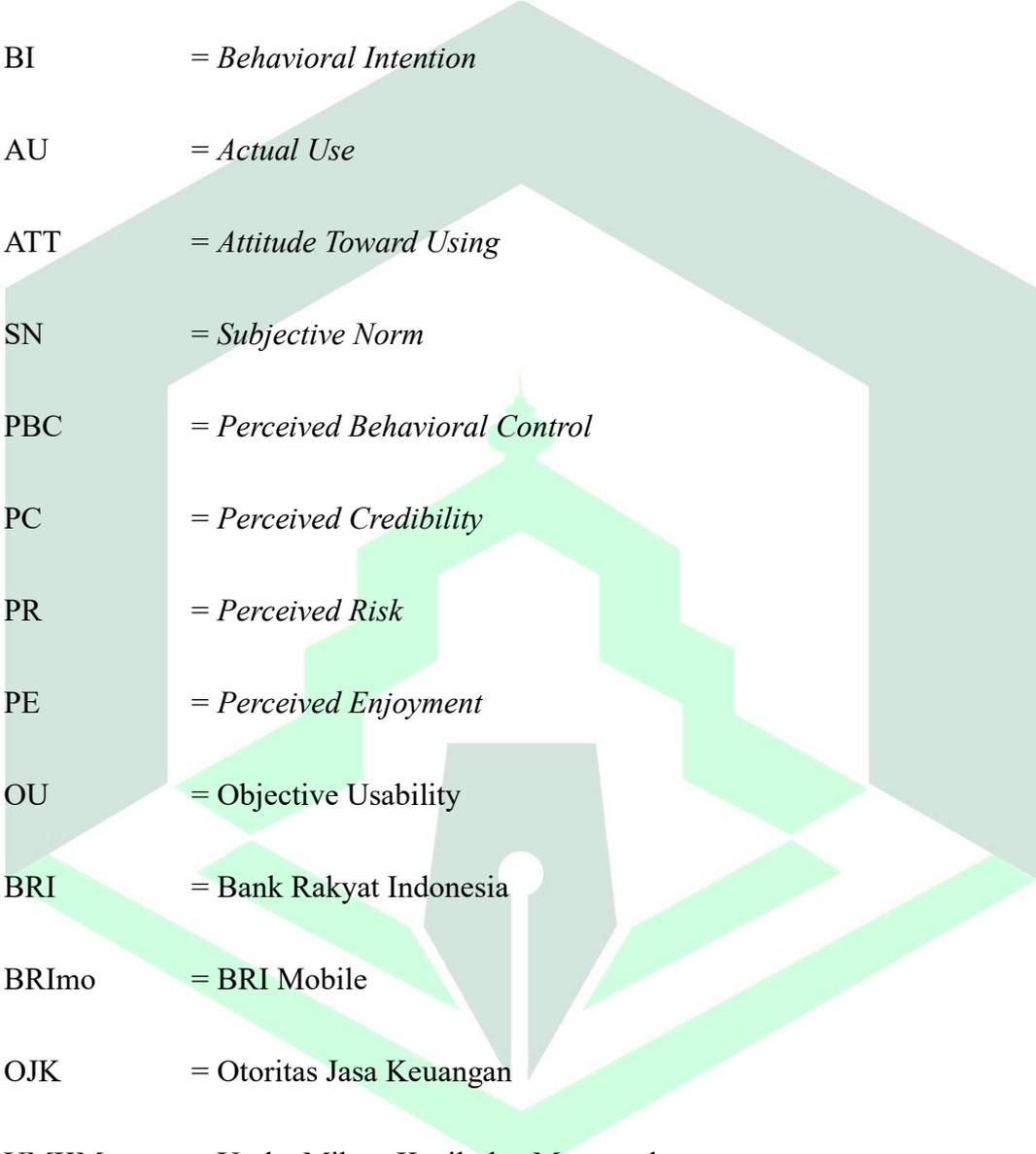
Jika nama resmi seseorang menggunakan Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad Ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)
Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd, Naṣr Ḥāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt.	= <i>subḥānahū wa ta'ālā</i>
saw.	= <i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
as	= <i>'alaihi al-salām</i>
QS	= Qur'an Surat
HR	= Hadis Riwayat
TAM	= <i>Technology Acceptance Model</i>
TRA	= <i>Theory of Reasoned Action</i>

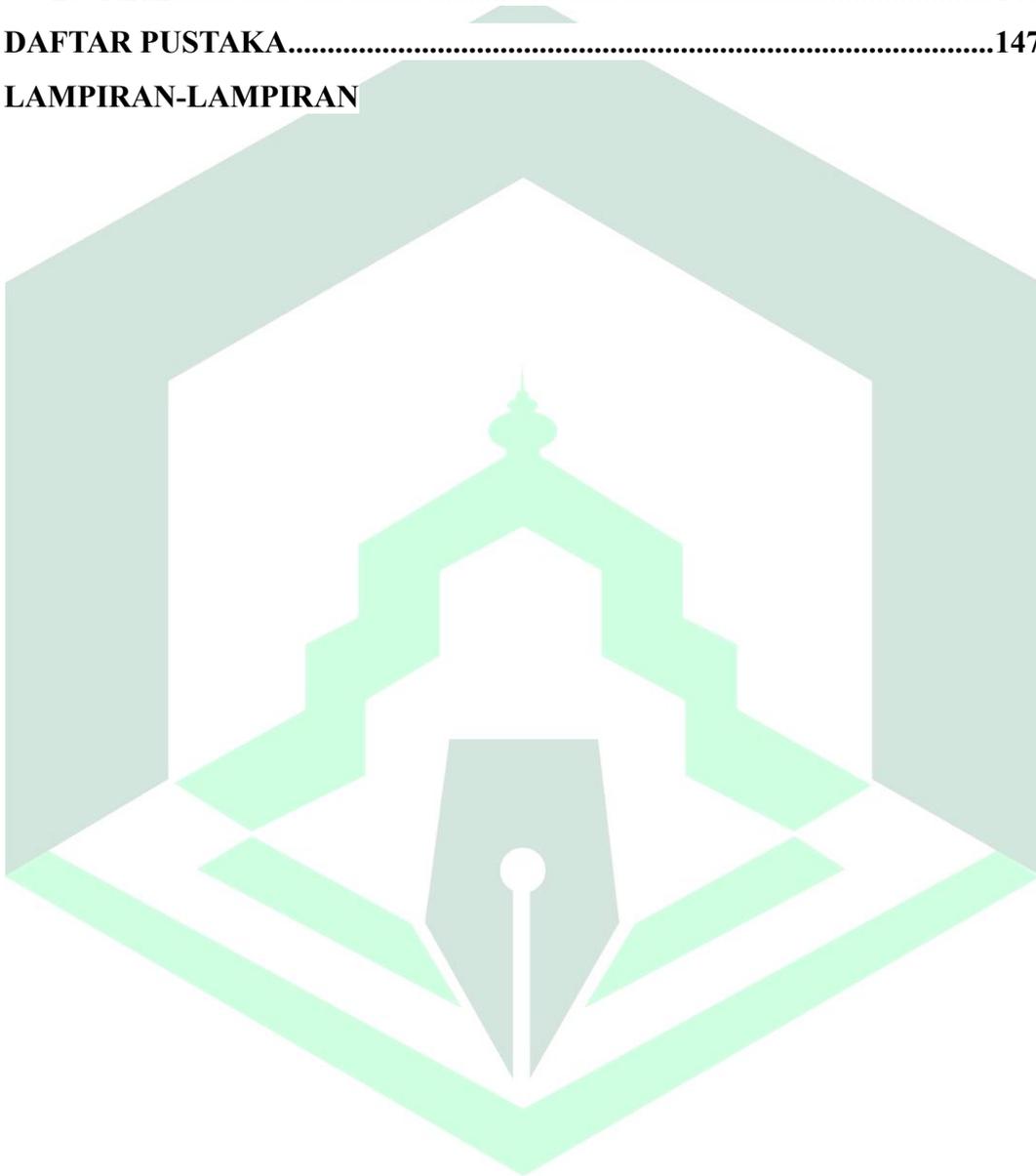


TPB	= <i>Theory of Planned Behavior</i>
PU	= <i>Perceived Usefulness</i>
PEOU	= <i>Perceived Ease of Use</i>
BI	= <i>Behavioral Intention</i>
AU	= <i>Actual Use</i>
ATT	= <i>Attitude Toward Using</i>
SN	= <i>Subjective Norm</i>
PBC	= <i>Perceived Behavioral Control</i>
PC	= <i>Perceived Credibility</i>
PR	= <i>Perceived Risk</i>
PE	= <i>Perceived Enjoyment</i>
OU	= <i>Objective Usability</i>
BRI	= <i>Bank Rakyat Indonesia</i>
BRI _{mo}	= <i>BRI Mobile</i>
OJK	= <i>Otoritas Jasa Keuangan</i>
UMKM	= <i>Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
ABSTRAK	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan masalah.....	6
C. Tujuan penelitian.....	6
D. Manfaat penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Penelitian terdahulu yang relevan	9
B. Kajian Teori.....	15
C. Kerangka pikir.....	72
BAB III METODE PENELITIAN	74
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	74
B. Waktu dan lokasi penelitian	74
C. Definisi Operasional Variabel	75
D. Populasi dan Sample	76
E. Teknik Pengumpulan Data	79
F. Instrumen Penelitian.....	80
G. Teknik Analisis Data	84
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	92
A. Deskripsi Subjek Penelitian	92

B. Hasil penelitian.....	96
C. Pembahasan	113
BAB V KESIMPULAN.....	143
A. Kesimpulan	143
B. Saran.....	145
DAFTAR PUSTAKA.....	147
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

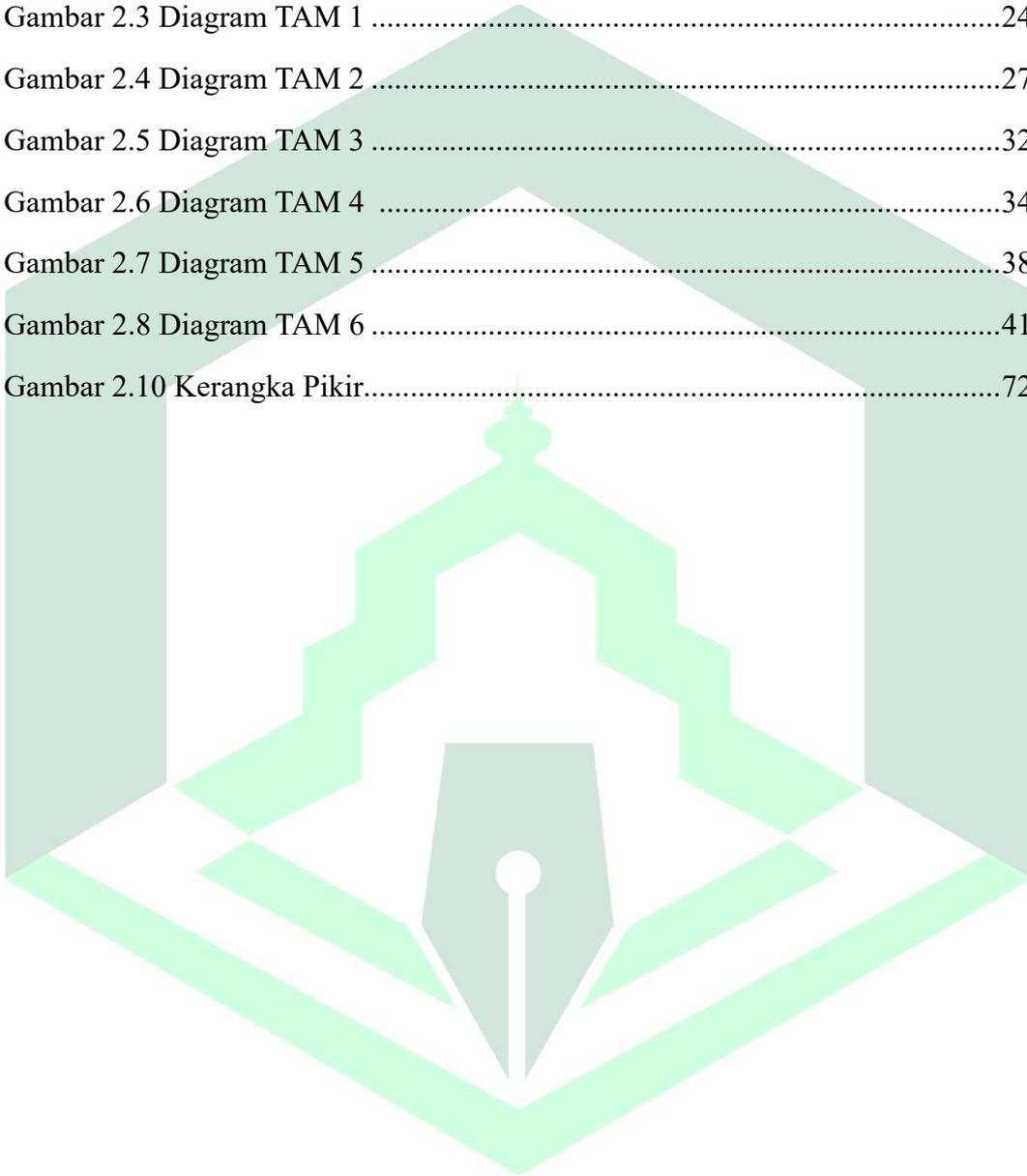


DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel.....	75
Tabel 3.2 Skala Likert	81
Tabel 3.3 Tabel Rekapitulasi Uji Validitas	82
Tabel 3.4 Tabel Rekapitulasi Uji Reabilitas	84
Tabel 4.1 Karateristik Responden Didasarkan atas status Nasabah Aktif BRI	94
Tabel 4.2 Karateristik Responden Didasarkan atas Jenis Layanan BRI yang Pernah Digunakan.....	95
Tabel 4.3 Karateristik Responden Didasarkan atas Status Penggunaan BRImo....	96
Tabel 4.4 Tabel IFAS.....	98
Tabel 4.5 Tabel EFAS.....	101
Tabel 4.6 Tabel Penempatan Strategi Berdasarkan Kuadran SWOT	104
Tabel 4.7 Tabel Tematik SWOT	107
Tabel 4.8 Tabel Matriks SWOT	110
Tabel 4.9 Tabel Uraian Naratif Strategi.....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram TAM	18
Gambar 2.2 Perbandingan TAM	22
Gambar 2.3 Diagram TAM 1	24
Gambar 2.4 Diagram TAM 2	27
Gambar 2.5 Diagram TAM 3	32
Gambar 2.6 Diagram TAM 4	34
Gambar 2.7 Diagram TAM 5	38
Gambar 2.8 Diagram TAM 6	41
Gambar 2.10 Kerangka Pikir.....	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data

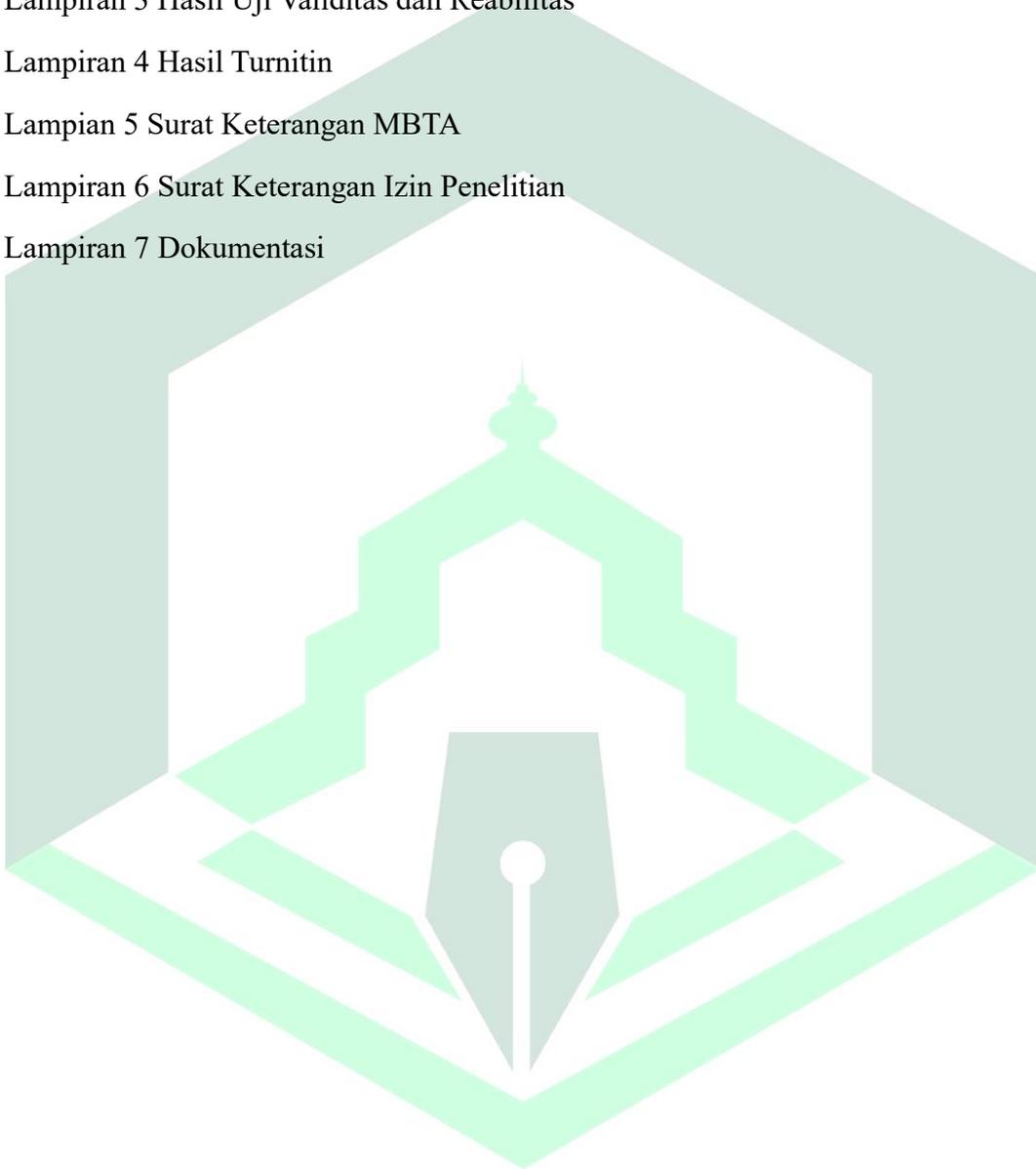
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Lampiran 4 Hasil Turnitin

Lampiran 5 Surat Keterangan MBTA

Lampiran 6 Surat Keterangan Izin Penelitian

Lampiran 7 Dokumentasi



ABSTRAK

Hijrah Aldita, 2025 “Strategi Peningkatan Kepercayaan Pengguna Terhadap Aplikasi *Mobile banking* Melalui Teknik Analisis SWOT”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, Dibimbing oleh Dr.Adzan Noor Bakri, S.E.Sy.,M.A.Ek.”

Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi peningkatan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi *mobile banking* (BRImo) di Kecamatan Wasuponda, Kabupaten Luwu Timur, Sulawesi Selatan, melalui pendekatan analisis SWOT. Metode kuantitatif diterapkan dengan survei terhadap 110 responden (nasabah BRI Wasuponda), dilengkapi observasi dan studi dokumentasi. Hasil penelitian mengungkap dua hambatan utama: (1) Persepsi risiko teknologi (67,3% non-pengguna khawatir kehilangan dana/data), dan (2) Kegagalan fungsi edukasi (62,7% responden menyatakan tidak ada pendampingan lanjutan dari bank). Namun, temuan juga menunjukkan potensi strategis dari kekuatan internal seperti kepercayaan tinggi pada fitur keamanan BRImo (83,6% pengguna) dan peluang eksternal seperti program pelatihan digital OJK/pemerintah serta kolaborasi komunitas lokal. Berdasarkan matriks TOWS, dirumuskan empat strategi prioritas: Integrasi modul BRImo dalam pelatihan desa pemerintah (SO), Pembentukan kader digital berbasis kelompok tani untuk pendampingan teknis (WO), Kampanye testimoni pengguna sukses guna menetralkan isu keamanan viral (ST), Pengembangan modul edukasi visual/offline untuk daerah infrastruktur terbatas (WT). Implikasi penelitian memperkaya model *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menegaskan peran kritis variabel kontekstual (*risk perception, mentorship*) dalam adopsi teknologi pedesaan. Rekomendasi praktis mencakup desain program pendampingan berjenjang oleh BRI, kolaborasi multipihak, dan peningkatan literasi digital berbasis karakteristik lokal. Penelitian ini menjadi rujukan bagi pengembangan inklusi keuangan digital di daerah pedesaan Indonesia.

Kata kunci: *analisis SWOT, inklusi keuangan, Kepercayaan pengguna, literasi digital, mobile banking.*

ABSTRAK

Hijrah Aldita, 2025 “*Strategy for Increasing User Trust in Mobile banking Applications Through SWOT Analysis Technique*”. Undergraduate Thesis, Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University of Palopo. Supervised by Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A.Ek.”

This study aims to formulate strategies to increase user trust in the mobile banking application (BRImo) in Wasuponda District, East Luwu Regency, South Sulawesi, using a SWOT analysis approach. A quantitative method was applied through a survey of 110 respondents (BRI Wasuponda customers), supplemented by observation and documentary studies. The findings reveal two main obstacles: (1) Technology risk perception (67.3% of non-users worried about losing funds/data), and (2) Failure of educational functions (62.7% of respondents stated there was no ongoing assistance from the bank). However, the findings also indicate strategic potential from internal strengths, such as high trust in BRImo's security features (83.6% of users), and external opportunities, such as OJK/government digital training programs and local community collaboration. Based on the TOWS matrix, four priority strategies were formulated: Integration of BRImo modules into government village training (SO); Formation of farmer group-based digital cadres for technical assistance (WO); Campaigns featuring successful user testimonials to neutralize viral security issues (ST); Development of visual/offline education modules for areas with limited infrastructure (WT). The research implications enrich the Technology Acceptance Model (TAM) by affirming the critical role of contextual variables (risk perception, mentorship) in rural technology adoption. Practical recommendations include designing tiered mentoring programs by BRI, multi-party collaboration, and enhancing digital literacy based on local characteristics. This study serves as a reference for developing digital financial inclusion in rural areas of Indonesia.

Keywords: *SWOT analysis, financial inclusion, user trust, digital literacy, mobile banking.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digitalisasi, industri perbankan Indonesia mengalami transformasi signifikan dengan hadirnya layanan *mobile banking* sebagai respons terhadap tuntutan efisiensi dan kompetisi pascaderegulasi.¹ Data Bank Indonesia (2023) menunjukkan pertumbuhan pesat transaksi digital perbankan yang mencapai Rp 4,3 kuadriliun pada April 2023, didukung oleh 102,7 juta pengguna digital banking.² Namun, di balik angka optimis ini, disparitas adopsi teknologi masih menjadi tantangan struktural, terutama di wilayah pedesaan dan semi-perkotaan dengan literasi digital terbatas. Salah satu contoh nyata adalah Kecamatan Wasuponda, Kabupaten Luwu Timur, Sulawesi Selatan. Meskipun memiliki akses infrastruktur telekomunikasi yang memadai, masyarakat setempat menunjukkan resistensi tinggi terhadap penggunaan *mobile banking*. Survei awal peneliti mengungkap bahwa sebagian besar responden di Wasuponda lebih memilih transaksi fisik melalui kantor bank atau agen BRI, dengan alasan utama kekhawatiran akan risiko keamanan, ketidakpahaman teknis, dan minimnya pendampingan dalam mengoperasikan aplikasi. Fenomena ini menciptakan paradoks dimana bank berupaya meningkatkan layanan digital demi keuntungan operasional, namun

¹ Richard Pankomera and Darelle Van Greunen, "Challenges, Benefits, and Adoption Dynamics of Mobile Banking at the Base of the Pyramid (BOP) in Africa: A Systematic Review," *The African Journal of Information and Communication (AJIC)*, no. 21 (2018): 21–49, <https://doi.org/10.23962/10539/26113>.

² Huong Ha and C.K. Peter Chuah, "Digital Economy in Southeast Asia: Challenges, Opportunities and Future Development," *Southeast Asia: A Multidisciplinary Journal* 23, no. 1 (2023): 19–35, <https://doi.org/10.1108/seamj-02-2023-0023>.

resistensi pengguna akibat ketidakpercayaan menghambat potensi ekonomi digital di pedesaan.

Penelitian ini berangkat dari kegagalan model konvensional *Technology Acceptance Model (TAM)* yang fokus pada *perceived usefulness* (kegunaan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) dalam menjelaskan resistensi adopsi teknologi di konteks sosio-kultural unik seperti Wasuponda. Studi terdahulu Juliani et al., 2021 dan Almaiah et al., 2023 telah mengidentifikasi bahwa faktor kepercayaan (*technology trust*) dan persepsi risiko (*perceived risk*) memainkan peran sentral dalam membentuk sikap pengguna. Namun, temuan ini belum mengakomodasi kompleksitas masyarakat pedesaan yang tidak hanya membutuhkan kemudahan teknis, tetapi juga dukungan psikososial, seperti pendampingan teknis (*availability of mentorship*) dan edukasi keuangan (*financial education*).³ Sebagai ilustrasi, penelitian Korosando dan Fince (2023) pada nasabah Bank NTT menemukan bahwa sosialisasi layanan digital yang bersifat satu arah seperti seminar tidak berdampak signifikan pada peningkatan kepercayaan. Hal ini mengindikasikan bahwa pendekatan partisipatif melibatkan masyarakat dalam proses edukasi dan pendampingan berkelanjutan diperlukan untuk menjembatani kesenjangan literasi.⁴

³ Gabriella Juliani et al., "Case Study: The Acceptance of XYZ Bank's Mobile Banking Application Using Technology Acceptance Model (TAM)," *Journal of Business and Management Review* 2, no. 10 (October 30, 2021): 733–46, <https://doi.org/10.47153/jbmr210.2582021>.

⁴ Fransiskus Korosando and Ludvina Fince, "Pengaruh Sosialisasi Layanan Mobile Banking Dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank NTT Cabang Ende," *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan* 1, no. 1 (2020): 93–101, <https://doi.org/10.37478/jpm.v1i1.355>.

Kontekstualisasi masalah di Wasuponda memperlihatkan dinamika yang lebih kompleks. Mayoritas masyarakat bekerja di sektor pertanian dan UMKM dengan pola transaksi harian yang sederhana, sehingga kemudahan *mobile banking* seperti transfer instan atau pembayaran tagihan belum dirasakan sebagai kebutuhan mendesak. Lebih lanjut, maraknya kasus kejahatan siber seperti viralnya isu pemotongan saldo ilegal pada aplikasi BRImo telah memperkuat persepsi risiko dan ketidakpercayaan. Wawancara mendalam dengan nasabah BRI Unit Wasuponda, seperti Ibu Winda menolak menggunakan layanan digital setelah mengalami trauma psikologis akibat kasus kehilangan dana yang dialami iparnya melalui aplikasi BRImo,⁵ Bapak Aswal lebih memilih transaksi fisik dengan kartu Simpedes karena khawatir kesulitan dalam mengoperasikannya,⁶ dan Ibu Ida juga menyampaikan kekhawatirannya terkait penggunaan *mobile banking*, terutama karena maraknya kasus kehilangan dana yang sering viral. Ia khawatir aplikasi seperti BRImo dapat memicu risiko serupa,⁷ hal ini menunjukkan bahwa hambatan adopsi bukan sekadar teknis, tetapi juga psikologis dan sosial-budaya. Masyarakat cenderung memandang transaksi digital sebagai ranah yang asing dan berisiko, sementara transaksi fisik di kantor bank dianggap lebih nyata dan terjamin.

Untuk menjawab tantangan multidimensi ini, penelitian ini mengusulkan dan memperluas model TAM dengan memasukkan variabel kontekstual seperti

⁵ Wati juga menyampaikan kekhawatirannya terkait penggunaan *mobile banking*, terutama karena maraknya kasus kehilangan dana yang sering viral. Ia khawatir aplikasi seperti BRImo dapat memicu risiko serupa.

⁶ Bapak Aswal (Nasabah BRI Unit Wasuponda), wawancara oleh penulis, Kec. Wasuponda, 16 Januari 2025, tentang preferensi menggunakan kartu fisik Simpedes dan kekhawatiran kesulitan mengoperasikan BRImo.

⁷ Bu Ida (Nasabah BRI Unit Wasuponda), wawancara oleh penulis, Kec. Wasuponda, 30 Januari 2025, tentang kekhawatiran kehilangan dana akibat penggunaan BRImo.

pendampingan teknis dan edukasi keuangan, serta menguji relevansinya melalui pendekatan SWOT. Kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) akan difokuskan pada kapasitas individu misalnya, pemahaman operasional aplikasi dan kepercayaan diri pengguna, sementara peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) mencakup dukungan institusi seperti program pendampingan oleh bank dan tantangan eksternal seperti isu keamanan siber. Sebagai contoh, rendahnya *technology trust* di Wasuponda dapat dikategorikan sebagai kelemahan internal, sementara minimnya infrastruktur pendampingan teknis oleh bank merupakan ancaman eksternal. Di sisi lain, potensi kolaborasi dengan kelompok masyarakat atau kader digital bisa menjadi peluang untuk meningkatkan adopsi.

Pemilihan Kecamatan Wasuponda sebagai lokus penelitian didasarkan pada tiga pertimbangan utama. Pertama, wilayah ini merepresentasikan karakteristik *middle ground* antara pedesaan terpencil dan perkotaan memiliki akses internet tetapi masih terkendala literasi digital. Kedua, tingginya ketergantungan pada transaksi fisik di BRI Unit Wasuponda yang merupakan satu-satunya kantor bank di kecamatan tersebut menjadikannya laboratorium alami untuk menguji efektivitas intervensi digital. Ketiga, resistensi masyarakat di sini mencerminkan fenomena global di negara berkembang, di mana inovasi teknologi seringkali terhambat oleh faktor non-teknis seperti budaya, kepercayaan, dan keterbatasan sumber daya manusia. Melalui analisis SWOT, penelitian ini tidak hanya bertujuan mengidentifikasi faktor penghambat, tetapi juga merancang strategi berbasis konteks lokal misalnya, mengintegrasikan edukasi keuangan dengan program kelompok tani atau mengembangkan modul pelatihan yang melibatkan tokoh

masyarakat terpercaya. Secara praktis, rekomendasi kebijakan yang dihasilkan juga dapat menjadi acuan bagi perbankan dan pemerintah daerah dalam merancang program inklusi digital yang partisipatif, berkelanjutan, dan sensitif terhadap kebutuhan masyarakat pedesaan.

Dari perspektif Islam, upaya meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap teknologi digital seperti *mobile banking* merupakan bagian dari membangun hubungan sosial yang positif dan saling menguatkan. Kekhawatiran berlebih terhadap risiko teknologi dapat dikaitkan dengan prasangka yang belum tentu berdasar, sebagaimana Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Hujurat: 12:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ

Terjemahnya :

“Wahai orang-orang yang beriman, jauhilah banyak dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu adalah dosa...” (QS. Al-Hujurat: 12).⁸

Dengan demikian, strategi peningkatan adopsi *mobile banking* tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga selaras dengan prinsip amar ma'ruf yang mengajak pada kebaikan dalam konteks kekinian. Penelitian ini diharapkan tidak hanya mengidentifikasi penyebab resistensi adopsi, tetapi juga memberikan solusi konkret untuk mengubah penolakan menjadi penerimaan.

⁸ Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Unit Percetakan Al-Qur'an: Bogor, 2018), h. 747.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apa saja kekuatan (*Strengths*) yang dimiliki oleh layanan *mobile banking* dalam membangun kepercayaan pengguna di Kecamatan Wasuponda?
2. Apa saja kelemahan (*Weaknesses*) yang menjadi hambatan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap *mobile banking*?
3. Apa peluang (*Opportunities*) eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mendorong peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap *mobile banking*?
4. Apa ancaman (*Threats*) eksternal yang berpotensi menghambat adopsi dan kepercayaan masyarakat terhadap *mobile banking*?
5. Bagaimana strategi yang tepat berdasarkan analisis SWOT untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap *mobile banking* di wilayah tersebut?

C. Tujuan Masalah

1. Mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*) layanan *mobile banking* yang berkontribusi dalam membangun kepercayaan pengguna di Kecamatan Wasuponda.
2. Menganalisis kelemahan (*Weaknesses*) yang menjadi penghambat peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap *mobile banking* di wilayah tersebut.
3. Mengeksplorasi peluang (*Opportunities*) eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mendorong peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap *mobile banking* di Kecamatan Wasuponda.

4. Mengidentifikasi ancaman (*Threats*) eksternal yang berpotensi menghambat adopsi dan kepercayaan masyarakat terhadap *mobile banking* di wilayah tersebut.
5. Merumuskan strategi berbasis analisis SWOT untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap *mobile banking* di Kecamatan Wasuponda.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti oleh adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank
 - a) Meningkatkan pemahaman tentang manfaat dan keamanan layanan *mobile banking*, sehingga mendorong adopsi teknologi finansial yang lebih luas.
 - b) Membantu masyarakat mengakses layanan keuangan modern secara lebih mudah, aman, dan efisien.
2. Bagi Lembaga Perbankan
 - a) Memberikan rekomendasi strategis untuk memperbaiki kelemahan layanan, memaksimalkan kekuatan, serta memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman.
 - b) Meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan pengguna, yang berdampak pada peningkatan jumlah pengguna aktif dan loyalitas nasabah.
3. Bagi Peneliti
 - a) Menyediakan data empiris tentang faktor yang memengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap *mobile banking* di daerah semi-perkotaan/perdesaan.

b) Menjadi referensi untuk penelitian serupa, terutama yang berkaitan dengan adopsi teknologi finansial di konteks sosio-kultural spesifik.

4. Bagi Pengembangan Teknologi Finansial

a) Mengidentifikasi kebutuhan pengembangan fitur atau sistem keamanan yang sesuai dengan karakteristik pengguna di Kecamatan Wasuponda.

b) Membuka peluang kolaborasi antara institusi keuangan, pemerintah, dan komunitas lokal untuk meningkatkan literasi keuangan digital.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan fokus peningkatan kepercayaan pengguna *mobile banking* melalui pendekatan non-teknis antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Gabriella Juliani, Nike Taruna, Martha Anastasia Sibarani, dan Yenny dengan judul "The Acceptance of XYZ Bank's *Mobile banking* Application Using *Technology Acceptance Model (TAM)*" mengungkap beberapa temuan kunci. Pertama, persepsi kegunaan (*Perceived usefulness*) berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan (*Technology Acceptance Model*) pengguna. Sementara itu, persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) terbukti mendukung pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan. Kepercayaan (*trust*) juga memiliki dampak signifikan terhadap sikap nasabah terhadap penggunaan Aplikasi *Mobile banking* Bank XYZ (*Attitude toward using*). Selain itu, sikap tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh kepercayaan, tetapi juga oleh persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*Perceived usefulness*). Lebih lanjut, persepsi kegunaan (*Perceived usefulness*) secara signifikan memengaruhi niat berperilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan aplikasi. Di sisi lain, kepercayaan (*trust*) juga berkontribusi langsung terhadap peningkatan niat berperilaku. Adapun niat berperilaku (*behavioral intention*) itu sendiri secara positif dipengaruhi oleh sikap (*attitude*) pengguna. Sebagai kesimpulan, seluruh hipotesis dalam penelitian ini didukung, di mana setiap variabel memiliki

pengaruh positif terhadap variabel lainnya.⁹ Persamaan penelitian ini dengan studi sebelumnya terletak pada penggunaan *Technology Acceptance Model (TAM)* sebagai kerangka teoretis untuk menganalisis hubungan antara persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan niat penggunaan. Namun, penelitian saya memperluas model TAM dengan menambahkan variabel persepsi risiko, kepercayaan teknologi, ketersediaan pendampingan, edukasi keuangan sebagai strategi, yang tidak diuji dalam penelitian terdahulu. Selain itu, penelitian terdahulu berfokus pada sikap dan niat pengguna di lingkungan urban, sementara penelitian saya mengeksplorasi konteks unik masyarakat pedesaan dengan literasi digital terbatas, sehingga faktor risiko dan pendampingan menjadi lebih kritis.

2. Penelitian berjudul "Investigating the Role of Perceived Risk, Perceived Security and Perceived Trust on Smart m-Banking Application Using SEM" yang dilakukan oleh Mohammed Amin Almaiah, Shaha Al-Otaibi, Rima Shishakly, Lamia Hassan, Abdalwali Lutf, Mahmoad Alrawad, Mohammad Qatawneh, dan Orieb Abu Alghanam menghasilkan beberapa temuan penting. Pertama, keamanan yang dirasakan (*perceived security*), kepercayaan yang dirasakan (*perceived trust*), dan kualitas layanan (*service quality*) berperan signifikan dalam meningkatkan adopsi layanan *mobile banking* di Arab Saudi. Di sisi lain, risiko yang dirasakan (*perceived risk*) terbukti memiliki dampak negatif terhadap kepercayaan klien (*client trust*) dan sikap pengguna (user

⁹ Gabriella Juliani, Nike Taruna, Martha Anastasia Sibarani, dan Yenny Yenny "Case Study: The Acceptance of XYZ Bank's Mobile Banking Application Using *Technology Acceptance Model (TAM)*," *Journal of Business and Management Review* 2, no. 10 (October 30, 2021): 733–46, <https://doi.org/10.47153/jbmr210.2582021>.

attitude) terhadap penggunaan layanan tersebut. Selain itu, penelitian ini mengungkap bahwa pengaruh sosial (*Social Influence*) berkontribusi positif dalam membentuk sikap nasabah (*customer attitude*) terhadap adopsi *mobile banking*. Temuan tersebut memberikan kontribusi pemahaman komprehensif mengenai faktor-faktor kunci yang dapat mendorong penerimaan teknologi *mobile banking* oleh nasabah. Implikasinya, hasil studi ini menjadi referensi strategis bagi sektor perbankan dan akademisi dalam merancang kebijakan atau strategi untuk meningkatkan tingkat pemanfaatan layanan *mobile banking* di Arab Saudi.¹⁰ Persamaan utama terletak pada analisis persepsi risiko, keamanan, dan kepercayaan sebagai faktor penentu adopsi *mobile banking*. Namun, penelitian saya menambahkan ketersediaan pendampingan dan edukasi keuangan sebagai variabel konstektual, yang belum diintegrasikan dalam penelitian terdahulu. Studi Almaiah dkk. juga mengidentifikasi pengaruh sosial sebagai faktor signifikan, sementara penelitian saya berfokus pada hambatan teknis dan literasi di daerah pedesaan. Perbedaan konteks geografis Arab Saudi vs. Indonesia juga memengaruhi variabel dominan, seperti urgensi edukasi finansial di daerah dengan akses terbatas.

3. Fransiskus Korosando, Ludvina Fince, dengan judul penelitian Pengaruh Sosialisasi Layanan *Mobile banking* dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank NTT Cabang Ende. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji parsial (uji t) pengaruh sosialisasi layanan m-banking

¹⁰ Mohammed Amin Almaiah et al., "Investigating the Role of Perceived Risk, Perceived Security and Perceived Trust on Smart m-Banking Application Using SEM," *Sustainability (Switzerland)* 15, no. 13 (2023): 1–17, <https://doi.org/10.3390/su15139908>.

terhadap kepercayaan menunjukkan $\text{sig.} > 0,05$. Uji parsial (uji t) pengaruh persepsi nasabah terhadap kepercayaan nasabah Bank NTT cabang Ende menunjukkan $\text{sig.} > 0,05$. Uji simultan (uji f) sosialisasi layanan *mobile banking*, persepsi nasabah terhadap kepercayaan nasabah Bank NTT Cabang Ende menunjukkan $\text{sig.} > 0,05$. Hasil analisis tersebut disimpulkan variabel sosialisasi layanan, dan persepsi nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan.¹¹ Persamaan penelitian ini dengan studi sebelumnya terletak pada penggunaan metode kuantitatif dan fokus pada hubungan antara sosialisasi/persepsi dengan kepercayaan nasabah. Namun, penelitian ini menemukan bahwa sosialisasi dan persepsi tidak signifikan memengaruhi kepercayaan, sementara penelitian saya mengasumsikan bahwa edukasi keuangan dan pendampingan sebagai bentuk sosialisasi terstruktur dapat menjadi strategi kritis dalam membangun kepercayaan. Perbedaan ini mungkin disebabkan oleh konteks sosialisasi yang kurang efektif dalam studi terdahulu, sedangkan penelitian saya menekankan strategi edukasi yang lebih holistik dan berbasis kebutuhan lokal.

4. Penelitian terdahulu oleh Hamida Ambas (2022) mengkaji strategi Bank Syariah Indonesia (BSI) pasca-merger tiga bank syariah BUMN melalui studi kasus di KCP Tomoni, Kabupaten Luwu Timur, Sulawesi Selatan. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, Ambas mengumpulkan data primer melalui

¹¹ Korosando, Fransiskus & Fince, Ludvina. (2020). Pengaruh Sosialisasi Layanan Mobile Banking dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank NTT Cabang Ende. *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan*. 1. 93-101. 10.37478/jpm.v1i1.355. Korosando and Fince, "Pengaruh Sosialisasi Layanan Mobile Banking Dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank NTT Cabang Ende."

wawancara mendalam dengan karyawan BSI, nasabah, dan akademisi, dilengkapi observasi lapangan dan studi dokumentasi. Temuannya mengungkap kekuatan internal signifikan seperti dukungan pemerintah, reputasi syariah, produk unggul, dan lokasi strategis, tetapi juga kelemahan kritis seperti fasilitas fisik terbatas seperti lahan parkir sempit, satu mesin ATM, kompetensi SDM yang belum memadai dalam prinsip syariah, serta miskonsepsi masyarakat bahwa bank syariah identik dengan bank konvensional. Secara eksternal, BSI berpeluang memanfaatkan demografi mayoritas muslim dan minat terhadap sistem bagi hasil, namun terancam persaingan ketat, ketertinggalan teknologi, dan rendahnya literasi keuangan syariah. Melalui analisis matriks IFAS-EFAS skor internal 8.36, eksternal 7.86, Amba menempatkan BSI pada Kuadran I (strategi agresif) dan merekomendasikan empat strategi integratif: ekspansi jaringan dengan pemerintah (SO), perbaikan fasilitas dan promosi (WO), pertahanan fokus syariah (ST), serta strategi "jemput bola" (WT). Persamaan mendasar kedua penelitian terletak pada penggunaan kerangka analisis SWOT dan penekanan kolaborasi dengan aktor lokal pemerintah desa atau komunitas sebagai kunci strategi, serta identifikasi kelemahan infrastruktur dan SDM Amba menyoroti keterbatasan fasilitas fisik BSI, sementara peneliti mengkritisi minimnya pendampingan teknis dan literasi digital pengguna BRImo. Perbedaan utamanya terlihat dari fokus dan konteks dimana Amba meneliti kinerja institusional BSI pascamerger dengan strategi ekspansi agresif dan penguatan citra syariah, sedangkan Peneliti berfokus pada perilaku

pengguna pedesaan dengan variabel kunci seperti persepsi risiko teknologi dan kegagalan fungsi edukasi.¹²

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu dalam hal penggunaan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai landasan teoritis untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi *mobile banking*, sebagaimana ditunjukkan dalam studi Gabriella Juliani et al. dan Mohammed Almaiah dkk.¹³ yang menekankan pentingnya *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, serta *trust* dalam membentuk niat dan sikap pengguna terhadap teknologi. Namun, penelitian ini memperluas cakupan dengan menambahkan variabel kontekstual seperti persepsi risiko, kepercayaan terhadap teknologi, ketersediaan pendampingan, dan edukasi keuangan, yang belum terakomodasi secara menyeluruh dalam studi sebelumnya. Selain itu, berbeda dengan penelitian Gabriella Juliani yang fokus pada pengguna urban dan studi Almaiah yang berbasis konteks Arab Saudi, penelitian ini menyoroti tantangan dan strategi di daerah pedesaan Indonesia, khususnya di wilayah dengan literasi digital terbatas seperti Wasuponda. Adapun perbedaan mencolok dari studi Korosando dan Fince terletak pada hasil yang menunjukkan sosialisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah, sementara dalam penelitian ini edukasi dan pendampingan diyakini sebagai elemen kunci dalam membangun kepercayaan pengguna, terutama

¹² Hamida Ambas, "SWOT Analysis of BUMN Banks After Merger to Become Indonesian Sharia Bank (Study at BSI KCP Tomoni, East Luwu Regency) Analisis SWOT Bank BUMN Pasca Merger Menjadi Bank Syariah Indonesia (Studi Di BSI KCP Tomoni Kabupaten Luwu Timur)," *DINAMIS: Journal of Islamic Mangement and Bussines* 5, no. 1 (2022), <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/dinamis>.

¹³ Juliani et al., "Case Study: The Acceptance of XYZ Bank's Mobile Banking Application Using Technology Acceptance Model (TAM)."

jika disampaikan melalui pendekatan partisipatif dan berbasis kearifan lokal.¹⁴ Penelitian Hamida Amba dan peneliti sama-sama menggunakan analisis SWOT di Sulawesi Selatan, tetapi fokusnya berbeda secara fundamental. Hamida Amba mengevaluasi strategi korporasi BSI pascamerger dengan kelemahan infrastruktur fisik seperti ATM terbatas, lahan sempit dan solusi ekspansi jaringan, sementara peneliti meneliti perilaku pengguna pedesaan dengan kelemahan digital seperti trauma psikologis *cybercrime* dan minimnya pendampingan teknis BRImo. Implikasi kebijakan keduanya bersifat komplementer, rekomendasi Amba tentang strategi makro pertumbuhan institusional aliansi strategis, penguatan citra syariah berpadu dengan model inklusi digital peneliti berbasis komunitas seperti integrasi modul BRImo dalam pelatihan kelompok tani membuktikan transformasi digital pedesaan memerlukan pendekatan global, yakni memadukan teknis *mobile banking* dengan kearifan lokal untuk menetralkan trauma pengguna.¹⁵

B. Kajian Teori

Kajian teori disajikan untuk memberikan landasan konseptual yang memperkuat analisis dalam penelitian ini. Salah satu teori utama yang digunakan adalah Technology Acceptance Model (TAM), yang dijelaskan sebagai berikut:

¹⁴ Korosando and Fince, "Pengaruh Sosialisasi Layanan Mobile Banking Dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank NTT Cabang Ende."
Juliani et al., "Case Study: The Acceptance of XYZ Bank's Mobile Banking Application Using Technology Acceptance Model (TAM)."

¹⁵ Amba, "SWOT Analysis of BUMN Banks After Merger to Become Indonesian Sharia Bank (Study at BSI KCP Tomoni, East Luwu Regency) Analisis SWOT Bank BUMN Pasca Merger Menjadi Bank Syariah Indonesia (Studi Di BSI KCP Tomoni Kabupaten Luwu Timur)."

1. Konsep Dasar Teori *Technology Acceptance Model (TAM)*

a. Pengertian Teori *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi teknologi. TAM dikembangkan pada tahun 1986 oleh Fred Davis dalam tesis doktoralnya yang berjudul "*A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems*". Awalnya, TAM dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima teknologi informasi baru, seperti sistem informasi manajemen atau perangkat lunak.¹⁶ *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan teori sistem informasi yang diakui secara luas yang menonjolkan faktor-faktor motivasi tentang bagaimana pengguna menemukan dan menggunakan teknologi.

Davis memperkenalkan gagasannya tentang TAM, dengan memanfaatkan satu prinsip psikologis yang sangat populer yaitu *Theory of Reasoned Action (TRA)*, yang pertama kali diusulkan pada tahun 1967 oleh Martin Fishbein yang memperhatikan niat seseorang untuk berperilaku dengan cara tertentu. Teori ini menjelaskan jalur di mana sikap memengaruhi perilaku manusia dalam tindakan tertentu. Davis mengadopsi prinsip ini di era yang sudah merasakan denyut teknologi, terutama teknologi komputer untuk mencapai pemahaman tentang faktor-faktor penting yang memengaruhi adopsi atau pengabaian teknologi oleh

¹⁶ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, Edisi pertama (Malang: CV. Seribu Bintang, 2022), 2.

pengguna tertentu dan modelnya telah digunakan secara nyata selama tiga dekade terakhir dengan banyak iterasi.¹⁷

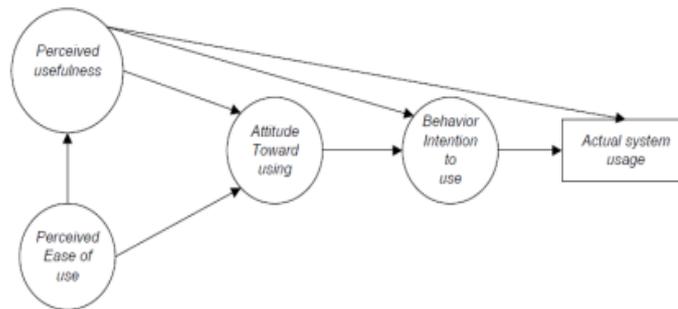
TAM menambahkan dua konstruk utama ke dalam model TRA. Dua konstruk utama ini adalah *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Kegunaan persepsi *perceived usefulness* dan persepsian *perceived ease of use* keduanya mempunyai pengaruh ke *behavioral intention*.¹⁸ Selain dua faktor utama tersebut, TAM juga mempertimbangkan faktor lain seperti *Social Influence*, *trust*, *Facilitating Conditions*, *subjective norm*, dan *Hedonic Motivation* (motivasi hedonis).¹⁹

TAM merupakan kerangka kerja yang cukup sederhana namun kuat dalam memprediksi adopsi teknologi oleh pengguna. TAM dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna, sehingga organisasi dapat merancang teknologi yang lebih mudah digunakan, lebih bermanfaat bagi pengguna, dan lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dalam konteks pengembangan perangkat lunak, TAM dapat digunakan untuk memastikan bahwa perangkat lunak dapat diterima dengan baik oleh pengguna dan dapat membantu pengguna dalam melakukan tugas-tugas mereka. Berikut merupakan diagram teori *Technology Acceptance Model (TAM)* :

¹⁷ Arnab Kundu, "TAM3+, a New Approach to Attract Teachers Towards Technology," *Journal of Social Sciences* 18, no. 1 (2022): 57–68, <https://doi.org/10.3844/jssp.2022.57.68>.

¹⁸ Ivan Rifqi Ramadya, "Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Attitude Toward Using Serta Dampaknya Terhadap Behavioral Intention," *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* 1, no. 4 (2022): 553–61, <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.4.14>.

¹⁹ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, Edisi pertama (Malang: CV. Seribu Bintang, 2022), 3.



Gambar 2.1 Diagram TAM

1) Dua konstruk utama model TAM

a) *Perceived usefulness*

Menurut Jogiyanto, *Perceived usefulness* merupakan suatu keyakinan bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja individu. Salah satu cara untuk mengetahui seberapa bermanfaat sistem informasi bagi mereka yang menggunakannya adalah dengan melihat bagaimana mereka percaya bahwa menggunakannya membawa manfaat bagi mereka. Derajat keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya dikenal sebagai kegunaan yang dianggap. Artinya, pengguna percaya dapat meningkatkan kinerja dengan menggunakan sistem informasi. Jadi, persepsi manfaat akan membentuk keputusan untuk menggunakan sistem informasi. Jika pengguna percaya bahwa sistem tersebut bermanfaat, maka mereka pasti akan menggunakannya. Sebaliknya, jika mereka tidak percaya maka mereka tidak akan menggunakannya. Oleh karena itu, konsep *perceived usefulness*

menunjukkan tingkat kepercayaan pengguna terhadap kontribusi sistem informasi terhadap kinerja pengguna.²⁰

b) *Perceived ease of use*

Menurut Macintosh G, *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai derajat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan bebas dari usaha. Artinya pengguna meyakini bahwa sistem informasi tersebut mudah digunakan, sehingga tidak memerlukan usaha yang besar dan akan terbebas dari kesulitan. Persepsi kemudahan penggunaan dapat menjelaskan alasan pengguna menggunakan sistem dan dapat menjelaskan apakah sistem baru dapat diterima oleh pengguna. Persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan bahwa penggunaan teknologi akan mudah dan tidak membutuhkan usaha, yang berdampak pada proses pengambilan keputusan. Jika seseorang menganggap sistem informasi mudah digunakan, mereka akan menggunakannya. sebaliknya, jika seseorang menganggapnya sulit digunakan, mereka tidak akan menggunakannya.²¹

b. *Theory of Reasoned Action* (TRA)

Theory of Reasoned Action (TRA) digagas oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1967 sebagai kerangka konseptual untuk menganalisis perilaku individu. Menurut teori ini, dua faktor utama yang menentukan tindakan seseorang adalah sikap (*attitude*) terhadap perilaku tersebut dan norma subjektif (*subjective*

²⁰ Muh. Rasbi, Muh. Ginanjar, dan Fasiha “Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Diskon Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana Iain Palopo,” *Moneta: Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah* 2, no. 2 (2024): 15–27, <https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.8920>.

²¹ Keni Keni et al., “The Effect of Perceived Security, Ease of Use and Perceived Usefulness on Intention to Use Towards Mobile Payment Services in Indonesia” 478, no. Ticash (2020): 78–84, <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.010>.

norm), yang mencerminkan tekanan sosial dari lingkungan. TRA menjadi landasan dalam memprediksi keputusan individu berdasarkan persepsi pribadi dan pengaruh eksternal.²²

Keterkaitan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) terlihat melalui kesamaan konsep inti. Persepsi kegunaan (*Perceived usefulness*) dalam TAM sejalan dengan komponen sikap dalam TRA, sementara pengaruh sosial (*Social Influence*) pada TAM paralel dengan norma subjektif. Pada perkembangannya, TRA diperluas menjadi *Theory of Planned Behavior* (TPB) pada 1980-an dengan menambahkan variabel kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) untuk mengakomodasi faktor kemampuan dan hambatan eksternal. Selanjutnya, TPB menjadi dasar bagi TAM guna memahami adopsi teknologi secara lebih holistik.

Evolusi dari TRA hingga TAM menunjukkan dinamika teori perilaku dalam merespons kompleksitas penggunaan teknologi. TRA memberikan fondasi dengan menekankan sikap dan norma, sementara TPB memperkaya analisis melalui kontrol perilaku. TAM kemudian menyempurnakan pendekatan ini dengan fokus pada konteks teknologi, membantu organisasi mengidentifikasi faktor kognitif dan sosial yang mendorong penerimaan inovasi. Perkembangan ini mencerminkan adaptasi teori perilaku dalam menjawab tantangan perubahan zaman, khususnya dalam memahami interaksi manusia dengan kemajuan teknologi.²³

²² Nurma Amalia and Inna Zahara, "Minat Penggunaan Aplikasi Akuntansi Menggunakan TRA Dan TAM Pada Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Di Kabupaten Lampung Selatan," *Akubis: Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa* 9, no. 1 (2024): 77–92.

²³ Christopher L. Thomas and Kristie Allen, "Investigating the Influence of COVID-Related Worry on University Enrollment Intentions: An Application of the Reasoned Action Model,"

2. Jenis-Jenis *Technology Acceptance Model (TAM)*

Untuk memberikan gambaran yang lebih sistematis mengenai perkembangan model *Technology Acceptance Model (TAM)* dari versi awal hingga versi terbaru, berikut disajikan tabel perbandingan yang merangkum perbedaan utama dari masing-masing versi TAM. Tabel ini mencakup variabel-variabel inti, tambahan, fokus utama dari setiap model, serta konteks penggunaannya, sehingga memudahkan pembaca dalam memahami evolusi teoritis dan aplikasi praktis dari model TAM 1 hingga TAM 6.

Berikut tabel perbandingan ringkasan TAM 1-6:

Model	Variabel Utama	Variabel Tambahan	Fokus Utama	Konteks Penggunaan
TAM 1	PU, PEOU, Attitude, Intention, Use	-	Dasar	Sistem Informasi Umum
TAM 2	TAM 1 + Social Influence, Cognitive Instrumental	Subjective norm, Job relevance, etc.	Lingkungan kerja	Organisasi

TAM 3	TAM 2 + Experience, Anchor	Computer self- efficacy, Anxiety, etc.	Faktor Psikologis & Eksternal	Sistem kompleks
TAM 4	TAM 3 + Objective Usability	Objective usability	Gap persepsi dan realitas	Usability testing
TAM 5	TAM 4 + Trust, Risk	Trust, Risk perception	Keamanan & kepercayaan	E- commerce/Fintech
TAM 6	TAM 5 + Enjoyment, Habit	Enjoyment, Habit	Pengalaman pengguna	Mobile App, Game

Gambar 2.2 Perbandingan TAM 1-6

a. *Technology Acceptance Model (TAM) 1*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model teoritis yang pertama kali dikembangkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1986 dan dipublikasikan secara resmi tahun 1989. Model ini dirancang untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu. TAM didasarkan pada teori psikologi sosial sebelumnya, yaitu *Theory of Reasoned Action (TRA)* oleh Fishbein dan Ajzen (1975), yang menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif.

Dalam kerangka TAM 1, Davis memperkenalkan dua konstruk utama yang menjadi prediktor penting terhadap sikap dan niat penggunaan teknologi, yaitu:

1) *Perceived usefulness* (PU)

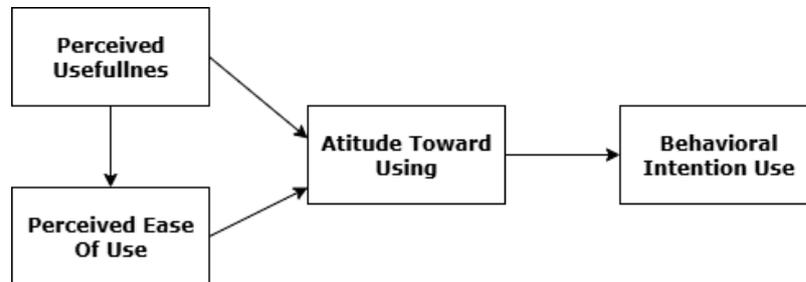
Merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Artinya, jika pengguna merasa teknologi tersebut bermanfaat bagi pekerjaan atau kehidupannya, maka ia cenderung akan menggunakannya. PU sangat dipengaruhi oleh efisiensi sistem, kecepatan akses informasi, dan relevansi fungsi teknologi terhadap tugas yang dijalankan. Sebagai contoh, jika seorang nasabah merasa bahwa aplikasi *mobile banking* dapat mempercepat transaksi dan menghindari antrean, maka persepsi kegunaannya akan tinggi.

2) *Perceived ease of use* (PEOU)

Menggambarkan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tersebut tidak membutuhkan banyak usaha. Semakin mudah teknologi digunakan misalnya dengan tampilan antarmuka yang intuitif, navigasi yang jelas, dan bantuan yang mudah diakses maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk mengadopsinya. PEOU juga berperan penting dalam membentuk PU, karena sesuatu yang mudah digunakan cenderung lebih cepat dipelajari dan dirasakan manfaatnya oleh pengguna.

Kedua konstruk ini memengaruhi *Attitude toward using* sikap terhadap penggunaan teknologi, yang pada gilirannya memengaruhi *Behavioral Intention to Use*, dan akhirnya berdampak pada *Actual System Use*.

Secara struktural, hubungan antar variabel dalam TAM 1 dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.3 Diagram TAM 1

Model ini telah banyak digunakan dan divalidasi dalam berbagai studi lintas bidang. Dalam penelitian sistem informasi, TAM 1 digunakan untuk menjelaskan adopsi sistem *ERP*, *e-learning*, *e-commerce*, hingga layanan perbankan digital seperti *mobile banking*. Keunggulan TAM 1 terletak pada kesederhanaannya yang mampu memprediksi perilaku adopsi teknologi secara akurat, sekaligus mudah dioperasionalisasi melalui survei kuantitatif.

Berbagai penelitian juga menunjukkan bahwa TAM 1 memiliki keterbatasan, terutama karena tidak secara eksplisit memasukkan faktor-faktor eksternal dan sosiopsikologis, seperti:

- a) *Trust* terhadap sistem dan penyedia layanan,
- b) *Perceived Risk* atas kemungkinan kerugian atau kegagalan teknologi,
- c) *Facilitating Conditions* seperti ketersediaan pendampingan teknis, dan
- d) *Social Influence* dari orang-orang di sekitar pengguna.

Dalam konteks penelitian ini, TAM 1 menjadi dasar teoritis yang menjelaskan bagaimana kepercayaan pengguna terhadap kegunaan dan kemudahan aplikasi *mobile banking* BRImo dapat membentuk sikap positif, niat penggunaan,

dan pada akhirnya mendorong penggunaan aktual. Sebagai contoh, jika seorang nasabah di Kecamatan Wasuponda percaya bahwa BRImo dapat mempermudah transaksi pertanian atau pembayaran kebutuhan rumah tangga, serta mudah dioperasikan tanpa bantuan, maka besar kemungkinan mereka akan berniat dan akhirnya benar-benar menggunakannya.

Namun demikian, konteks masyarakat pedesaan seperti Wasuponda memiliki karakteristik unik, seperti rendahnya literasi digital, kekhawatiran terhadap keamanan siber, dan minimnya pengalaman menggunakan teknologi, yang tidak cukup dijelaskan hanya melalui PU dan PEOU. Oleh karena itu, model TAM 1 perlu diperluas atau dikombinasikan dengan pendekatan tambahan agar lebih komprehensif dan relevan dalam menjelaskan fenomena resistensi dan penerimaan teknologi di daerah tersebut. Dengan demikian, TAM 1 menjadi kerangka awal dalam memahami proses adopsi *mobile banking*, namun perlu dilengkapi dengan faktor kontekstual agar strategi peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap BRImo dapat disusun secara lebih tepat sasaran.

b. *Technology Acceptance Model (TAM) 2*

Technology Acceptance Model 2 (TAM 2) dikembangkan oleh Venkatesh dan Davis pada tahun 2000 sebagai pengembangan dari model TAM awal (Davis, 1989). TAM 2 menambahkan beberapa variabel eksternal ke dalam struktur asli TAM untuk menjelaskan secara lebih komprehensif faktor-faktor yang memengaruhi *perceived usefulness* (PU) dan behavioral intention to use suatu sistem teknologi.

Dalam TAM 2, Venkatesh dan Davis mengintegrasikan dua jenis pengaruh utama, yaitu:

1) *Social Influence Processes*

Proses ini menjelaskan bagaimana lingkungan sosial dan tekanan normatif dapat membentuk persepsi dan sikap individu terhadap teknologi:

- a) *Subjective Norm*, Tekanan sosial yang dirasakan seseorang untuk menggunakan atau tidak menggunakan teknologi, terutama jika tekanan tersebut datang dari orang yang dianggap penting atau berwenang misalnya atasan, rekan kerja, tokoh masyarakat.
- b) *Image*, Persepsi bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan status sosial atau profesional pengguna. Dalam lingkungan kerja atau komunitas, pengguna teknologi baru dapat dianggap lebih cerdas, modern, atau produktif.
- c) *Voluntariness*, Tingkat kebebasan yang dirasakan oleh individu dalam memilih untuk menggunakan sistem. Jika penggunaan teknologi bersifat sukarela, maka motivasi intrinsik akan lebih berpengaruh dibanding tekanan eksternal.

2) *Cognitive Instrumental Processes*

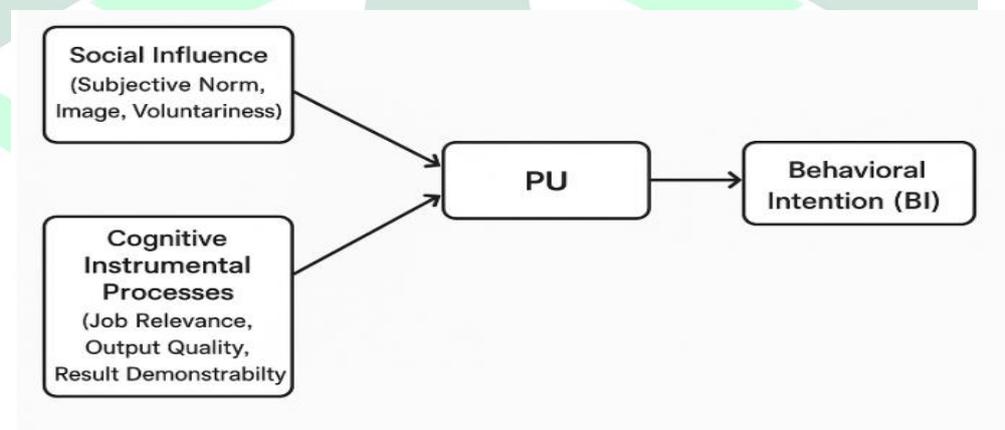
Proses ini berfokus pada penilaian rasional pengguna terhadap kesesuaian teknologi dengan kebutuhan pekerjaan atau tugas mereka:

- a) *Job Relevance*, Tingkat keterkaitan antara fitur teknologi dengan tugas pengguna. Jika sistem dianggap relevan dengan tugas sehari-hari, maka PU akan meningkat.

- b) *Output Quality*, Persepsi pengguna terhadap kualitas hasil yang diberikan oleh sistem. Kualitas keluaran misalnya laporan, hasil transaksi akan memperkuat persepsi manfaat.
- c) *Result Demonstrability*, Sejauh mana hasil penggunaan teknologi dapat dilihat secara nyata atau dapat dijelaskan kepada orang lain. Jika manfaat teknologi mudah diamati, pengguna lebih cepat mengadopsi.²⁴

Konstruk-konstruk ini secara langsung memengaruhi *perceived usefulness* (PU), yang kemudian memengaruhi *behavioral intention to use*. Dalam versi ini, variabel *perceived ease of use* (PEOU) tetap berperan penting, namun difokuskan untuk menjelaskan bagaimana pengguna membentuk persepsi terhadap kegunaan teknologi secara kognitif dan sosial, bukan hanya teknis.

Secara keseluruhan, hubungan antar variabel dalam TAM 2 dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.4 Diagram TAM 2

²⁴ Rosmasari Rosmasari, Fahrul Agus, and Dandhi Noufal Alfirmama, "Analisis Penerimaan Aplikasi Mobile Banking Bankaltimtara Menggunakan Metode Technology Acceptance Model," *Jurnal Rekayasa Teknologi Informasi (JURTI)*, 2023, <https://doi.org/10.30872/jurti.v7i2.11267>.

Attitude toward using dalam model TAM 1 dihilangkan dalam TAM 2 karena penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengaruh PU dan PEOU terhadap BI sudah cukup kuat tanpa perlu melalui sikap sebagai mediator.

TAM 2 sangat relevan dalam lingkungan organisasi dan institusional, di mana pengaruh sosial dan struktur kerja berperan besar dalam keputusan adopsi teknologi. Pengguna tidak hanya mempertimbangkan seberapa mudah dan bergunanya teknologi, tetapi juga bagaimana teknologi tersebut dipersepsikan oleh orang lain, dan apakah penggunaannya memberikan keuntungan sosial atau profesional. Model ini juga mampu menjelaskan variasi dalam penerimaan teknologi antar kelompok, misalnya antara pengguna yang diwajibkan oleh organisasi dan yang mengadopsi secara sukarela. Faktor seperti kejelasan hasil dan relevansi sistem dengan pekerjaan menjadikan TAM 2 sangat kuat dalam menjelaskan perilaku pengguna di lapangan.

Dalam konteks penelitian ini, TAM 2 menjelaskan bahwa dukungan sosial seperti testimoni pengguna sukses, peran tokoh lokal, atau edukasi komunitas dapat meningkatkan persepsi kegunaan *mobile banking*, dan akhirnya mendorong kepercayaan serta adopsi di masyarakat pedesaan seperti di Kecamatan Wasuponda.

c. *Technology Acceptance Model (TAM) 3*

TAM 3 merupakan pengembangan lebih lanjut dari TAM 2, yang diperkenalkan oleh Venkatesh dan Bala pada tahun 2008. Model ini menyempurnakan struktur TAM sebelumnya dengan memadukan faktor sosial, kognitif, dan psikologis secara lebih holistik untuk menjelaskan determinasi *perceived ease of use (PEOU)* dan *perceived usefulness (PU)* dalam konteks adopsi

teknologi. Fokus utama dalam TAM 3 adalah menjelaskan bagaimana pengguna membentuk persepsi terhadap kemudahan dan kegunaan teknologi secara lebih mendalam melalui determinasi internal dan eksternal.²⁵

TAM 3 mempertahankan konstruk inti TAM, yaitu PU dan PEOU, serta menambahkan sejumlah konstruk baru yang terbagi dalam dua kategori utama:

1) *Determinants of Perceived ease of use*

Kategori ini bertujuan untuk mengungkap apa saja yang membentuk persepsi seseorang terhadap kemudahan penggunaan teknologi. Faktor-faktor tersebut meliputi:

a) *Computer Self-Efficacy*

Yakni keyakinan individu terhadap kemampuannya sendiri dalam menggunakan teknologi. Seseorang dengan *self-efficacy* tinggi akan merasa lebih percaya diri dalam mencoba sistem baru, dan lebih cepat menguasainya.

b) *Perception of External Control*

Merujuk pada persepsi pengguna mengenai ketersediaan dukungan eksternal, seperti pelatihan, bantuan teknis, atau panduan penggunaan. Semakin besar dukungan yang dirasakan, semakin mudah pengguna mengoperasikan sistem.

c) *Computer Anxiety*

Tingkat kecemasan atau ketakutan yang dirasakan individu saat berhadapan dengan teknologi. Tingkat kecemasan yang tinggi dapat menghambat eksplorasi sistem, bahkan sebelum mencoba.

²⁵ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, Edisi pertama (Malang: CV. Seribu Bintang, 2022), 7.

d) *Computer Playfulness*

Menunjukkan seberapa besar rasa ingin tahu dan kesenangan eksploratif seseorang saat mencoba teknologi baru. Sifat *playful* dapat membuat pengguna lebih adaptif dan positif terhadap sistem baru.

e) *Perceived Enjoyment*

Perasaan nyaman, senang, dan tidak terbebani saat menggunakan sistem. Ketika pengguna merasa menikmati interaksi dengan teknologi, persepsi kemudahan akan meningkat.

f) *Objective Usability*

Pengukuran berbasis kinerja aktual pengguna dalam menyelesaikan tugas dengan sistem tersebut. Jika sistem memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan tugas dengan cepat dan efisien, maka akan dianggap mudah digunakan.

2) *Determinants of Perceived usefulness*

Konstruk-konstruk utama dari TAM 2 tetap digunakan dalam TAM 3 untuk menjelaskan bagaimana persepsi terhadap kegunaan teknologi (PU) terbentuk. Faktor-faktor tersebut meliputi *Job Relevance*, *Output Quality*, *Result Demonstrability*, *Subjective Norm*. Keempat elemen ini, sebagaimana dijelaskan dalam TAM 2, membantu membentuk keyakinan bahwa teknologi benar-benar akan bermanfaat dan relevan dengan tugas atau kebutuhan pengguna.

TAM 3 menjelaskan bahwa PEOU dibentuk oleh kombinasi faktor psikologis, pengalaman, dan dukungan eksternal, sedangkan PU tetap dipengaruhi oleh persepsi kognitif terhadap manfaat dan pengaruh sosial. Model ini menegaskan

bahwa interaksi antara faktor internal (psikologis) dan eksternal (sosial dan lingkungan) menentukan seberapa jauh seseorang menerima teknologi baru.²⁶

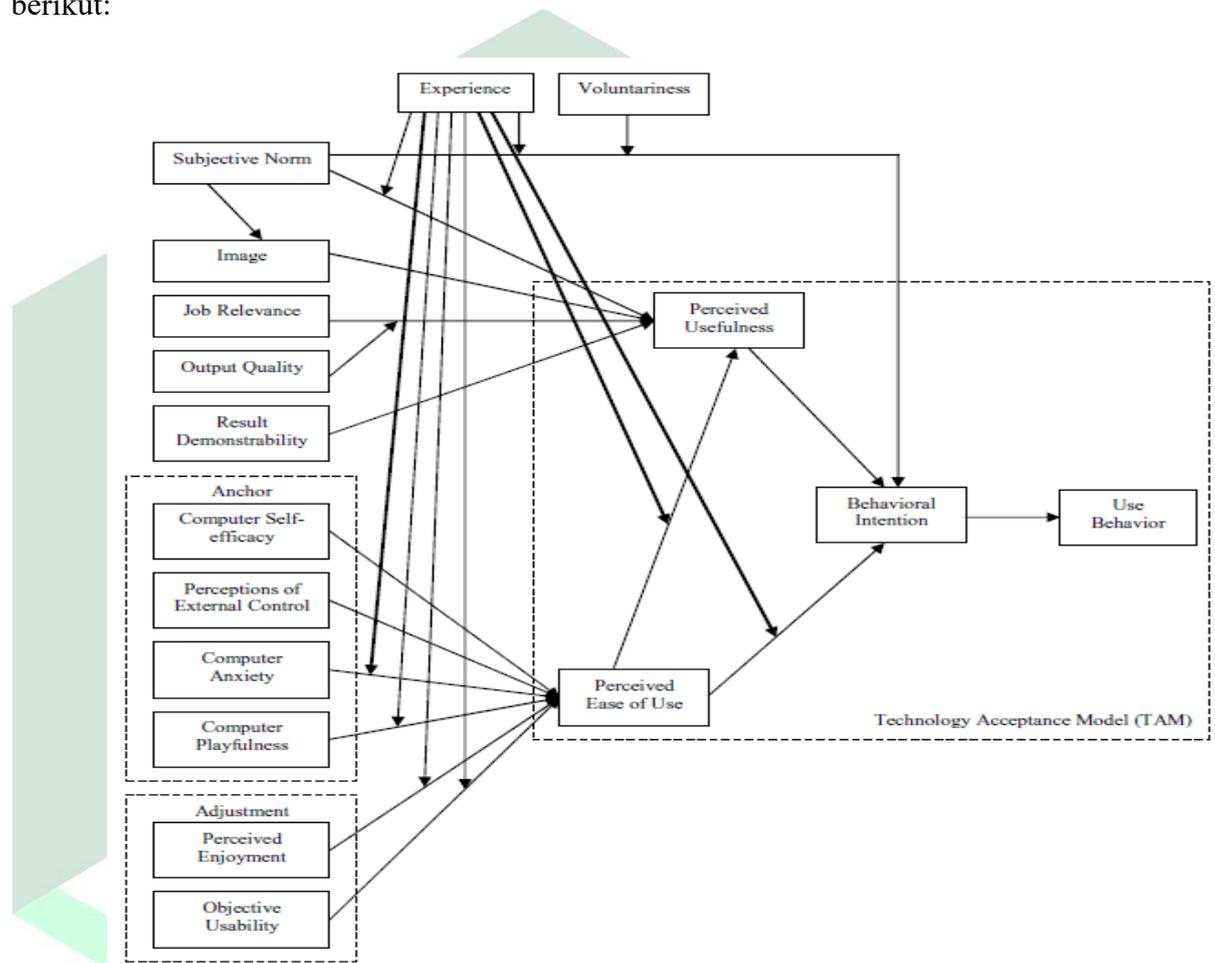
Penelitian ini mengadopsi analisis SWOT untuk menguji bagaimana faktor-faktor dalam TAM 3 berinteraksi dengan konteks eksternal dan internal pengguna di Kecamatan Wasuponda. Misalnya, *perceived usefulness* dan *self-efficacy* dapat dikategorikan sebagai kekuatan (*Strengths*) jika pengguna memahami manfaat aplikasi dan merasa mampu mengoperasikannya. Sebaliknya, *computer anxiety* dan *perceived risk* menjadi kelemahan (*Weaknesses*) yang menghambat adopsi. Sementara itu, ketersediaan pendampingan teknis (*availability of mentorship*) dan program edukasi keuangan (*financial education*) diposisikan sebagai peluang (*Opportunities*) untuk memperkuat *trust* dan *ease of use*. Ancaman (*Threats*) seperti isu keamanan siber yang viral atau minimnya infrastruktur pendukung juga diintegrasikan dalam analisis.

Studi oleh Kundu et al. (2022) menunjukkan bahwa variabel psikologis seperti *self-concept* (persepsi kompetensi diri) berkontribusi signifikan terhadap *perceived ease of use*. Temuan ini relevan dengan konteks literasi keuangan di Wasuponda, di mana rendahnya *self-concept* pengguna dapat dikaitkan dengan kelemahan internal, sementara program edukasi keuangan yang partisipatif menjadi peluang eksternal untuk mengubah persepsi risiko menjadi kepercayaan. Dengan demikian, analisis SWOT tidak hanya menguji hubungan antar variabel TAM 3, tetapi juga merumuskan strategi konkret untuk meningkatkan adopsi *mobile*

²⁶ Esra Cengiz Tirpan and Hülya Bakırtaş, "Technology Acceptance Model 3 in Understanding Employee's Cloud Computing Technology," *Global Business Review*, 2024, <https://doi.org/10.1177/0972150920957173>.

banking melalui pemetaan faktor strategis yang selama ini terabaikan dalam pendekatan kausal-mediasi konvensional.

Secara garis besar, struktur hubungan variabel dalam TAM 3 sebagai berikut:



Gambar 2.5 Diagram TAM 3

Dalam konteks penelitian ini, TAM 3 sangat relevan karena menjelaskan secara mendalam hambatan dan pendorong psikologis yang dihadapi oleh masyarakat di Kecamatan Wasuponda dalam mengadopsi teknologi *mobile banking* seperti BRImo. Banyak masyarakat di pedesaan masih memiliki tingkat *computer anxiety* yang tinggi, diiringi dengan *self-efficacy* yang rendah akibat kurangnya

pengalaman menggunakan aplikasi digital. Selain itu, ketersediaan pendampingan teknis dari pihak bank atau relawan digital sangat penting untuk membentuk persepsi kemudahan penggunaan. Jika seorang ibu rumah tangga yang awalnya merasa cemas menggunakan BRImo diberikan pelatihan langsung dan berhasil menyelesaikan transaksi pertama, maka *self-efficacy* dan *enjoyment* akan meningkat. Seiring waktu, ini akan membentuk persepsi bahwa BRImo mudah digunakan dan bermanfaat, yang pada akhirnya meningkatkan niat dan frekuensi penggunaan.

Dengan pendekatan TAM 3, strategi peningkatan kepercayaan pengguna terhadap *mobile banking* dapat disusun secara lebih menyeluruh, karena mencakup faktor-faktor emosional, psikologis, sosial, serta dukungan teknis, yang semuanya berperan dalam menentukan kesuksesan adopsi teknologi di masyarakat pedesaan.

d. *Technology Acceptance Model (TAM) 4*

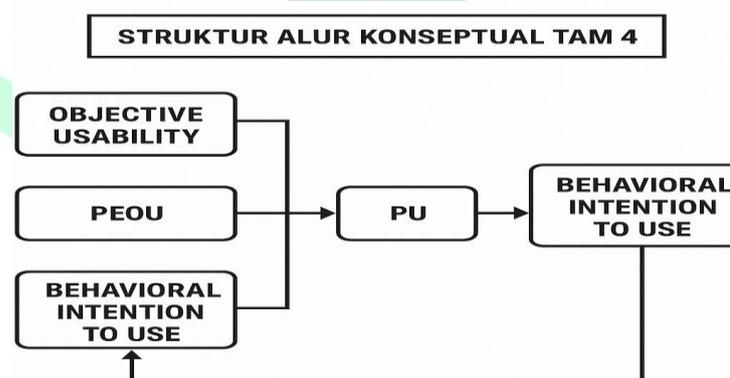
TAM 4 tidak dirilis secara formal oleh Venkatesh seperti TAM 1 hingga TAM 3. Namun, dalam sejumlah literatur mutakhir, istilah “TAM 4” digunakan untuk menyebut pengembangan lanjutan dari TAM 3 yang memberikan penekanan khusus pada variabel *objective usability* sebagai faktor eksplisit yang memengaruhi *perceived ease of use* (PEOU). Dalam model ini, fokus dialihkan dari sekadar persepsi subjektif ke arah pengukuran performa aktual pengguna terhadap teknologi.

TAM 4 mempertahankan struktur dasar dari model TAM sebelumnya (PU, PEOU, dan *Behavioral Intention*), namun menambahkan bahwa PEOU tidak hanya terbentuk dari persepsi dan keyakinan pengguna, tetapi juga dapat diperkuat melalui

pengalaman nyata (*real system performance*) terhadap sistem teknologi yang digunakan. Dalam kerangka TAM 4, *objective usability* diartikan sebagai kemampuan sistem untuk mendukung pengguna dalam menyelesaikan tugas-tugas tertentu secara efisien, akurat, dan cepat, serta diukur berdasarkan indikator kinerja objektif, seperti Kecepatan sistem (*loading time*), Tingkat kegagalan/error saat digunakan, Kejelasan dan keterbacaan antarmuka pengguna (*user interface clarity*), Konsistensi navigasi, Jumlah langkah untuk menyelesaikan tugas tertentu (*task completion steps*).²⁷

Dengan demikian, TAM 4 memberikan perhatian khusus pada aspek performa nyata dari sistem, yang mencerminkan kualitas desain, efisiensi fitur, dan kestabilan teknologi, bukan hanya pada persepsi pengguna yang dapat bersifat bias karena emosi, pengalaman terbatas, atau pengaruh sosial.

Secara garis besar, alur hubungan variabel dalam TAM 4 dapat ditambahkan sebagai berikut:



Gambar 2.6 Diagram TAM 4

²⁷ Adi Alsyouf et al., "The Use of a Technology Acceptance Model (TAM) to Predict Patients' Usage of a Personal Health Record System: The Role of Security, Privacy, and Usability," *International Journal of Environmental Research and Public Health* 20, no. 2 (2023), <https://doi.org/10.3390/ijerph20021347>.

Dengan memasukkan *objective usability* ke dalam struktur, TAM 4 menjembatani gap antara persepsi dan realitas sistem, sehingga prediksi terhadap niat dan perilaku penggunaan menjadi lebih akurat dan kontekstual.

Dalam konteks penelitian ini, TAM 4 memperkuat pendekatan empiris terhadap penerimaan teknologi *mobile banking* BRImo. Bagi masyarakat di Kecamatan Wasuponda yang mungkin belum memiliki pengalaman digital luas, pengalaman awal terhadap sistem sangat memengaruhi persepsi kemudahan dan niat penggunaan. Misalnya, jika seorang pengguna baru mencoba BRImo dan merasa aplikasi tidak lagging saat dibuka, proses transfer berlangsung cepat, navigasi menu jelas dan tidak membingungkan, tidak mengalami gangguan jaringan atau error saat transaksi, maka ia akan secara alami menilai aplikasi tersebut mudah digunakan (PEOU meningkat), walaupun belum pernah mengikuti pelatihan atau membaca panduan. Bahkan pengguna yang awalnya ragu bisa mulai mempertimbangkan untuk mengadopsi teknologi secara penuh. Sebaliknya, jika sistem lambat, tidak responsif, atau membingungkan, maka persepsi negatif akan terbentuk meskipun fitur BRImo secara objektif bermanfaat.

Karena itu, dalam kerangka TAM 4, demonstrasi nyata sistem, simulasi interaktif, dan pelatihan langsung menjadi komponen krusial dalam membentuk pengalaman awal yang positif, nyata, dan meyakinkan. Hal ini juga sejalan dengan strategi peningkatan kepercayaan pengguna, karena pengguna cenderung mempercayai sesuatu yang telah mereka coba sendiri dan terbukti bekerja dengan baik.

Dengan menambahkan *objective usability* sebagai variabel eksplisit dalam TAM 4, model ini menjadi semakin relevan dalam mengatasi keterbatasan model sebelumnya yang terlalu menitikberatkan pada persepsi subyektif. Dalam dunia nyata, keputusan untuk mengadopsi teknologi tidak hanya didorong oleh keyakinan atau sikap, tetapi juga oleh pengalaman nyata yang menyenangkan, efisien, dan tidak merepotkan.

Oleh karena itu, TAM 4 sangat cocok diterapkan dalam studi adopsi teknologi digital di masyarakat pedesaan, di mana pengalaman langsung terhadap sistem menjadi salah satu bentuk edukasi dan validasi yang paling kuat.

e. *Technology Acceptance Model (TAM) 5*

TAM 5 merupakan pengembangan lebih lanjut dari model TAM sebelumnya yang berfokus pada dimensi keamanan dan privasi teknologi, dengan memperkenalkan konstruk baru yaitu *perceived credibility*. Model ini secara khusus dirancang untuk menjawab tantangan penerimaan teknologi pada sektor yang berisiko tinggi, seperti *mobile banking*, transaksi keuangan, *e-commerce*, dan sistem informasi kesehatan.

Perceived credibility (PC) mengacu pada tingkat kepercayaan pengguna terhadap kemampuan sistem dalam menjaga data dan informasi pribadi secara aman dan terpercaya. Variabel ini diperkenalkan pertama kali oleh Featherman & Pavlou (2003) dalam studi mengenai *e-services*, dan kemudian diintegrasikan dalam beberapa varian TAM untuk menyesuaikan dengan konteks teknologi digital yang melibatkan data sensitif.

TAM 5 memperkenalkan *perceived credibility* sebagai faktor utama yang memengaruhi *attitude toward using* dan *behavioral intention to use*. *Perceived credibility* sendiri terdiri dari dua komponen utama:

1) *Perceived Security*

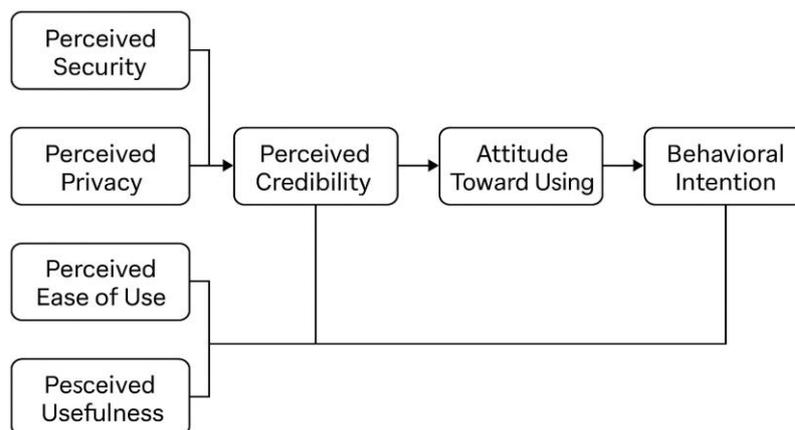
Yakni keyakinan pengguna bahwa sistem mampu melindungi data dan transaksi dari ancaman seperti peretasan, pencurian data, malware, dan aktivitas siber lainnya. Semakin tinggi persepsi terhadap keamanan, maka semakin tinggi pula niat menggunakan sistem.

2) *Perceived Privacy*

Mengacu pada kepercayaan bahwa informasi pribadi pengguna tidak akan disalahgunakan, dibagikan kepada pihak ketiga, atau diakses tanpa izin. Aspek ini sangat penting dalam membentuk rasa aman dan kenyamanan pengguna saat menggunakan aplikasi digital, terutama pada layanan keuangan.²⁸

Dalam kerangka TAM 5, hubungan antar variabel digambarkan sebagai berikut:

²⁸ Zübeyir ÇELİK and Aypar USLU, "A Bibliometric Analysis of the Literature on the Origins of the Technology Acceptance Model (Tam) and a Marketing-Sided Approach To Tam," *Öneri Dergisi* 18, no. 59 (2023): 1–14, <https://doi.org/10.14783/maruoneri.1171625>.



Gambar 2.7 Diagram TAM 5

Perceived ease of use dan *perceived usefulness* tetap menjadi bagian dari model ini, tetapi TAM 5 menempatkan *credibility* sebagai filter utama sebelum pengguna mengembangkan sikap dan niat terhadap sistem teknologi.

Dalam konteks *mobile banking* BRImo di Kecamatan Wasuponda, aspek keamanan dan privasi menjadi isu sentral dalam pengambilan keputusan untuk adopsi teknologi. Sebagian besar pengguna potensial masih memiliki kekhawatiran terhadap risiko kehilangan saldo, penyalahgunaan data pribadi, dan minimnya edukasi tentang fitur keamanan BRImo.

Banyak kasus di lapangan menunjukkan bahwa meskipun pengguna merasa BRImo bermanfaat dan mudah digunakan, mereka tetap enggan menggunakannya karena kurangnya kepercayaan terhadap sistem digital perbankan, terutama di wilayah rural yang belum sepenuhnya familiar dengan transaksi online. Dengan mengacu pada TAM 5, penelitian ini menegaskan bahwa kepercayaan terhadap keamanan dan privasi aplikasi merupakan fondasi utama dalam membentuk *attitude*

toward using, sebelum pengguna mengembangkan minat dan niat menggunakan aplikasi *mobile banking*.

Untuk meningkatkan *perceived credibility*, berbagai intervensi strategis dapat dilakukan, antara lain:

- a) Kampanye edukasi digital, menjelaskan fitur-fitur keamanan BRImo seperti OTP, PIN, dan autentikasi biometrik.
- b) Simulasi langsung penggunaan aplikasi, agar pengguna mengalami sendiri bagaimana sistem menjaga kerahasiaan transaksi.
- c) Transparansi kebijakan privasi, dengan menampilkan penjelasan sederhana bahwa data pengguna tidak akan dibagikan tanpa persetujuan.
- d) Peningkatan komunikasi dua arah antara nasabah dan petugas bank, terutama untuk mengurangi misinformasi dan kekhawatiran yang tidak berdasar.

Semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap kredibilitas sistem, semakin besar kemungkinan pengguna tersebut akan membentuk sikap positif, memiliki niat untuk mencoba, dan akhirnya mengadopsi BRImo secara penuh.

f. *Technology Acceptance Model (TAM) 6*

TAM 6 merupakan pengembangan evolusioner dari model *Technology Acceptance Model* sebelumnya (TAM 1–TAM 5) dengan pendekatan yang semakin kontekstual terhadap perilaku pengguna dalam adopsi teknologi digital, khususnya pada aplikasi mobile dan sistem yang melibatkan interaksi intensif. Model ini mengintegrasikan komponen afektif dan perilaku kebiasaan dalam membentuk *behavioral intention*, sehingga tidak hanya mengandalkan persepsi kegunaan dan kemudahan secara rasional.

Dalam struktur TAM 6, *perceived enjoyment* dan habit menjadi variabel utama yang langsung memengaruhi *behavioral intention to use*. Model ini menunjukkan bahwa keputusan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi tidak semata-mata berasal dari pertimbangan logis, melainkan juga dari emosi positif dan pola penggunaan berulang yang menjadi kebiasaan otomatis.

TAM 6 menambahkan dua konstruk penting yang memperluas cakupan penjelasan dari model TAM sebelumnya:

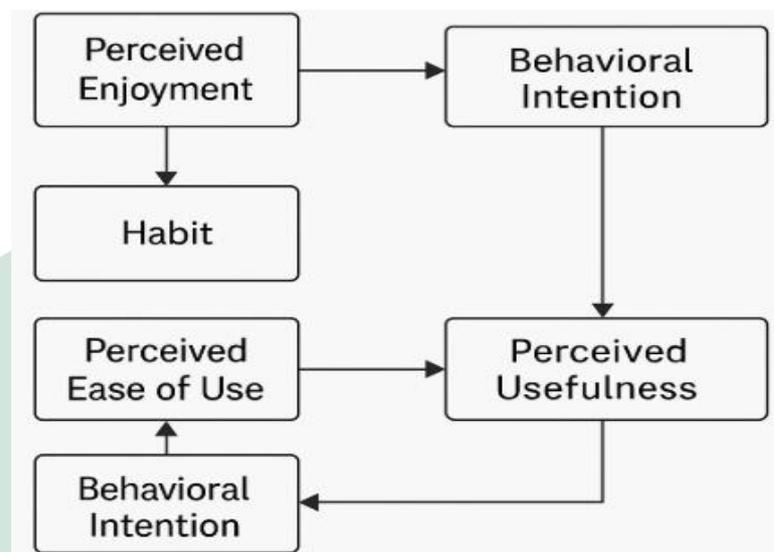
- 1) *Perceived enjoyment*, merupakan tingkat kesenangan atau kepuasan yang dirasakan individu saat menggunakan teknologi, terlepas dari fungsi utamanya. Misalnya, desain aplikasi yang menarik, interaksi visual yang menyenangkan, atau animasi transaksi yang memberi rasa puas. Faktor ini penting dalam menciptakan pengalaman pengguna (*user experience*) yang positif secara emosional.
- 2) Habit, merupakan pola perilaku yang terbentuk dari penggunaan berulang yang konsisten, hingga menjadi respons otomatis dalam situasi tertentu. Kebiasaan tidak lagi memerlukan pertimbangan logis secara sadar, melainkan menjadi refleks. Dalam konteks aplikasi, habit terbentuk ketika pengguna secara rutin melakukan transaksi harian dengan BRImo karena sudah merasa nyaman dan terbiasa.²⁹

Model ini juga mengakui bahwa *behavioral intention* tidak selalu dibentuk melalui *attitude toward using*, seperti dalam model TAM awal. Justru, habit dan

²⁹ Rosdiana Sijabat, "Ecodemica : Jurnal Ekonomi , Manajemen Dan Bisnis Study of the Effect of Habit , Perceived Enjoyment , and Perceived Risk on Adoption and Recommendation , Mediated by Behavioral Intention on Bank Negara Indonesia Mobile Banking Application" 9, no. 1 (2025): 44–54, <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica> Study.

enjoyment bisa langsung memperkuat niat penggunaan bahkan tanpa sikap netral atau positif terhadap sistem.

Struktur alur dalam TAM 6 secara umum mencakup:



Gambar 2.8 Diagram TAM 6

Model ini menyarankan bahwa intervensi pada level pengalaman pengguna (*user experience*) dan pembentukan kebiasaan lebih efektif pada sistem yang digunakan secara individu dan informal, seperti aplikasi *mobile banking*.

Dalam konteks masyarakat Kecamatan Wasuponda, penerimaan terhadap aplikasi *mobile banking* seperti BRImo tidak hanya terhambat oleh keterbatasan teknologi dan literasi digital, tetapi juga oleh rendahnya keterikatan emosional dan minimnya pembiasaan penggunaan.

Penggunaan aplikasi akan lebih mudah diterima jika pengguna:

- a) Merasakan kenyamanan secara emosional, seperti tampilan yang sederhana, warna antarmuka yang tidak membingungkan, dan kemudahan saat transaksi.

- b) Mendapatkan kepuasan saat proses berjalan lancar, misalnya transfer cepat, notifikasi langsung, dan berhasilnya transaksi tanpa hambatan teknis.
- c) Menggunakan aplikasi secara berulang karena adanya kebutuhan atau pengingat yang rutin seperti promosi, notifikasi tagihan, atau edukasi mingguan.

Dengan menggabungkan strategi edukasi interaktif, simulasi langsung, dan promosi loyalitas, pengguna dapat membentuk pengalaman awal yang menyenangkan, yang akan memicu penggunaan berulang hingga menjadi habit. Seiring waktu, kebiasaan tersebut membentuk intensi dan kepercayaan yang stabil terhadap aplikasi.

TAM 6 menunjukkan bahwa dimensi afektif dan perilaku otomatis (habit) memainkan peran penting dalam memperkuat niat penggunaan teknologi, terutama pada sistem yang bersifat personal, fleksibel, dan berbasis pengalaman seperti mobile apps. Dengan mengoptimalkan aspek emosional dan pembiasaan, pendekatan ini memberikan peluang besar untuk menurunkan resistensi pengguna, serta mendorong adopsi teknologi di wilayah yang belum digital savvy.

3. Konsep Dasar Analisis SWOT

a. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah metodologi strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal suatu entitas, baik organisasi, produk, proyek, maupun individu. Konsep ini dikembangkan oleh Albert Humphrey dan timnya di Stanford Research Institute pada era 1960–1970-an. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor

kunci yang memengaruhi kemampuan entitas dalam mencapai tujuan, dengan memetakan kekuatan dan kelemahan (faktor internal) serta peluang dan ancaman (faktor eksternal). Hasilnya sering disajikan dalam bentuk matriks empat kuadran yang memudahkan visualisasi strategi.³⁰

Analisis SWOT merupakan pendekatan strategis sistematis yang digunakan untuk menyusun rencana bisnis dengan mengidentifikasi empat elemen kritis; kekuatan (*Strengths*) sebagai sumber daya dan aktivitas unggulan yang dapat dikelola secara internal, peluang (*Opportunities*) sebagai faktor eksternal positif yang mampu mendorong keuntungan kompetitif, kelemahan (*Weaknesses*) sebagai ketidakefisienan atau keterbatasan sumber daya internal, serta ancaman (*Threats*) sebagai risiko eksternal yang berpotensi menghambat kinerja organisasi. Dalam praktiknya, perusahaan dalam industri yang sama umumnya memanfaatkan peluang dari lingkungan eksternal yang sama, namun juga rentan terhadap ancaman serupa, seperti persaingan atau perubahan regulasi. Sementara kekuatan dan kelemahan bersifat intrinsik (berasal dari dalam organisasi), peluang dan ancaman dipengaruhi oleh dinamika eksternal. Dengan kata lain, analisis ini tidak hanya membantu mengoptimalkan potensi internal, tetapi juga memitigasi kerentanan yang mungkin timbul akibat faktor eksternal, sehingga organisasi dapat mengambil keputusan yang lebih adaptif dan berkelanjutan.³¹

³⁰ Richard W. Puyt, Finn Birger Lie, and Dag Øivind Madsen, *From SOFT Approach to SWOT Analysis, a Historical Reconstruction*, *Journal of Management History*, vol. 31, 2024, <https://doi.org/10.1108/JMH-05-2023-0047>.

³¹ Miftakhul Jannah et al., "Pentingnya Analisis Swot Dalam Suatu Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis," *IJESPG Journal* 2, no. 1 (2024): 9–17, <http://ijespgjournal.org>.

Penelitian Hamida Ambas (2022) mengkaji faktor strategis kinerja Bank Syariah Indonesia (BSI) pasca-merger tiga bank syariah BUMN melalui analisis SWOT. Studi ini mengidentifikasi kekuatan internal seperti dukungan pemerintah, reputasi syariah, produk unggul, dan lokasi strategis, serta kelemahan fasilitas terbatas, SDM kurang kompeten, dan mispersepsi masyarakat. Di sisi eksternal, peluang meliputi potensi pasar Muslim, perkembangan teknologi, dan posisi BSI sebagai satu-satunya bank syariah di wilayah tersebut, sementara ancaman mencakup persaingan ketat dan literasi keuangan syariah yang rendah.

Berdasarkan matriks SWOT, dirumuskan empat strategi: SO (ekspansi jaringan dan kolaborasi pemerintah), WO (peningkatan SDM dan promosi edukatif), ST (penguatan teknologi), dan WT (strategi "jemput bola"). Hasil analisis menempatkan BSI di Kuadran I, merekomendasikan strategi agresif berbasis pertumbuhan. Temuan ini menegaskan bahwa merger berpotensi memperkuat posisi BSI jika faktor internal dan eksternal dikelola optimal, menjadikan penelitian ini acuan penting bagi pengembangan perbankan syariah di daerah serupa.³²

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) bertujuan untuk mengevaluasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) guna merumuskan strategi yang efektif bagi organisasi atau individu. Alat ini membantu mengidentifikasi keunggulan kompetitif, seperti sumber daya unik atau keahlian tim, serta kelemahan yang perlu diperbaiki, seperti keterbatasan infrastruktur atau inefisiensi proses. Di sisi eksternal, analisis ini

³² Ambas, "SWOT Analysis of BUMN Banks After Merger to Become Indonesian Sharia Bank (Study at BSI KCP Tomoni, East Luwu Regency) Analisis SWOT Bank BUMN Pasca Merger Menjadi Bank Syariah Indonesia (Studi Di BSI KCP Tomoni Kabupaten Luwu Timur)."

memetakan peluang seperti tren pasar atau kemitraan strategis, serta ancaman seperti persaingan ketat atau perubahan regulasi. Dengan menggabungkan hasil evaluasi ini, SWOT memfasilitasi pengambilan keputusan berbasis data, perencanaan jangka panjang, peningkatan daya saing, dan manajemen risiko. Contohnya, startup dapat memanfaatkan SWOT untuk memaksimalkan inovasi tim (kekuatan), memperbaiki infrastruktur (kelemahan), mengeksplorasi permintaan pasar digital (peluang), dan mengantisipasi persaingan dari perusahaan besar (ancaman). Analisis ini juga mendorong kolaborasi antar-departemen untuk menyelaraskan visi dan strategi.³³

b. Komponen Utama Analisis SWOT

1) *Strengths* (Kekuatan)

Kekuatan merujuk pada sumber daya, kapabilitas, atau keunggulan kompetitif yang dimiliki organisasi secara internal. Ini adalah faktor positif yang membedakan organisasi dari pesaing dan menjadi dasar untuk mencapai tujuan. Kekuatan bersifat internal dan dapat dikendalikan, sehingga organisasi harus memaksimalkan aspek ini dalam strategi mereka. Misalnya, perusahaan dengan jaringan distribusi yang luas dapat memanfaatkannya untuk memperluas pasar. Contoh kekuatan meliputi:

a) Sumber Daya Finansial yang Kuat

Sumber daya finansial yang kuat memberikan fleksibilitas bagi organisasi untuk berinvestasi dalam inovasi, ekspansi pasar, atau mitigasi krisis. Perusahaan dengan likuiditas tinggi dapat mengalokasikan dana ke R&D, akuisisi strategis, atau

³³ Belal Dahiam Saif Ghaleb, "The Importance of Using SWOT Analysis in Business Success," *International Journal of Asian Business and Management* 3, no. 4 (2024): 557–64, <https://doi.org/10.55927/ijabm.v3i4.10857>.

cadangan darurat, seperti yang dilakukan korporasi teknologi besar. Namun, keunggulan ini harus diimbangi dengan alokasi yang bijak untuk menghindari pemborosan atau investasi tidak produktif.

b) Keahlian SDM atau Tim yang Kompeten

Keahlian SDM atau tim yang kompeten menjadi fondasi inovasi dan efisiensi operasional. SDM berkualitas, didukung budaya kolaboratif dan retensi tinggi, memungkinkan organisasi merespons perubahan pasar secara adaptif. Investasi dalam pelatihan dan pengembangan, sesuai teori *Human Capital*, meningkatkan produktivitas dan keunggulan bersaing, terutama di industri berbasis pengetahuan seperti konsultasi atau teknologi.

c) Teknologi atau Infrastruktur Unggulan

Teknologi atau infrastruktur unggulan menciptakan efisiensi biaya dan diferensiasi produk. Kepemilikan paten, otomatisasi proses, atau jaringan logistik terintegrasi (seperti pada perusahaan e-commerce) mengurangi ketergantungan pada tenaga manual dan mempercepat waktu respons. Namun, keusangan teknologi mengharuskan organisasi terus berinovasi untuk mempertahankan keunggulan.

d) Reputasi Merek yang Baik

Reputasi merek yang baik membangun loyalitas pelanggan dan memungkinkan penetapan harga premium. Merek kuat seperti Coca-Cola atau Nike memanfaatkan ekuitas merek untuk ekspansi pasar dengan risiko rendah. Namun,

reputasi rentan terhadap krisis, sehingga memerlukan manajemen proaktif melalui CSR atau komunikasi transparan.³⁴

2) *Weaknesses* (Kelemahan)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan internal yang menghambat kinerja organisasi. Ini mencakup aspek yang perlu diperbaiki untuk mengurangi risiko kegagalan. Kelemahan harus diidentifikasi secara jujur untuk menghindari bias. Organisasi perlu merancang strategi mitigasi, seperti pelatihan SDM atau investasi dalam riset pengembangan. Contoh kelemahan meliputi:

a) Keterbatasan anggaran atau utang yang tinggi

Kondisi keuangan yang terbatas atau utang menumpuk dapat membatasi kemampuan organisasi untuk berinvestasi dalam pengembangan bisnis, seperti riset pasar, inovasi, atau ekspansi. Tingginya beban utang juga meningkatkan risiko gagal bayar dan mengurangi fleksibilitas dalam mengambil keputusan strategis, seperti merekrut talenta atau meningkatkan kapasitas produksi.

b) Kurangnya inovasi produk

Ketidakmampuan menciptakan produk baru atau memperbaiki produk lama membuat organisasi rentan kehilangan daya saing. Jika pasar terus berkembang sementara perusahaan hanya mengandalkan produk yang sudah ada, pelanggan mungkin beralih ke pesaing yang menawarkan solusi lebih modern atau relevan dengan kebutuhan terkini.

³⁴ Shiva Khoshsirat, Hassan Soleimanpour, and Peyman Rezaei-Hachesu, "Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) of Implementing Teleconsultation: A Systematic Review," *Health Science Reports* 8, no. 5 (2025), <https://doi.org/10.1002/hsr2.70645>.

c) Manajemen yang tidak efektif

Kepemimpinan yang kurang visioner atau komunikasi yang buruk antartim dapat menimbulkan kebingungan arah strategis, konflik internal, dan penurunan motivasi karyawan. Manajemen yang tidak kompeten juga berpotensi membuat organisasi lambat merespons perubahan pasar atau mengambil keputusan yang tidak tepat waktu.

d) Ketergantungan pada segmen pasar tertentu

Bergantung pada satu jenis pelanggan atau wilayah pasar meningkatkan kerentanan terhadap fluktuasi ekonomi, perubahan regulasi, atau pergeseran preferensi konsumen. Jika segmen tersebut mengalami penurunan, organisasi akan kesulitan mencari sumber pendapatan alternatif untuk menopang operasional.

e) Infrastruktur yang usang

Teknologi atau peralatan yang tidak diperbarui dapat menghambat efisiensi produksi, meningkatkan biaya perawatan, dan menurunkan kualitas layanan. Infrastruktur yang ketinggalan zaman juga berisiko menyebabkan gangguan operasional, seperti downtime yang merugikan reputasi bisnis.

3) *Opportunities* (Peluang)

Peluang adalah faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan organisasi untuk menciptakan nilai atau keuntungan. Ini berasal dari perubahan di lingkungan makro seperti tren pasar, regulasi pemerintah, atau perkembangan teknologi. Peluang bersifat eksternal dan tidak sepenuhnya dapat dikendalikan, sehingga organisasi

harus responsif dan adaptif. Misalnya, perusahaan energi dapat memanfaatkan insentif pemerintah untuk beralih ke energi terbarukan.³⁵ Contoh peluang meliputi:

a) Pertumbuhan permintaan produk di pasar baru

Ekspansi ke pasar yang belum terjamah atau sedang berkembang dapat membuka aliran pendapatan tambahan bagi organisasi. Misalnya, permintaan yang meningkat di negara berkembang atau segmen demografi tertentu memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan penjualan, membangun basis pelanggan baru, dan mengurangi ketergantungan pada pasar lama yang mungkin sudah jenuh.

b) Kemajuan teknologi yang mengurangi biaya produksi

Adopsi teknologi baru, seperti automasi atau sistem berbasis AI, dapat memangkas biaya operasional dan meningkatkan efisiensi. Penghematan ini bisa dialokasikan untuk investasi strategis, seperti pengembangan produk, pemasaran, atau peningkatan kualitas layanan, sehingga memperkuat posisi kompetitif organisasi.

c) Kebijakan pemerintah yang mendukung industri tertentu

Insentif fiskal, subsidi, atau program pelatihan dari pemerintah dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan kapasitas bisnis. Contohnya, kebijakan ramah lingkungan mungkin membuka peluang bagi perusahaan untuk memproduksi barang berkelanjutan dengan dukungan pendanaan atau akses ke pasar yang lebih luas.

³⁵ Mukesh Kumar Singh, Javed Malek, Harish Kumar Sharma, Rahul Kumar, Converting the threats of fossil fuel-based energy generation into opportunities for renewable energy development in India, *Renewable Energy*, Volume 224, 2024, 120153, ISSN 0960-1481, <https://doi.org/10.1016/j.renene.2024.120153>.

d) Kelemahan pesaing yang dapat dieksploitasi

Ketika pesaing memiliki kelemahan seperti layanan yang buruk, keterlambatan inovasi, atau masalah reputasi, organisasi dapat mengambil alih pangsa pasar dengan menawarkan solusi lebih unggul. Misalnya, meningkatkan kualitas layanan pelanggan atau meluncurkan produk inovatif yang belum disediakan pesaing.

e) Perubahan perilaku konsumen yang menguntungkan

Tren seperti peningkatan kesadaran kesehatan, preferensi terhadap produk digital, atau gaya hidup ramah lingkungan bisa menjadi peluang untuk menyesuaikan strategi bisnis. Perusahaan dapat mengembangkan produk atau layanan yang selaras dengan nilai-nilai baru ini untuk menarik minat konsumen yang lebih luas.

4) *Threats* (Ancaman)

Ancaman adalah faktor eksternal yang berpotensi merugikan organisasi. Ini mencakup tantangan yang dapat mengganggu stabilitas atau pertumbuhan. Ancaman memerlukan antisipasi melalui perencanaan risiko. Misalnya, perusahaan ritel harus menyiapkan strategi alternatif jika terjadi kenaikan tarif impor.³⁶ Contoh ancaman meliputi:

a) Persaingan bisnis yang ketat

Munculnya pesaing baru atau agresivitas pemain existing dapat mengurangi pangsa pasar dan margin keuntungan. Persaingan harga, inovasi produk, atau

³⁶ Nazuha Mohd Zahari, Zauwiyah Ahmad, and Hishamuddin Ismail, "The Adoption and Impacts of Digital Business Platforms: A Systematic Review," *Journal of Advanced Research in Applied Sciences and Engineering Technology* 53, no. 2 (2025): 225–41, <https://doi.org/10.37934/araset.53.2.225241>.

strategi pemasaran yang lebih efektif dari pesaing berisiko membuat organisasi kehilangan pelanggan, terutama jika tidak mampu mempertahankan diferensiasi nilai yang ditawarkan.

b) Perubahan regulasi yang memberatkan

Kebijakan baru seperti kenaikan pajak, aturan ketenagakerjaan, atau standar lingkungan yang lebih ketat dapat meningkatkan biaya operasional dan kompleksitas bisnis. Perusahaan mungkin harus mengalokasikan sumber daya tambahan untuk mematuhi regulasi, yang berpotensi mengganggu efisiensi atau menghambat pertumbuhan.

c) Fluktuasi ekonomi atau resesi

Kondisi ekonomi tidak stabil, seperti inflasi tinggi, pengangguran, atau penurunan daya beli masyarakat, dapat mengurangi permintaan produk/jasa. Resesi juga memengaruhi akses ke pendanaan, memperparah risiko gagal bayar utang, dan memaksa organisasi untuk menunda investasi strategis.

d) Perkembangan teknologi yang mengganggu model bisnis tradisional

Inovasi teknologi, seperti platform digital atau automasi, dapat membuat produk atau layanan konvensional menjadi usang. Perusahaan yang lambat beradaptasi berisiko ditinggalkan pelanggan, contohnya bisnis ritel fisik yang kalah saing dengan e-commerce atau layanan berbasis aplikasi.

e) Isu lingkungan atau sosial yang memengaruhi reputasi

Tuntutan terkait keberlanjutan, protes masyarakat, atau skandal seperti polusi dan pelanggaran hak pekerja dapat merusak citra perusahaan. Dampaknya

meliputi kehilangan kepercayaan konsumen, boikot, hingga sanksi hukum, yang berpotensi mengganggu stabilitas finansial dan operasional.

4. Hubungan Setiap Variabel Terhadap Peningkatan Kepercayaan Pengguna dalam Adopsi *Mobile banking*

a. Hubungan Persepsi Risiko Teknologi Terhadap Kepercayaan dalam Adopsi aplikasi *Mobile banking*

1) Konsep Dasar Persepsi Risiko Teknologi (*Perceived Technology Risk*)

Persepsi risiko merupakan hal yang mengganjal di pikiran konsumen karena banyaknya kemungkinan yang tidak dapat dipastikan. Konsumen melihat risiko sebagai penghalang untuk memutuskan untuk melakukan transaksi online.³⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu Agung Upadianti Jayantari dan Ni Ketut Seminari menemukan bahwa persepsi risiko berdampak negatif dan signifikan pada keinginan untuk menggunakannya.³⁸

Perceived risk mengacu pada kemungkinan yang diharapkan bahwa sesuatu yang negatif akan terjadi selama transaksi tertentu dan menunjukkan ketidakpastian konsumen tentang hasil keputusan tersebut. Risiko yang dirasakan biasanya menjadi pertimbangan konsumen dalam proses keputusan pembelian. Risiko yang terkait dengan pembelian atau penggunaan suatu produk akan menentukan apakah konsumen akan membelinya atau tidak.

³⁷ Hendra Prasetya and Nurul Azizah, "Apakah Persepsi Konsumen Mengenai Risiko Dan Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Keputusan," *Jesya* 5, no. 2 (2022): 2108–16, <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.765>.

³⁸ I. A. A. U. Jayantari, dan K. Seminari, "Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking di Kota Denpasar," *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(5), (Mei 3, 2019): 96, <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v07.i05.p13>

Persepsi risiko teknologi merupakan konstruk psikologis yang merefleksikan keyakinan subjektif individu tentang potensi kerugian atau konsekuensi negatif yang mungkin timbul dari penggunaan suatu teknologi, dalam hal ini aplikasi *mobile banking*. Konsep ini berakar pada teori *perceived risk* yang pertama kali diusulkan oleh Bauer (1960), yang menyatakan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan manfaat tetapi juga risiko yang dirasakan saat mengambil keputusan. Dalam konteks teknologi finansial, risiko yang dirasakan ini semakin kompleks karena melibatkan faktor keamanan digital, privasi data, dan ketidakpastian fungsional.³⁹

Beberapa dimensi utama persepsi risiko teknologi dalam adopsi *mobile banking* meliputi:

a) Risiko Finansial

Pengguna khawatir mengalami kerugian uang akibat kesalahan transaksi (seperti transfer gagal atau duplikasi), penipuan (*phishing*), atau kebocoran data keuangan. Ketakutan ini meningkat karena transaksi digital seringkali bersifat *irreversible*, sehingga kesalahan kecil dapat berdampak signifikan. Persepsi risiko finansial yang tinggi membuat pengguna enggan melakukan transaksi besar atau menyimpan dana dalam aplikasi.

b) Risiko Keamanan/Privasi

Pengguna cemas data sensitif (nomor rekening, PIN, riwayat transaksi) akan disalahgunakan oleh peretas atau pihak tak bertanggung jawab. Ancaman seperti

³⁹ Alvin Tanuwijaya and Agus Zainul Arifin, "Persepsi Risiko Pada Penggunaan M-Banking Dalam Layanan Perbankan Di Indonesia," *Distribusi - Journal of Management and Business* 11, no. 2 (2023): 165–80, <https://doi.org/10.29303/distribusi.v11i2.308>.

peretasan akun, malware, atau kelalaian penyedia layanan memperkuat ketidakpercayaan. Risiko ini membuat pengguna membatasi penggunaan fitur-fitur yang membutuhkan akses data pribadi.

c) Risiko Kinerja

Kekhawatiran aplikasi tidak berfungsi optimal, seperti *server down*, lambatnya respons, atau kesalahan teknis yang mengganggu transaksi. Contohnya, kegagalan pembayaran tagihan yang berujung denda keterlambatan. Ketidakstabilan kinerja aplikasi mengurangi kepercayaan pengguna terhadap keandalan layanan.

d) Risiko Sosial

Pengguna takut mendapat penilaian negatif dari lingkungan sosial jika terjadi kesalahan saat menggunakan aplikasi, seperti transaksi gagal di depan orang lain atau stigma akibat kebocoran data. Persepsi ini dipengaruhi norma sosial, terutama di lingkungan yang belum sepenuhnya menerima transaksi digital.

e) Risiko Psikologis

Stres atau kecemasan emosional akibat ketidakpastian dalam proses transaksi, seperti keraguan apakah dana telah terkirim atau kekhawatiran aktivitas mencurigakan di akun. Ketegangan ini sering muncul dari kurangnya pemahaman tentang cara kerja aplikasi, mendorong pengguna kembali ke metode konvensional yang lebih "terkendali".⁴⁰

⁴⁰ Toto Edrinal Sebayang, Dedi Budiman Hakim, and Toni Bakhtiar, "What Accelerates the Choice of Mobile Banking for Digital Banks in Indonesia?," 2024.

2) Hubungan Persepsi Risiko Teknologi dan Kepercayaan

Hubungan antara persepsi risiko teknologi dan kepercayaan bersifat invers atau negatif. Hal ini didukung oleh teori *Uncertainty Reduction Theory* Berger dan Calabrese, yang menyatakan bahwa ketidakpastian (*uncertainty*) menjadi penghalang utama dalam membangun kepercayaan. Dalam konteks *mobile banking*, persepsi risiko menciptakan ketidakpastian tentang keamanan dan reliabilitas sistem, sehingga mengurangi kemauan pengguna untuk mempercayai aplikasi tersebut.⁴¹

Mekanisme hubungan ini dapat dijelaskan melalui tiga tahap:

a) Persepsi Risiko sebagai Penghambat Kepercayaan

Ketika pengguna merasa bahwa penggunaan *mobile banking* berpotensi menimbulkan kerugian finansial atau pelanggaran privasi, mereka akan meragukan integritas institusi dan kapabilitas teknologi. Misalnya, ketakutan akan kebocoran data dapat mengurangi kepercayaan terhadap komitmen bank dalam melindungi nasabah.

b) Peran Mediasi Informasi dan Pengalaman

Persepsi risiko dapat dikurangi melalui informasi yang transparan (misalnya, sertifikasi keamanan ISO) atau pengalaman positif pengguna sebelumnya. Jika pengguna merasa aplikasi mudah digunakan dan minim gangguan teknis, kepercayaan akan meningkat meskipun risiko awal dirasakan tinggi.

⁴¹ Charles R. Berger, Richard J. Calabrese, Some Explorations in Initial Interaction and Beyond: Toward a Developmental Theory of Interpersonal Communication, *Human Communication Research*, Volume 1, Issue 2, December 1975, Pages 99–112, <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1975.tb00258.x>

c) Dampak pada Keputusan Adopsi

Kepercayaan yang rendah akibat persepsi risiko tinggi akan menghambat niat pengguna untuk mengadopsi *mobile banking*. Sebaliknya, kepercayaan yang kuat dapat menjadi "jembatan" yang mengatasi keraguan pengguna, bahkan dalam situasi berisiko.

b. Hubungan Kepercayaan Teknologi Terhadap Kepercayaan dalam Adopsi Aplikasi *Mobile banking*

Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori sistem informasi yang memodelkan bagaimana konsumen menerima dan menggunakan teknologi informasi. TAM mengadopsi rantai sebab akibat dari keyakinan, sikap, niat, dan perilaku seperti yang telah diajukan oleh psikolog sosial yang dikenal sebagai *Theory of Reasoned Action (TRA)*. Berdasarkan keyakinan tertentu, seseorang membentuk sikap terhadap suatu objek, atas dasar niat untuk berperilaku terhadap obyek. Davis mendefinisikan kepercayaan kegunaan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa menerapkan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.⁴²

Kepercayaan adalah hubungan yang diyakini memiliki korelasi antara dua pihak yang diwajibkan dengan pemahaman, yang aman pada anggapan, dan yang dianggap penting untuk transaksi. Kepercayaan yang dimiliki pengguna teknologi informasi dalam memutuskan untuk menggunakannya, karena mereka percaya

⁴² Defa Septia, "Implikasi TRA (Theory Of Reasoned Action) dan TAM (Technology Acceptance Model) pada Pengguna Layanan Perbankan Online," *JPNM Jurnal Pustaka Nusantara Multidisiplin*, 1(3), (Oktober 9, 2023): 89, <https://doi.org/10.59945/jpnm.v1i3.35>.

bahwa itu akan membantu mereka dalam pekerjaan mereka. Oleh karena itu kepercayaan menjadi faktor yang sangat penting dalam penggunaannya.⁴³

1) Komponen Kepercayaan Terhadap Teknologi

Berdasarkan TAM dan konteks kepercayaan, komponen kepercayaan terhadap teknologi meliputi:

a) Persepsi Keamanan (Perceived Security)

Keyakinan pengguna bahwa aplikasi *mobile banking* mampu melindungi data dan transaksi dari ancaman seperti peretasan atau kebocoran data. Persepsi ini dibentuk oleh fitur keamanan (enkripsi, autentikasi dua faktor) dan reputasi penyedia layanan dalam menjaga keamanan sistem. Tanpa persepsi keamanan yang kuat, pengguna akan enggan mengadopsi aplikasi.

b) Keandalan Sistem (System Reliability)

Kemampuan aplikasi untuk berfungsi secara konsisten, stabil, dan minim gangguan teknis. Pengguna mengharapkan akses 24/7, proses transaksi lancar, serta perbaikan bug melalui pembaruan sistem. Ketidakandalan (misal: crash atau downtime) mengurangi kepercayaan meski fitur keamanan memadai.

c) Kepercayaan pada Fitur Teknologi (Trust in Features)

Keyakinan bahwa fitur aplikasi (notifikasi transaksi, biometrik, enkripsi) benar-benar efektif melindungi pengguna. Fitur harus tidak hanya ada, tetapi juga berjalan akurat dan transparan. Edukasi pengguna tentang cara kerja fitur juga penting untuk membangun kepercayaan ini.

⁴³ Ha Nguyen Van, Long Pham, Stan Williamson, Vu Thanh Huong, Pham Xuan Hoa and Pham Lam Hanh Trang, "Impact of perceived risk on mobile banking usage intentions: Trust as a mediator and a moderator," *International Journal of Business and Emerging Markets*, 12(1), (March 26, 2020):118, <https://doi.org/10.1504/IJBEM.2020.106202>

d) Transparansi Teknologi (Transparency)

Pemahaman pengguna tentang cara data mereka dikelola dan dilindungi oleh aplikasi. Ini mencakup kebijakan privasi yang jelas, penjelasan tentang penggunaan data, serta kontrol pengguna atas izin akses. Ketidaktransparan memicu keraguan, sementara keterbukaan meningkatkan kepercayaan.⁴⁴

2) Komponen Kepercayaan dalam Adopsi

Kepercayaan dalam adopsi *mobile banking* terdiri dari:

a) Niat Mengadopsi (Behavioral Intention)

Keinginan pengguna untuk menggunakan *mobile banking* secara konsisten, didorong oleh persepsi manfaat (seperti efisiensi waktu) dan pengaruh eksternal (rekomendasi sosial). Tanpa niat ini, pengguna tidak akan bertahan dalam penggunaan jangka panjang.

b) Persepsi Risiko yang Rendah (Perceived Risk Reduction)

Keyakinan bahwa risiko keuangan atau privasi (seperti penipuan) dapat diminimalkan oleh aplikasi, misalnya melalui garansi transaksi atau layanan pelanggan responsif. Persepsi ini dibentuk oleh pengalaman pribadi atau testimoni pengguna lain.

c) Kepercayaan Institusional (Institutional Trust)

Keyakinan pada kredibilitas bank penyedia aplikasi, mencakup reputasi, kepatuhan regulasi (misal: diawasi OJK), dan transparansi pengelolaan dana. Pengguna cenderung memilih aplikasi dari institusi yang dianggap stabil dan legal.

⁴⁴ Leonie Kuen et al., "Who Earns Trust in Online Environments? A Meta-Analysis of Trust in Technology and Trust in Provider for Technology Acceptance," *Electronic Markets* 33, no. 1 (2023): 1–24, <https://doi.org/10.1007/s12525-023-00672-1>.

d) Pengalaman Pengguna (User Experience)

Persepsi positif terhadap kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) dan manfaat aplikasi (*Perceived usefulness*). Antarmuka intuitif, fitur relevan (seperti pembayaran QR), serta penghematan waktu/biaya meningkatkan kepercayaan untuk mengadopsi.⁴⁵

3) Mekanisme Hubungan Kepercayaan Terhadap Teknologi dengan Kepercayaan dalam Adopsi *Mobile banking*

Berdasarkan TAM dan TRA, Kepercayaan Teknologi terhadap Kepercayaan dalam Adopsi *Mobile banking* terjadi melalui:

a) Pengaruh Langsung

Kepercayaan teknologi secara langsung meningkatkan kepercayaan pengguna untuk mengadopsi aplikasi *mobile banking*. Misalnya, fitur keamanan canggih seperti enkripsi data atau autentikasi biometrik membuat pengguna merasa transaksi mereka terlindungi, sehingga mereka lebih percaya diri untuk menggunakan aplikasi tersebut. Tanpa kepercayaan pada teknologi yang mendasarinya, pengguna cenderung ragu memanfaatkan layanan digital, meski memiliki kebutuhan finansial yang mendesak.

b) Pengaruh Tidak Langsung

(1) Mediasi oleh Persepsi Kegunaan (*Perceived usefulness*)

Kepercayaan teknologi meningkatkan persepsi bahwa aplikasi memberikan manfaat konkret, seperti menghemat waktu atau biaya transaksi. Contohnya, fitur

⁴⁵ Liu Fan, Xiaoping Zhang, Laxmisha Rai, When should star power and eWOM be responsible for the box office performance? – An empirical study based on signaling theory, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 62, 2021, 102591, ISSN 0969-6989, <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102591>.

pembayaran instan dianggap bermanfaat (mediator), sehingga mendorong niat adopsi.

(2) Mediasi oleh Persepsi Kemudahan (*Perceived ease of use*)

Kepercayaan pada antarmuka yang sederhana dan intuitif membuat pengguna merasa mudah mengoperasikan aplikasi (mediator). Kemudahan ini mengurangi hambatan psikologis, sehingga memperkuat kepercayaan untuk mengadopsi.

c) Moderasi oleh Faktor Eksternal

(1) Dukungan Regulasi

Regulasi seperti pengawasan OJK atau UU Perlindungan Konsumen memperkuat hubungan terhadap. Pengguna merasa lebih aman menggunakan aplikasi karena ada jaminan hukum yang mengikat penyedia layanan.

(2) Rekomendasi Sosial (*Social Influence*)

Ulasan positif atau rekomendasi dari pengguna lain memengaruhi persepsi kepercayaan teknologi. Misalnya, testimoni tentang keandalan aplikasi dari teman atau keluarga meningkatkan keyakinan pengguna baru untuk mengadopsi.

c. Hubungan Ketersediaan Pendampingan Terhadap Kepercayaan dalam Adopsi Aplikasi *Mobile banking*

Kegembiraan atau kesenangan yang diperoleh dari pemanfaatan teknologi dikenal dengan motivasi hedonis. Telah ditemukan memiliki pengaruh penting dalam menentukan apakah orang akan mengadopsi dan menggunakan teknologi baru atau tidak. Menurut studi yang dilakukan di bidang Sistem Informasi, motivasi hedonis, atau pengejaran kesenangan, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan orang untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi baru.

Motivasi hedonis juga ditemukan memiliki peran penting dalam lingkungan konsumen dalam hal adopsi dan penggunaan teknologi. Se jauh mana seseorang dibujuk untuk mengadopsi praktik baru karena orang-orang yang penting baginya juga melihat manfaat di dalamnya adalah contoh pengaruh sosial. Perilaku individu dipengaruhi oleh pandangan orang lain terhadap teknologi baru dengan melihat hasil dalam penggunaan teknologi tersebut.⁴⁶

Penelitian Hendra Safri dkk, menunjukkan ketersediaan pendampingan dalam konteks adopsi teknologi, seperti pelatihan aplikasi administrasi dan keuangan desa berbasis *offline* di Kecamatan Latimojong, menunjukkan pentingnya pendekatan adaptif terhadap kondisi lokal. Pendampingan dirancang untuk mengatasi keterbatasan infrastruktur (misalnya, akses internet minim) dengan menggunakan basis data *offline Microsoft Access*, sehingga mengurangi kecemasan pengguna (*technophobia*) dan memastikan proses administrasi tetap berjalan. Metode Participatory Learning and Activity yang diterapkan melibatkan praktik langsung, simulasi, dan diskusi meningkatkan kompetensi operator desa serta membangun persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*). Dukungan berkelanjutan melalui grup WhatsApp setelah pelatihan menjadi bentuk *Facilitating Conditions* yang responsif, memperkuat kepercayaan pengguna bahwa masalah teknis dapat diatasi. Kolaborasi dengan pemerintah daerah dan aparat desa menciptakan legitimasi sosial (*Social Proof*), di mana rekomendasi dari pihak berwenang mempercepat penerimaan teknologi. Hasil evaluasi menunjukkan 70-

⁴⁶ Laras Kusuma Wardana, "nalisis Adopsi Teknologi Layanan Digital Banking Dengan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (Utaut-3) Pada Studi Kasus PT Bank Raya Indonesia Tbk.", JEISBI: Journal of Emerging Information System and Business Intelligence,04.03(2023): 73–82, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/54241>.

80% peserta merasa materi pelatihan jelas dan sesuai kebutuhan, membuktikan bahwa pendampingan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membentuk kepercayaan melalui pengalaman positif dan transparansi layanan. Temuan ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*, di mana pendampingan berperan sebagai mediator antara kemampuan teknis, pengaruh sosial, dan adopsi teknologi berbasis kepercayaan.⁴⁷

Ketersediaan Pendampingan merujuk pada segala bentuk fasilitas atau dukungan yang disediakan oleh penyedia layanan atau lingkungan sosial pengguna untuk mempermudah proses penggunaan teknologi, khususnya aplikasi *mobile banking*. Dukungan ini mencakup tiga aspek utama:

- 1) Bantuan teknis, seperti layanan customer service, tutorial interaktif, atau panduan langkah-demi-langkah, bertujuan mengurangi kebingungan pengguna dalam menghadapi fitur-fitur teknis. Misalnya, panduan visual tentang cara melakukan transfer uang atau verifikasi biometrik membantu pengguna memahami alur kerja aplikasi, sehingga meningkatkan keyakinan mereka terhadap keandalan sistem.
- 2) Dukungan sosial, meliputi rekomendasi dari orang terdekat, komunitas pengguna, atau ahli teknologi, berperan sebagai social proof yang memengaruhi persepsi pengguna. Ketika seseorang melihat bahwa orang lain (terutama yang dianggap kompeten atau berpengalaman) telah sukses menggunakan aplikasi

⁴⁷ Hendra Safri, Adzan Noor Bakri, Nur Ariani Aqidah “Pendampingan Pelatihan Aplikasi Manajemen Administrasi Desa Oleh Program Studi Perbankan Syariah Di Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu,” *Ekonometrika: Jurnal Ilmiah Ekonomi Terapan* 4, no. 2 (2024): 12–27.

tersebut, kepercayaan mereka terhadap keamanan dan manfaat aplikasi akan terbentuk lebih cepat.

- 3) Pendampingan langsung, seperti webinar, pelatihan daring/luring, atau akses ke mentor, memberikan interaksi dua arah yang memungkinkan pengguna bertanya langsung, mempraktikkan fitur, dan mengatasi hambatan secara real-time. Bentuk pendampingan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis pengguna, tetapi juga menciptakan rasa "didukung" sehingga mengurangi kecemasan terkait risiko kesalahan transaksi atau kebocoran data.

Konsep ini terkait erat dengan pengaruh sosial (*Social Influence*) dalam teori adopsi teknologi, di mana norma atau rekomendasi sosial dapat mendorong penerimaan teknologi. Selain itu, kemudahan akses terhadap bantuan teknis dan non-teknis juga termasuk dalam *Facilitating Conditions* yang memastikan pengguna merasa siap dan mampu mengoperasikan aplikasi, sehingga memperkuat kepercayaan (*trust*) sebagai fondasi utama adopsi *mobile banking*.⁴⁸

1) Kerangka Teori yang Relevan

a) *Technology Acceptance Model (TAM)*

Dalam TAM, Persepsi Kegunaan (*Perceived usefulness*) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived ease of use*) menjadi faktor utama penentu adopsi teknologi. Ketersediaan pendampingan memengaruhi kedua persepsi ini dengan cara:

⁴⁸ Md Nafis Fuad, "Exploring The Role Of Social Networks in Technology Adoption and Entrepreneurial Success in Bangladeshs," *Business, Organizations and Society*, 2024, <https://doi.org/10.26480/bosoc.01.2024.22.26>.

(1) Meningkatkan Persepsi Kegunaan

Pendampingan seperti tutorial atau pelatihan membantu pengguna memahami manfaat konkret aplikasi, berupa fitur investasi atau pembayaran tagihan, sehingga mereka lebih yakin bahwa teknologi ini berguna bagi kebutuhan finansialnya.

(2) Memperkuat Persepsi Kemudahan

Bantuan seperti teknis customer service, panduan visual mengurangi kompleksitas penggunaan, membuat aplikasi terasa lebih mudah dioperasikan. Selain itu, pendampingan juga mengurangi persepsi risiko, takut salah transfer atau kebocoran data dan meningkatkan kompetensi pengguna, sehingga kepercayaan terhadap aplikasi *mobile banking* semakin terbangun.

b) *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*

UTAUT menekankan peran *Social Influence* dan *Facilitating Conditions* dalam adopsi teknologi:

(1) *Social Influence*

Pendampingan dari pihak yang dianggap penting (*significant others*), seperti rekomendasi keluarga, teman, atau ahli keuangan, menciptakan tekanan sosial positif. Contoh, ketika pengguna melihat orang terdekat sukses menggunakan *mobile banking* dengan aman, kepercayaan mereka terhadap aplikasi tersebut meningkat.

(2) *Facilitating Conditions*

Infrastruktur pendukung, termasuk ketersediaan pendampingan (webinar, hotline), memastikan pengguna memiliki sumber daya yang

diperlukan untuk mengadopsi teknologi. Misalnya, layanan banca darurat 24 jam memengaruhi niat pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi karena yakin masalah dapat segera diatasi.

c) *Hedonic Motivation*

Hedonic Motivation merujuk pada kesenangan atau kepuasan emosional yang diperoleh dari penggunaan teknologi. Ketersediaan pendampingan dapat dirancang secara hedonis untuk memperkuat kepercayaan secara tidak langsung. Contoh Pendampingan berbasis gamifikasi misalnya, badge atau level saat menyelesaikan tutorial atau interaksi ramah pengguna chatbot dengan bahasa santai menciptakan pengalaman menyenangkan. Pengguna yang merasa senang selama proses belajar cenderung mengasosiasikan perasaan positif ini dengan keandalan aplikasi. Motivasi hedonis juga mendorong eksplorasi fitur-fitur aplikasi secara mandiri, yang pada akhirnya memperkuat kepercayaan melalui pengalaman pribadi yang memuaskan.

2) Mekanisme hubungan Ketersediaan Pendampingan dengan Kepercayaan dalam Adopsi Aplikasi *Mobile banking*

a) Reduksi Kecemasan Teknologi

Ketersediaan pendampingan, seperti panduan penggunaan atau layanan bantuan teknis, mengurangi kecemasan pengguna terhadap kesalahan operasional (*technophobia*) dan risiko keamanan. Misalnya, tutorial tentang cara mengenkripsi data atau verifikasi dua langkah membantu pengguna memahami langkah-langkah proteksi, sehingga rasa takut akan kebocoran data atau transaksi gagal berkurang.

Ketika pengguna merasa "aman" secara teknis, kepercayaan mereka terhadap keandalan dan integritas aplikasi *mobile banking* meningkat secara signifikan.

b) Peningkatan Kompetensi Pengguna

Pelatihan atau tutorial yang disediakan melalui pendampingan membekali pengguna dengan pengetahuan praktis untuk mengoperasikan fitur-fitur aplikasi. Contohnya, panduan visual tentang cara melakukan investasi atau pembayaran QRIS membuat pengguna lebih mahir dan percaya diri. Peningkatan kompetensi ini menciptakan keyakinan bahwa mereka dapat menggunakan aplikasi tanpa kesalahan fatal, sekaligus meyakinkan mereka bahwa sistem dirancang dengan baik (*user-friendly*), sehingga kepercayaan terhadap teknologi tersebut menguat.

c) Pengaruh Sosial (*Social Proof*)

Dukungan dari pihak yang dipercaya, seperti rekomendasi keluarga, teman, atau testimoni dari bank, berfungsi sebagai bukti sosial (*Social Proof*) yang memvalidasi keamanan dan manfaat aplikasi. Misalnya, ketika pengguna baru mengetahui bahwa orang terdekat telah bertahun-tahun menggunakan aplikasi tersebut tanpa masalah keamanan, mereka cenderung mengadopsi persepsi positif yang sama. Pengaruh sosial ini mempercepat pembentukan kepercayaan karena pengguna menganggap aplikasi telah "teruji" oleh lingkungan sosialnya.

d) Transparansi dan Dukungan Responsif

Ketersediaan layanan responsif seperti live chat, hotline 24 jam, atau chatbot menunjukkan komitmen penyedia layanan dalam menjaga transparansi dan kecepatan respon. Contoh: ketika pengguna mengalami kendala transaksi, kemampuan menghubungi customer service dan mendapat solusi instan

membangun persepsi bahwa bank serius melindungi kepentingan nasabah. Dukungan yang cepat dan transparan ini memperkuat kepercayaan pengguna terhadap reputasi dan komitmen penyedia layanan dalam menyelesaikan masalah.⁴⁹

Keempat faktor ini bekerja secara sinergis. Pendampingan tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis pengguna (*kompetensi*), tetapi juga memanfaatkan pengaruh sosial, mengurangi ketakutan, dan memastikan dukungan responsif. Kombinasi ini menciptakan lingkungan yang "aman" secara psikologis dan teknis, sehingga kepercayaan terbentuk sebagai dasar utama adopsi *mobile banking*.

d. Hubungan Edukasi Keuangan Terhadap Kepercayaan dalam meningkatkan Kepercayaan Pengguna dalam adopsi Aplikasi *Mobile banking*

1) Definisi dan Dimensi Edukasi Keuangan

Literasi digital keuangan adalah kemampuan untuk memanfaatkan teknologi dalam mengakses, memahami, dan menggunakan layanan keuangan digital secara efektif. Ini mencakup keterampilan teknis seperti mengoperasikan aplikasi *mobile banking*, memahami fitur keamanan digital seperti OTP atau autentikasi biometrik, serta menginterpretasi informasi keuangan yang disajikan secara digital. Literasi ini juga melibatkan kesadaran tentang risiko siber seperti phishing atau kebocoran data dan cara mitigasinya. Dengan meningkatnya literasi digital keuangan, pengguna tidak hanya merasa lebih nyaman menggunakan aplikasi *mobile banking* tetapi juga

⁴⁹ Laud Ammah, Alexander Kriebitz, and Luetge Christoph, "Institutional Trust and Affordability on Mobile Banking Adoption in Ghana: A System Dynamic Approach" 15, no. 1 (2025): 1–18, <https://doi.org/10.5539/jms.v15n1p1>.

lebih percaya bahwa teknologi ini dapat diandalkan untuk memenuhi kebutuhan finansial mereka secara efisien dan aman.⁵⁰

Penting untuk mengatur keuangan pribadi dengan bijak, terutama di era teknologi saat ini. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyampaikan literasi keuangan sebagai kumpulan tindakan yang bertujuan untuk meningkatkan wawasan, keterampilan, dan kepercayaan seseorang dalam mengolah keuangan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memainkan peran sentral dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat melalui program edukasi yang sistematis. Tujuannya adalah membangun kesadaran, keterampilan, dan kepercayaan pengguna dalam mengelola keuangan digital. OJK melakukan ini dengan menyelenggarakan kampanye sosial, pelatihan, atau materi edukasi yang mudah diakses, seperti panduan penggunaan layanan keuangan digital, penjelasan risiko investasi, atau tips menghindari penipuan online. Dengan adanya dukungan otoritas yang kredibel, masyarakat merasa lebih yakin bahwa penggunaan aplikasi *mobile banking* didukung oleh regulasi yang jelas dan perlindungan konsumen. Hal ini tidak hanya mengurangi keraguan pengguna tetapi juga mempercepat adopsi teknologi keuangan di tengah masyarakat, terutama bagi kelompok yang sebelumnya kurang terlayani oleh sistem keuangan konvensional (*financial inclusion*).

Literasi keuangan juga berhubungan erat dengan literasi digital keuangan, terutama dalam konteks penggunaan teknologi finansial. Buku yang ditulis oleh Choerudin et al. menekankan bahwa literasi keuangan sangat penting untuk

⁵⁰ Indah Indah, "Pengaruh Pembayaran Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Perspektif Kinerja Keuangan Umkm Di Kota Pangkalpinang," *Accounting Journal of Ibrahimi (AJI)* 2, no. 1 (2024): 58–69, <https://doi.org/10.35316/aji.v2i1.4776>.

membuat keputusan tepat dalam pengelolaan uang, khususnya dengan berkembangnya teknologi yang memfasilitasi akses ke layanan keuangan. Dalam buku tersebut dijelaskan bahwa literasi digital keuangan memungkinkan masyarakat untuk mengakses layanan keuangan lebih mudah, yang sebelumnya sulit dijangkau, serta memfasilitasi pemahaman yang lebih baik mengenai produk-produk finansial digital.⁵¹

2) Mekanisme Hubungan Edukasi Keuangan Kepercayaan dengan Kepercayaan dalam Adopsi Aplikasi *Mobile banking*

a) Peningkatan Pengetahuan

Edukasi keuangan meningkatkan pemahaman pengguna tentang risiko seperti penipuan dan manfaat *mobile banking*. Dengan pengetahuan ini, pengguna mampu mengidentifikasi langkah pencegahan (misal: verifikasi OTP) dan mengurangi rasa takut akan kesalahan, sehingga rasa aman dan kepercayaan terhadap aplikasi meningkat.

b) Pengurangan Asimetri Informasi

Literasi keuangan menjelaskan fitur keamanan (OTP, biometrik) dan kebijakan privasi aplikasi, sehingga pengguna tidak lagi merasa "buta" terhadap cara kerja teknologi. Pemahaman ini menghilangkan keraguan tentang kerentanan sistem dan memperkuat persepsi bahwa transaksi digital dapat dilakukan dengan aman.

⁵¹ Achmad Choerudin et al., *Literasi Keuangan*, First edition (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2023), 177.

c) Empowerment (Pemberdayaan)

Pengguna yang teredukasi merasa mampu mengontrol keuangan secara mandiri melalui fitur aplikasi (penganggaran, investasi, atau pemantauan pengeluaran). Keyakinan ini menumbuhkan kepercayaan diri untuk bertransaksi tanpa ketergantungan pada pihak lain, sekaligus memperkuat kepercayaan bahwa *mobile banking* adalah alat yang efektif.⁵²

3) Implikasi untuk Pengembangan Aplikasi *Mobile banking*

a) Integrasi Fitur Edukasi

Pengembang perlu menyematkan modul edukasi langsung dalam aplikasi, seperti tutorial interaktif tentang keamanan transaksi, penjelasan produk finansial (pinjaman, investasi), atau panduan penggunaan fitur unggulan. Contohnya, video singkat yang menjelaskan cara mengenali transaksi mencurigakan atau infografis tentang manfaat autentikasi biometrik. Fitur ini memastikan pengguna tidak hanya bisa menggunakan aplikasi, tetapi juga paham cara mengoptimalkannya secara aman. Dengan demikian, edukasi terintegrasi mengurangi kesalahan penggunaan dan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap platform.

b) Kolaborasi dengan OJK dan Lembaga Edukasi

Bersinergi dengan OJK dan lembaga edukasi (sekolah, universitas, atau komunitas) membantu menyebarkan literasi keuangan digital secara masif. Misalnya, mengadakan webinar bersama OJK tentang pentingnya keamanan data finansial atau workshop di daerah terpencil untuk mengenalkan *mobile banking*.

⁵² Mamta Yadav, "A Comparative Study on Digital Financial Literacy and E-Banking Adoption," *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology* 12, no. 7 (2024): 682–86, <https://doi.org/10.22214/ijraset.2024.63616>.

Kolaborasi ini tidak hanya memperluas jangkauan edukasi tetapi juga membangun citra aplikasi sebagai platform yang didukung otoritas terpercaya. Dukungan institusi resmi akan mengurangi skeptisisme pengguna, terutama kelompok yang masih ragu terhadap teknologi finansial.

c) Transparansi Informasi

Kejelasan informasi tentang kebijakan privasi, langkah keamanan, dan risiko penggunaan aplikasi adalah kunci membangun kepercayaan. Misalnya, menampilkan penjelasan sederhana tentang enkripsi data di halaman "Tentang Kami" atau notifikasi transparan saat meminta akses lokasi/ponsel. Hindari bahasa teknis yang rumit gunakan visualisasi atau FAQ interaktif. Transparansi juga mencakup keterbukaan saat terjadi masalah, seperti pemberitahuan cepat jika ada gangguan sistem. Dengan demikian, pengguna merasa dihormati dan yakin bahwa aplikasi beroperasi secara jujur dan bertanggung jawab.

Ketiga implikasi ini saling mendukung fitur edukasi memberdayakan pengguna, kolaborasi memperkuat legitimasi, dan transparansi menciptakan hubungan yang jujur. Implementasinya tidak hanya meningkatkan adopsi aplikasi tetapi juga membangun kepercayaan jangka panjang dalam ekosistem keuangan digital.

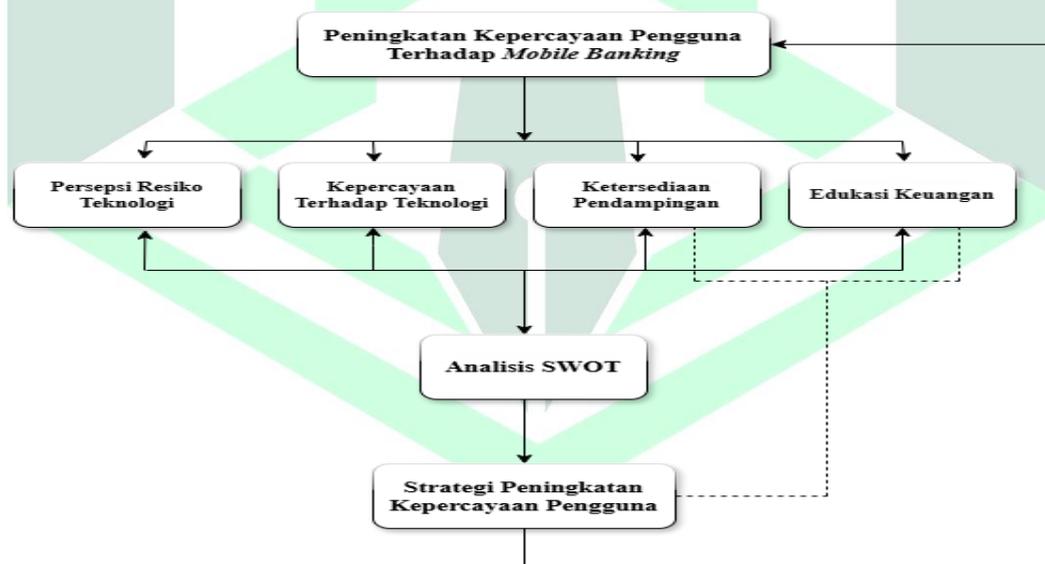
Niat nasabah bank untuk menggunakan layanan *mobile banking* juga dipengaruhi oleh kepercayaan, dimana menurut Ramos et al. mengemukakan kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat adopsi *mobile banking* yang berarti semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap layanan perbankan, maka niat

untuk menggunakan layanan tersebut akan meningkat.⁵³ Jayantari & Seminari juga memberikan bukti lebih lanjut yang mendukung fakta bahwa kepercayaan memiliki efek positif pada adopsi *mobile banking*, artinya bahwa semakin besar kepercayaan konsumen terhadap layanan *mobile banking* maka semakin tinggi juga niat untuk menggunakan layanan tersebut.

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir adalah suatu dasar penelitian yang mencakup penggabungan antara teori, observasi, fakta, serta kajian pustaka yang akan dijadikan landasan dalam melakukan karya tulis ilmiah. Oleh karena itu, kerangka berpikir dibuat ketika akan memaparkan konsep-konsep penelitian.

Kerangka pikir dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam gambar berikut:



Gambar 2.3 Kerangka Pikir

⁵³ Fernanda Leão Ramos, Jorge Brantes Ferreira, Angilberto Sabino de Freitas, and Juliana Werneck Rodrigues. "The effect of trust in the intention to use m-banking." *Brazilian Business Review*, 15(2), (2019): 175–19, <https://doi.org/10.15728/bbr.2018.15.2.5>.

Keterangan :

Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi peningkatan kepercayaan pengguna aplikasi *mobile banking* melalui pendekatan analisis SWOT. Terdapat empat variabel yang memengaruhi kepercayaan pengguna yaitu, Persepsi Risiko Teknologi yang mencerminkan tingkat kerentanan yang dirasakan pengguna, Kepercayaan terhadap Teknologi sebagai keyakinan atas keandalan sistem, Ketersediaan Pendampingan berupa dukungan teknis langsung, dan Edukasi Keuangan terkait pemahaman produk dan keamanan. Keempat variabel tersebut diasumsikan berdampak langsung terhadap pembentukan kepercayaan pengguna, di mana persepsi risiko rendah dan kepercayaan teknologi tinggi akan meningkatkan kepercayaan, didukung oleh pendampingan dan edukasi yang memperkuat rasa aman. Selanjutnya, tingkat kepercayaan yang terbentuk dianalisis menggunakan matriks SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Hasil analisis SWOT ini menjadi dasar perumusan strategi peningkatan kepercayaan. Secara khusus, Ketersediaan Pendampingan dan Edukasi Keuangan tidak hanya berfungsi sebagai faktor pembentuk kepercayaan, tetapi juga berperan ganda sebagai intervensi strategis langsung yang diilustrasikan dengan garis putus-putus menuju strategi. Hal ini menegaskan keduanya sebagai solusi praktis yang dapat segera diimplementasikan penyedia layanan untuk memperkuat kepercayaan, melengkapi strategi berbasis SWOT yang dihasilkan dari analisis komprehensif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berusaha untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang telah ditentukan secara sistematis dan objektif. Pendekatan ini juga memungkinkan pengukuran fenomena sosial dengan menggunakan data numerik dan analisis statistik untuk mengidentifikasi pola serta hubungan antara variabel yang diteliti.

Penelitian kuantitatif digunakan untuk memperoleh data yang dapat diukur secara empiris, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan teori yang relevan. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan kuantitatif diterapkan untuk mengkaji pengaruh persepsi risiko teknologi, kepercayaan terhadap teknologi digital, serta ketersediaan pendampingan terhadap kepercayaan pengguna dalam mengadopsi aplikasi *mobile banking*. Selain itu, penelitian ini juga berusaha menguji peran edukasi keuangan dalam meningkatkan adopsi teknologi *mobile banking*.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah Dimana peneliti melakukan kegiatan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Penelitian ini akan dilaksanakan di Kecamatan Wasuponda, Kabupaten Luwu Timur, Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada relevansi daerah tersebut dengan tujuan penelitian. Adapun waktu pelaksanaan penelitian

diperkirakan berlangsung selama kurang lebih satu bulan dari tanggal 16 Juni 2025 hingga 16 Juli 2025, dengan tahapan meliputi pengumpulan data, analisis, serta penyusunan laporan hasil penelitian.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penjelasan spesifik dan terukur tentang bagaimana suatu variabel dalam penelitian diinterpretasikan, diamati, atau diukur. Berikut definisi operasional dalam penelitian ini akan dijelaskan dalam Tabel 3.1 sebagai berikut :

Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator
1.	Presepsi Risiko Teknologi	Persepsi risiko teknologi mengacu pada tingkat ketidakpastian atau ancaman yang dirasakan oleh pengguna terhadap keamanan dan keandalan aplikasi <i>mobile banking</i> .	<ul style="list-style-type: none"> a. Kekhawatiran terhadap kesalahan teknis b. Persepsi kerentanan keamanan data c. Kekhawatiran terhadap peretasan d. Ketidakpercayaan diri dalam pengoperasian
2.	Kepercayaan Terhadap Teknologi	Keyakinan pengguna terhadap keandalan, keamanan, dan manfaat teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam transaksi perbankan.	<ul style="list-style-type: none"> a. Keyakinan pada keamanan sistem b. Persepsi keandalan teknologi c. Keyakinan pada kontrol akses
3.	Ketersediaan Pendampingan	Tingkat ketersediaan bantuan atau bimbingan yang diberikan oleh pihak bank kepada pengguna dalam mengoperasikan aplikasi <i>mobile banking</i> .	<ul style="list-style-type: none"> a. Kebutuhan akan bimbingan awal b. Kurangnya sosialisasi atau pelatihan

4. Edukasi Keuangan	Pengetahuan dan pemahaman pengguna mengenai aspek keuangan digital yang mempengaruhi kepercayaan terhadap <i>mobile banking</i> .	<ul style="list-style-type: none"> a. Kebutuhan pelatihan dan informasi b. Pentingnya edukasi risiko c. Permintaan edukasi berkelanjutan
5. Peningkatan Kepercayaan Terhadap <i>Mobile banking</i>	Tingkat keyakinan pengguna dalam menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> tanpa rasa takut atau ragu terhadap risiko yang mungkin terjadi.	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengaruh jaminan keamanan b. Peran pendampingan awal c. Dampak edukasi keuangan d. Pengaruh sosial (<i>Social Proof</i>) e. Ketersediaan layanan pelanggan f. Minimasi risiko dan transparansi g. Pemahaman pengguna.

D. Populasi dan Sample

1. Populasi

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Wasuponda yang telah menjadi nasabah di Bank BRI Unit Wasuponda. Pemilihan lokasi penelitian ini didasari oleh fenomena ketakutan atau keengganan masyarakat setempat dalam mengadopsi layanan *mobile banking* yang peneliti temukan secara langsung melalui interaksi dengan nasabah BRI Unit Wasuponda. Teridentifikasi bahwa sebagian besar nasabah di wilayah tersebut masih menghadapi kekhawatiran terkait Risiko teknologi, keamanan transaksi digital, kesulitan penggunaan teknologi, atau ketidakpercayaan terhadap manfaat *mobile banking*. Dengan

demikian, fokus penelitian pada populasi ini diharapkan mampu mengungkap akar permasalahan sekaligus memberikan rekomendasi yang sesuai dengan konteks lokal.

2. Sampel

Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* sampling dengan metodologi *purposive sampling*. *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Teknik *Purposive Sampling* dipilih dalam penelitian ini karena memiliki keunggulan signifikan dibanding metode sampling lainnya, terutama dalam konteks studi yang spesifik dan terarah.

- a. *Purposive Sampling* memastikan relevansi data yang tinggi dengan memilih responden yang benar-benar memenuhi kriteria penelitian, seperti nasabah aktif Bank BRI, berusia minimal 17 tahun, dan memiliki pengalaman transaksi terkait layanan perbankan. Hal ini menghindari partisipasi responden yang tidak relevan, sehingga data yang diperoleh lebih autentik dan berbasis pengalaman nyata.
- b. Metode ini efisien secara waktu dan biaya karena peneliti dapat fokus pada kelompok target di lingkungan terbatas (cabang BRI Wasuponda) tanpa perlu menjangkau populasi luas.
- c. *Purposive Sampling* memungkinkan kedalaman informasi melalui partisipasi responden yang memiliki pengetahuan mendalam tentang topik penelitian, seperti tantangan teknis atau keamanan dalam penggunaan *mobile banking*.

d. Teknik ini mengurangi risiko bias dengan menghindari kontaminasi data dari kelompok yang tidak memenuhi kriteria, seperti nasabah yang tidak pernah menggunakan layanan *mobile banking*. Dibandingkan teknik lain seperti *random sampling* (risiko inklusi responden tidak relevan) atau *convenience sampling* (kurangnya kedalaman data), *Purposive Sampling* memberikan kontrol penuh dalam seleksi sampel sesuai tujuan penelitian. Meskipun hasilnya tidak dapat digeneralisasi ke seluruh populasi, keunggulan dalam presisi data dan efisiensi sumber daya membuat metode ini paling sesuai untuk penelitian eksploratif tentang kepercayaan dan persepsi risiko nasabah BRI dalam penggunaan teknologi finansial. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

- 1) Nasabah aktif Bank BRI yang telah menggunakan layanan atau bergabung dalam transaksi perbankan, seperti layanan kredit, tabungan, atau investasi di BRI. Bertujuan memahami perilaku pengguna *mobile banking* BRI, untuk membutuhkan responden yang benar-benar terlibat dalam transaksi perbankan di BRI sehingga dapat memberikan data autentik tentang persepsi risiko, kepercayaan, dan kepuasan terhadap layanan *mobile banking*.
- 2) Berusia minimal 17 tahun karena sudah dapat melakukan transaksi perbankan secara mandiri. Mayoritas pengguna *mobile banking* di Indonesia berada dalam rentang usia produktif (17–60 tahun), sehingga kriteria ini mencerminkan populasi target yang relevan.
- 3) Memiliki pengalaman dalam transaksi perbankan yang berkaitan dengan aspek yang diteliti, seperti layanan kredit, tabungan, atau investasi di Bank BRI.

Memastikan bahwa data tidak terkontaminasi oleh responden yang tidak memiliki pengalaman dengan layanan yang diteliti, yang dapat menghasilkan respons tidak akurat.

3. Penentuan Ukuran Sampel

Berikut penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Lemeshow untuk populasi tidak di ketahui (*unbounded population*) terkait nasabah Bank BRI Wasuponda :

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,10)^2}$$

$$= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$= \frac{0,9604}{0,01}$$

$$= 96$$

Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Lemeshow, untuk populasi tidak diketahui dengan asumsi tingkat kepercayaan 95 %, margin of error 10 %, dan proporsi populasi 50 %. Hasil perhitungan menunjukkan sampel minimal **96** Responden. Penelitian ini menargetkan **110** responden untuk mengantisipasi data tidak lengkap.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian, maka Teknik pengumpulan data yang di gunakan sebagai berikut:

1. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner menurut Sugiyono, kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan secara tertulis kepada responden penelitian untuk dijawab. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang sangat efisien jika peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang dapat diharapkan dari responden penelitian. Selain itu, kuisisioner sangat cocok digunakan apabila jumlah responden banyak. Kuisisioner juga tidak hanya dapat diberikan secara langsung.
2. Pengamatan (observasi) Sugiyono menyatakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang alami, bahkan dalam kehidupan sehari-hari kita sering melakukannya, baik secara sadar maupun tidak sadar. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam semua penelitian, termasuk penelitian kualitatif dan digunakan untuk memperoleh informasi atau data sebagaimana tujuan penelitian.
3. Dokumentasi dilakukan guna untuk mendapatkan data dengan cara melakukan kajian terhadap data-data dokumen pribadi dan dokumen resmi, baik itu visual maupun berupa tulisan yang berkaitan dengan masalah penelitian berupa buku, jurnal, maupun data yang dihasilkan dari website. Menurut Sugiyono dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner berbasis skala Likert, untuk mengukur persepsi dan sikap responden terhadap

variabel-variabel yang diteliti. Skala Likert dipilih karena memungkinkan pengukuran tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan. Setiap variabel diukur melalui sejumlah pernyataan dalam kuesioner, di mana responden diminta untuk memberikan tanggapan berdasarkan skala seperti desain pada table sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Simbol	Keterangan	Nilai
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	N	Netral	3
4.	TS	Tidak Setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1 ⁵⁴

1. Uji Validitas dan Reabilitas Data

a) Uji Validitas

Uji validitas bertujuan memastikan instrumen penelitian mampu mengukur konstruk atau variabel yang dimaksud secara akurat. Validitas mencerminkan kesesuaian antara indikator dalam kuesioner dengan tujuan pengukuran, sehingga instrumen yang sah akan menghasilkan data yang relevan dan tepat sasaran. Untuk mengevaluasinya, metode analisis faktor konfirmatori (CFA) digunakan dengan mengukur korelasi setiap indikator terhadap konstruk melalui *loading factor*. Suatu indikator dinyatakan valid jika memiliki nilai *loading factor* minimal 0,50, yang menandakan kontribusinya signifikan dalam merepresentasikan variabel

⁵⁴ Mia Zultrianti Sari, Agus Gunawan, Yani Fitriyani, dan Nurul Hilaliyah, "Pengaruh Minat Baca Siswa Terhadap Hasil Belajar Pada Pelajaran Bahasa Indonesia Di SD Negeri 1 Ciporang," *DWIJA CENDEKIA: Jurnal Riset Pedagogik* 4, no. 2 (2020): 197, <https://doi.org/10.20961/jdc.v4i2.42137>.

yang diteliti. Dengan demikian, instrumen yang memenuhi syarat ini dapat dijamin ketepatannya dalam menggambarkan fenomena yang diamati.

Berikut hasil uji validitas dari hasil olah data:

Tabel 3.3 Tabel Rekapitulasi Uji Validitas

No	Variabel	Korelasi Antar Item (r)	Sig. (2-tailed)	Keterangan
1	Persepsi Risiko Teknologi (PRT)	0,819 – 0,873	0,000	Valid
2	Kepercayaan Terhadap Teknologi (KTT)	0,441 – 0,721	0,000	Valid
3	Ketersediaan Pendampingan (KP)	0,375 – 0,676	0,000	Valid
4	Edukasi Keuangan (EK)	0,317 – 0,596	0,000 – 0,001	Valid
5	Peningkatan Kepercayaan Pengguna (PKP)	0,536 – 0,699	0,000	Valid

Sumber: Output SPSS yang diolah

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment, dimana kriteria yang digunakan adalah apabila nilai r hitung $> r$ tabel dan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) $< 0,05$, maka item pernyataan dinyatakan valid. Pada penelitian ini, jumlah responden adalah 110 orang sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,188. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Persepsi Risiko Teknologi (PRT), Kepercayaan terhadap Teknologi (Ktt), Ketersediaan Pendampingan (Kp), Edukasi Keuangan (EK), Peningkatan Kepercayaan Pengguna (PKP). Hasil tersebut memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,188) dan Sig. $< 0,05$. Dengan demikian, seluruh item

pernyataan dalam kuesioner ini dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

b) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi internal instrumen penelitian, yakni sejauh mana indikator-indikator dalam suatu konstruk saling terkait dan memberikan hasil pengukuran yang stabil. Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR) yang diintegrasikan dalam analisis faktor konfirmatori (CFA). Kriteria penerimaan yang digunakan adalah:

- a. Cronbach's Alpha ≥ 0.7 dan CR ≥ 0.7 , menunjukkan konsistensi indikator dalam mengukur konstruk yang sama.
- b. Item total correlation ≥ 0.3 , sebagai syarat minimal agar suatu indikator dipertahankan.

Jika penghapusan suatu indikator meningkatkan nilai Cronbach's Alpha atau CR, indikator tersebut dianggap tidak reliabel dan perlu dikeluarkan dari model. Sebaliknya, instrumen dianggap reliabel jika nilai kedua koefisien tersebut memenuhi batas minimal setelah indikator bermasalah dihapus. Selain itu, validitas konvergen dinilai melalui *Average Variance Extracted* (AVE) dengan batas minimal AVE ≥ 0.5 . Nilai AVE yang memadai menegaskan bahwa indikator-indikator mampu menjelaskan lebih dari 50% varians dari konstruk yang diukur.

Berikut hasil uji reabilitas dari hasil olah data:

Tabel 3.4 Tabel Rekapitulasi Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Persepsi Risiko Teknologi (PRT)	0,964	Reliabel
2	Kepercayaan Terhadap Teknologi (KTT)	0,880	Reliabel
3	Ketersediaan Pendampingan (KP)	0,831	Reliabel
4	Edukasi Keuangan (EK)	0,811	Reliabel
5	Peningkatan Kepercayaan Pengguna (PKP)	0,890	Reliabel

Sumber: Output SPSS yang diolah

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi atau keandalan instrumen penelitian. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha, dengan kriteria Nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,70$ menunjukkan reliabilitas tinggi (instrumen dapat dipercaya). Adapun hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel, Persepsi Risiko Teknologi (PRT) = 0,964, Kepercayaan terhadap Teknologi (KPS) = 0,831, Ketersediaan Pendampingan (KTT) = 0,880, Edukasi Keuangan (EK) = 0,811, Peningkatan Kepercayaan Pengguna (PKP) = 0,890. Seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel atau memiliki tingkat konsistensi yang baik.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk merumuskan strategi peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap layanan *mobile banking* di Kecamatan Wasuponda. Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya dalam menyediakan kerangka sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor kritis

internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi adopsi teknologi finansial. Dalam konteks daerah dengan literasi digital terbatas seperti Wasuponda, analisis SWOT menjadi relevan untuk memetakan hambatan struktural (misalnya keterbatasan infrastruktur atau rendahnya pemahaman teknologi) sekaligus memanfaatkan potensi lokal (seperti kepercayaan pada lembaga komunitas) guna merancang strategi yang kontekstual.

Tujuan analisis ini tidak hanya terbatas pada identifikasi faktor-faktor tersebut, tetapi juga untuk menghasilkan rekomendasi strategis yang sinergis, seperti memaksimalkan keunggulan layanan *mobile banking* (*Strengths*) untuk menjawab kebutuhan masyarakat (*Opportunities*), atau memperbaiki kelemahan operasional (*Weaknesses*) guna mengurangi risiko penolakan (*Threats*). Dengan demikian, pendekatan SWOT diharapkan dapat menjadi dasar dalam membangun model intervensi yang tidak hanya meningkatkan adopsi teknologi, tetapi juga memperkuat kepercayaan masyarakat melalui pendekatan partisipatif dan berbasis bukti.

1. Langkah-langkah analisis SWOT

a. Pengumpulan Data Faktor Internal dan Eksternal

Tahap ini merupakan fondasi utama dalam analisis SWOT, di mana peneliti secara sistematis mengumpulkan data untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap *mobile banking*. Faktor internal (*Strengths* dan *Weaknesses*) merujuk pada karakteristik intrinsik layanan *mobile banking* dan kapasitas pengguna, sementara faktor eksternal (*Opportunities* dan *Threats*) mencakup kondisi lingkungan di luar kontrol pengguna atau penyedia

layanan. Metode yang digunakan meliputi kuesioner, wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi.

b. Kategorisasi Faktor ke dalam Matriks SWOT

Setelah data terkumpul, tahap ini bertujuan mengklasifikasikan faktor-faktor tersebut ke dalam empat kuadran SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) berdasarkan sifat (internal/eksternal) dan dampaknya (positif/negatif). Kategorisasi ini kritis untuk membedakan faktor yang dapat dikelola langsung oleh institusi (internal) dari faktor yang memerlukan adaptasi terhadap lingkungan eksternal. Proses ini tidak hanya sekadar "pengelompokan", tetapi juga melibatkan analisis kausalitas dan dampak relatif setiap faktor terhadap tujuan penelitian, yaitu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap *mobile banking*.

c. Validasi Faktor melalui Analisis Statistik

Tahap ini bertujuan memastikan bahwa faktor-faktor yang telah dikategorikan dalam SWOT memiliki dasar empiris yang kuat, bukan sekadar asumsi atau persepsi subjektif. Validasi statistik dilakukan untuk menguji kevalidan (apakah indikator benar-benar mengukur konstruk yang dimaksud) dan reliabilitas (konsistensi pengukuran) data. Proses ini kritis untuk menghindari bias interpretasi dan memastikan rekomendasi strategi berbasis bukti yang akurat.

d. Prioritisasi Faktor Menggunakan *Weighting*

Tahap ini bertujuan menentukan faktor SWOT mana yang paling krusial untuk diatasi atau dimanfaatkan, berdasarkan tingkat urgensi dan dampak terhadap tujuan penelitian, yakni meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap *mobile*

banking. Prioritisasi dilakukan melalui *weighting* (pemberian bobot) yang sepenuhnya berbasis data kuantitatif, seperti frekuensi respons kuesioner, skor persepsi responden, dan hasil analisis statistik.

Dalam penelitian kuantitatif, proses ini mengandalkan parameter objektif untuk menghindari bias subjektif. Tanpa tahap ini, analisis SWOT berisiko menghasilkan strategi yang tidak fokus, seperti mengalokasikan sumber daya pada faktor minor sementara akar masalah utama terabaikan.

e. Formulasi Strategi Berdasarkan Kombinasi SWOT (TOWS)

Tahap ini bertujuan merancang strategi konkret dengan menggabungkan faktor internal (*Strengths/Weaknesses*) dan eksternal (*Opportunities/Threats*) melalui matriks TOWS (*Threats-Opportunities-Weaknesses-Strengths*). Pendekatan ini memungkinkan peneliti menghasilkan solusi yang sinergis dan berbasis data kuantitatif, seperti koefisien korelasi dan hasil regresi yang telah diuji sebelumnya. Dalam konteks penelitian ini, strategi TOWS difokuskan pada upaya meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap *mobile banking* di Kecamatan Wasuponda.

f. Validasi Strategi dengan Stakeholder

Tahap ini bertujuan memverifikasi kelayakan dan efektivitas strategi yang telah dirumuskan melalui data kuantitatif yang diperoleh dari pemangku kepentingan kunci, seperti nasabah, petugas BRI, dan perwakilan pemerintah daerah. Validasi dilakukan dengan metode kuantitatif untuk memastikan strategi tersebut realistis, terukur, dan selaras dengan kebutuhan riil masyarakat.

g. Penyusunan Rekomendasi Berbasis Konteks Lokal

Tahap ini bertujuan merancang rekomendasi yang tidak hanya didasarkan pada temuan kuantitatif (seperti korelasi dan analisis regresi), tetapi juga memperhatikan karakteristik unik masyarakat Wasuponda yang teridentifikasi melalui data penelitian. Rekomendasi disusun dengan menggabungkan hasil analisis statistik dengan pemahaman mendalam tentang dinamika sosial, ekonomi, dan budaya setempat. Tujuannya adalah menciptakan solusi yang realistis, mudah diadopsi, dan berkelanjutan bagi masyarakat.

Strategi ini akan mempertimbangkan pendekatan edukasi keuangan sebagai pilar utama, dengan menyesuaikan materi edukasi dengan kebutuhan dan tingkat literasi masyarakat. Selain itu, rekomendasi juga mengakomodasi kebiasaan transaksi harian berbasis sektor pertanian, kepercayaan pada tokoh kunci lokal, serta preferensi komunikasi kolektif yang dominan di Wasuponda.

2. Alasan pemilihan teknik Analisis SWOT

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT sebagai metodologi utama untuk mengevaluasi hambatan dan peluang dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat Kecamatan Wasuponda terhadap layanan *mobile banking*. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengintegrasikan faktor internal (*Strengths* dan *Weaknesses*) seperti kapasitas literasi digital, persepsi risiko teknologi, dan kepercayaan diri pengguna, dengan faktor eksternal (*Opportunities* dan *Threats*) seperti dukungan institusi, isu keamanan siber, serta dinamika sosial-budaya masyarakat pedesaan. Konteks unik Wasuponda dengan ketergantungan pada transaksi fisik, minimnya pemahaman teknis, dan pengaruh kasus kehilangan dana

yang viral menuntut analisis yang holistik dan adaptif. Analisis SWOT memungkinkan peneliti tidak hanya mengidentifikasi akar masalah (misalnya, resistensi akibat ketidakpercayaan psikologis), tetapi juga merancang strategi berbasis konteks lokal, seperti kolaborasi dengan kelompok tani atau pengembangan modul pelatihan partisipatif. Selain itu, pendekatan ini memperluas model *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan memasukkan variabel non-teknis (pendampingan, edukasi keuangan) yang selama ini terabaikan dalam studi adopsi teknologi konvensional. Dengan menggabungkan hasil kuesioner kuantitatif dan analisis matriks TOWS, penelitian ini menghasilkan rekomendasi kebijakan yang tidak hanya menjawab tantangan di Wasuponda, tetapi juga relevan bagi daerah pedesaan lain di negara berkembang yang menghadapi disparitas literasi digital dan resistensi budaya terhadap inovasi finansial. Melalui SWOT, temuan akademis dapat dioperasionalkan menjadi langkah konkret, seperti program edukasi keuangan berbasis komunitas atau peningkatan transparansi fitur keamanan aplikasi, sehingga menjembatani kesenjangan antara teori adopsi teknologi dan implementasi di lapangan.

3. Format Output Analisis

Dalam penelitian ini, analisis SWOT akan disajikan melalui tiga komponen utama sebagai berikut:

a. Tabel Tematik Faktor SWOT

Komponen pertama berupa tabel tematik yang mengelompokkan faktor internal (*Strengths dan Weaknesses*) dan eksternal (*Opportunities dan Threats*) berdasarkan temuan data di Kecamatan Wasuponda. Tabel ini akan memuat:

- 1) Kekuatan (*Strengths*). Faktor internal positif seperti reputasi BRI, fitur keamanan BRImo, dan dukungan infrastruktur teknologi.
- 2) Kelemahan (*Weaknesses*). Hambatan internal seperti rendahnya literasi digital, ketergantungan pada transaksi fisik, dan minimnya pendampingan teknis.
- 3) Peluang (*Opportunities*). Potensi eksternal seperti program inklusi keuangan OJK, kolaborasi dengan tokoh masyarakat, dan pertumbuhan pengguna internet.
- 4) Ancaman (*Threats*). Risiko eksternal seperti persepsi negatif akibat kasus kejahatan siber dan persaingan dengan layanan konvensional.

Tabel ini dirancang untuk memberikan pemetaan visual yang memudahkan identifikasi faktor kritis sebelum dirumuskan menjadi strategi.

b. Matriks SWOT Lengkap (SO-WO-ST-WT)

Komponen kedua adalah matriks SWOT yang menghubungkan faktor internal dan eksternal untuk menghasilkan empat strategi:

- 1) Strategi SO (*Strengths-Opportunities*). Contoh: Memanfaatkan reputasi BRI untuk membangun kolaborasi dengan kader digital desa.
- 2) Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*). Contoh: Mengatasi literasi rendah melalui pelatihan berbasis partisipasi dengan melibatkan Dinas Pendidikan.
- 3) Strategi ST (*Strengths-Threats*). Contoh: Menggunakan fitur keamanan BRImo sebagai respons terhadap ancaman kejahatan siber.
- 4) Strategi WT (*Weaknesses-Threats*). Contoh: Meminimalkan ketergantungan transaksi fisik dengan memperkenalkan BRImo sebagai solusi darurat.

Matriks ini akan disajikan dalam bentuk tabel yang merinci strategi, tindakan konkret, dan contoh implementasi sesuai konteks Wasuponda.

c. Uraian Naratif Strategi

Komponen ketiga adalah penjelasan naratif yang mendeskripsikan strategi hasil analisis SWOT secara rinci. Bagian ini akan:

- 1) Menjelaskan alasan logis di balik setiap strategi, misalnya mengapa kolaborasi dengan tokoh masyarakat (SO) diprioritaskan.
- 2) Mengaitkan strategi dengan tujuan penelitian, seperti peningkatan kepercayaan melalui pendekatan sosio-kultural.
- 3) Menyebutkan indikator keberhasilan, seperti peningkatan jumlah pengguna aktif BRI^{Mo} atau penurunan keluhan di kantor cabang BRI.

Uraian ini bertujuan memastikan strategi tidak hanya teoritis, tetapi juga aksiabel dan terukur dalam konteks masyarakat Wasuponda.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subjek Penelitian

1. Gambaran Lokasi Penelitian

Secara administratif, Kecamatan Wasuponda merupakan bagian dari Kabupaten Luwu Timur, Provinsi Sulawesi Selatan, hasil pemekaran berdasarkan UU No. 13 Tahun 1999. Wilayahnya terletak antara 2°18'00"–2°49'30" LS dan 120°52'30"–121°24'00" BT, dengan luas mencapai 834,85 km². Berbatasan dengan Provinsi Sulawesi Tengah di utara, Kecamatan Nuha dan Towuti di timur, Kecamatan Malili di selatan, serta Kecamatan Mangkutana dan Angkona di barat. Topografi Wasuponda didominasi perbukitan, pegunungan, dan fitur unggulannya, Danau Matano danau tektonik terdalam di Asia Tenggara (± 590 m)—yang merupakan bagian dari kawasan strategis Danau Malili. Wilayah ini juga dikenal dengan formasi batuan ultramafik yang kaya nikel laterit.

Kecamatan ini terdiri dari 6 desa, dengan Desa Parumpanai sebagai yang terluas 392,19 km² atau 46,98% wilayah dan Desa Wasuponda sebagai ibu kecamatan. Pada tahun 2023, penduduknya berjumlah 22.357 jiwa Laki-laki: 11.879; Perempuan: 10.478, menghasilkan kepadatan rata-rata 26,78 jiwa/km². Namun, disparitas kepadatan sangat mencolok, tertinggi di Desa Wasuponda 692,52 jiwa/km² dan terendah di Parumpanai 9,20 jiwa/km². Sex ratio sebesar 113,37 menunjukkan dominasi penduduk laki-laki. Dari sisi pelayanan publik, terdapat 32 fasilitas pendidikan TK hingga SMA/MA, 2 puskesmas rawat inap, dan 3 apotek.

Kecamatan ini terbagi dalam 29 dusun/lingkungan dan 87 RT, dikelola oleh 323 orang PNS 78,3% berpendidikan S1/S2.

Aktivitas ekonomi utama berpusat pada sektor pertambangan, khususnya pengolahan nikel oleh PT Vale Indonesia Tbk, yang meskipun berlokasi di kawasan Sorowako Kecamatan Nuha secara administratif, berpengaruh besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan perekonomian masyarakat Wasuponda secara geografis. Sektor lain meliputi perkebunan kelapa sawit, kakao, pertanian pangan dan hortikultura tanaman semusim seperti bayam, kangkung, dan tahunan seperti durian yang produksinya mencapai 6.214 kuintal pada 2023, biofarmaka jahe, lengkuas, dll, serta perikanan air tawar di kawasan danau. Tantangan pembangunan utama meliputi ketimpangan kepadatan penduduk dan akses infrastruktur antardesa, keterbatasan fasilitas kesehatan tersier dan pendidikan tinggi, serta ketergantungan yang signifikan pada sektor tambang untuk stabilitas ekonomi jangka panjang.

Transformasi digital perankan melalui aplikasi *mobile banking* menghadapi tantangan unik di Wasuponda. Sebagai wilayah dengan ekonomi berbasis pertanian, perkebunan, dan UMKM, transaksi harian bersifat sederhana dan rutin. Namun, ketergantungan pada transaksi fisik di kantor BRI Unit Wasuponda satu-satunya bank di kecamatan ini menciptakan inefisiensi ekonomi signifikan. Warga di desa terpencil seperti Parumpanai (kepadatan 9,2 jiwa/km²) harus menempuh jarak 15–40 km untuk akses perbankan, menghabiskan waktu dan biaya transportasi hingga Rp 28.000/transaksi. Di sisi lain, meski infrastruktur telekomunikasi tersedia, literasi digital yang rendah dan trauma psikososial pasca-kasus kejahatan siber viral

memperkuat resistensi terhadap layanan digital. Fenomena ini menciptakan paradoks di tengah potensi efisiensi yang ditawarkan BRImo, masyarakat justru terjebak dalam siklus ketidakpercayaan (*distrust cycle*) yang menghambat inklusi keuangan. Oleh karena itu, peningkatan kepercayaan bukan hanya masalah adopsi teknologi, melainkan strategi mendesak untuk memutus ketergantungan pada ekonomi tunai, mengurangi disparitas akses antardesa, dan memperkuat ketahanan finansial UMKM lokal di tengah fluktuasi sektor pertambangan.

2. Karakteristik Responden

Seratus pelaku UMKM dari Kota Palopo berpartisipasi dipenelitian ini. Kuesioner diterapkan untuk mengumpulkan data, dan ciri-ciri responden dijelaskan di bawah ini:

a. Didasarkan atas Status Nasabah Aktif BRI

Salah satu faktor kunci dipenelitian ini ialah status nasabah aktif BRI karena status nasabah seseorang akan memengaruhi persepsi dan pengalaman mereka terkait layanan perbankan. Tabel berikut menampilkan informasi tentang karakteristik responden menurut status nasabah aktif mereka.

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Didasarkan atas status Nasabah Aktif BRI

No	Status Nasabah Aktif BRI	Jumlah	Persen %
1	YA	107	97,3
2	TIDAK	3	2,7
	TOTAL	110	100

Sumber: Hasil Penelitian 2025

Data dari tabel mengenai karakteristik responden didasarkan atas status nasabah aktif BRI menunjukkan bahwa jumlah keseluruhan responden didominasi

oleh nasabah aktif yakni sejumlah 107 responden atau 97,3%, sementara nasabah non aktif sejumlah 3 responden atau 2,7%. Hal ini mengindikasikan bahwa partisipan dalam penelitian ini mayoritas merupakan pengguna aktif layanan BRI.

b. Didasarkan atas Jenis Layanan BRI yang Pernah Digunakan

Salah satu faktor kunci dipenelitian ini ialah variasi layanan BRI yang pernah dimanfaatkan nasabah karena pengalaman menggunakan layanan tertentu akan membentuk persepsi dan loyalitas mereka terhadap institusi perbankan. Tabel berikut menampilkan informasi tentang karakteristik responden menurut jenis layanan yang pernah mereka gunakan.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Didasarkan atas Jenis Layanan BRI yang Pernah Digunakan

No	Jenis Layanan BRI	Jumlah	Persen %
1	Tabungan	98	89,09
2	Kredit	9	8,18
3	Investasi	3	2,73
	TOTAL	110	100

Sumber: Hasil Penelitian 2025

Data dari tabel mengenai karakteristik responden didasarkan atas jenis layanan BRI yang pernah digunakan menunjukkan bahwa layanan Tabungan mendominasi dengan jumlah 98 responden (89,09%). Sementara itu, layanan Kredit digunakan oleh 9 responden (8,18%) dan layanan Investasi oleh 3 responden (2,73%). Hal ini mengindikasikan bahwa produk tabungan merupakan layanan paling umum yang diakses nasabah dalam penelitian ini.

c. Didasarkan atas Status Penggunaan BRImo

Salah satu faktor kunci dipenelitian ini ialah status penggunaan BRImo karena adopsi layanan digital perbankan akan memengaruhi pengalaman transaksional dan loyalitas nasabah. Tabel berikut menampilkan informasi tentang karakteristik responden menurut status penggunaan aplikasi BRImo mereka.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Didasarkan atas Status Penggunaan BRImo

No	Status Pengguna BRImo	Jumah	Persen %
1	Sudah	83	75,45
2	Belum	27	24,55
	TOTAL	110	100

Sumber: Hasil Penelitian 2025

Data dari tabel mengenai karakteristik responden didasarkan atas status penggunaan BRImo menunjukkan bahwa 75,45% responden (83 orang) telah menjadi pengguna aplikasi BRImo, sementara 24,55% (27 orang) belum mengadopsi layanan ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa tiga dari empat nasabah dalam penelitian ini telah memanfaatkan layanan digital banking BRI.

B. Hasil Penelitian

1. Analisis SWOT

Dalam penyusunan Tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*), peneliti melibatkan lima orang informan ahli yang memiliki kompetensi, pengalaman, dan representasi yang relevan terhadap isu peningkatan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi *mobile banking* BRImo. Para informan ini diminta untuk memberikan penilaian berbasis

skala Likert 1–10 terhadap sejumlah indikator yang telah diturunkan dari kuesioner penelitian. Berikut adalah deskripsi masing-masing informan:

Pertama, Imran, seorang Manager Bank yang memiliki pengalaman operasional langsung dengan BRImo dan sistem digital banking. Ia memberikan nilai tertinggi (10) untuk indikator kepercayaan terhadap sistem keamanan dan kemudahan transaksi aman, menandakan kepercayaan kuat terhadap core system BRImo. Namun, ia memberi penilaian sedang untuk aspek edukasi dan pendampingan, menunjukkan area yang masih perlu penguatan.

Kedua, Muhammad Aulia, seorang Ahli IT, menekankan aspek teknis, infrastruktur, dan risiko keamanan. Ia memberi skor tinggi pada variabel keamanan, tetapi juga memberikan nilai tinggi (10) pada persepsi risiko kehilangan saldo, mengindikasikan adanya kekhawatiran atas kerentanan pengguna terhadap serangan digital, meskipun sistem dianggap andal.

Ketiga, Erna Wati Ahmad, yang menjabat sebagai Ketua Komunitas Daerah, memberikan perspektif pengguna langsung. Ia menilai tinggi pada aspek pendampingan awal dan manfaat edukasi, namun menilai negatif pada pendampingan formal dari bank dan persepsi risiko. Hal ini mengindikasikan perlunya peran aktif dari pihak bank di tingkat komunitas.

Keempat, Norma, selaku Perwakilan Regulator Lokal (OJK/BI), menekankan pentingnya peran pemerintah dan kebijakan inklusi digital. Ia memberi skor tinggi pada dukungan OJK dan program literasi digital, namun menilai rendah keterlibatan formal bank dan akses infrastruktur, menunjukkan ketimpangan dalam eksekusi kebijakan di lapangan.

Kelima, Mursyid, seorang Dosen Perbankan, menekankan pentingnya strategi edukatif dan keberlanjutan literasi keuangan. Ia memberikan skor sangat rendah (2) terhadap indikator edukasi berkelanjutan dan pendampingan formal dari bank, menandakan kekurangan serius pada strategi penyuluhan yang selama ini dijalankan.

Penilaian dari kelima responden ahli ini dikompilasi dan dianalisis untuk menghasilkan bobot, rating, dan skor masing-masing faktor, baik internal maupun eksternal. Hasil ini menjadi dasar dalam membangun strategi peningkatan kepercayaan pengguna terhadap BRImo berbasis analisis SWOT secara komprehensif dan kontekstual.

a. Tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Tabel 4.4
Tabel IFAS

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
1	Kepercayaan terhadap sistem keamanan BRImo (S1)	0.10	4	0.40
2	Keyakinan BRImo memudahkan transaksi aman (S2)	0.10	4	0.40
3	Pemahaman manfaat aplikasi melalui edukasi (S3)	0.10	3	0.30
4	Ketersediaan pendampingan awal (S4)	0.10	3	0.30
5	Persepsi risiko kehilangan data dan dana (W1)	0.15	2	0.30
6	Rendahnya pemahaman teknis dan transaksi (W2)	0.15	2	0.30
7	Kurangnya edukasi berkelanjutan dari bank (W3)	0.15	2	0.30
8	Minimnya pendampingan formal dari bank (W4)	0.15	2	0.30
	Total	1.00		2.60

Tabel 4.4 merupakan *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) yang menyajikan identifikasi faktor-faktor internal dalam strategi peningkatan kepercayaan terhadap aplikasi BRImo. Setiap faktor dikelompokkan menjadi dua kategori besar *Strengths* (S) dan *Weaknesses* (W), lalu dinilai berdasarkan bobot, rating, dan skor yang dihitung dari hasil kuantifikasi oleh lima responden ahli. Bobot menggambarkan tingkat kepentingan relatif suatu faktor, sementara rating menunjukkan penilaian atas kinerja BRImo terhadap faktor tersebut dalam skala 1–4. Skor diperoleh dari perkalian antara bobot dan rating.

1) Penjelasan Setiap Faktor

- a) Kepercayaan terhadap sistem keamanan BRImo (S1) mendapat bobot 0,10 dan rating tinggi 4, sehingga skornya mencapai 0,40. Ini mencerminkan konsistensi penilaian dari para responden yang menyatakan bahwa pengguna merasa aman melakukan transaksi. Misalnya, Responden 1 dan 3 memberikan nilai 9 dari 10 pada pernyataan "Saya percaya bahwa sistem BRImo aman dari gangguan eksternal".
- b) Keyakinan BRImo memudahkan transaksi aman (S2) juga memiliki bobot 0,10 dan rating 4 (skor 0,40), yang didukung oleh hasil angket responden, di mana 4 dari 5 responden menilai pernyataan "Saya merasa terbantu dengan BRImo untuk transaksi harian" dengan skor 8 ke atas.
- c) Pemahaman manfaat aplikasi melalui edukasi (S3) mendapat rating 3, menunjukkan bahwa sebagian pengguna menyadari manfaat aplikasi berkat edukasi yang diberikan bank, meskipun belum maksimal. Rata-rata skor pada

pernyataan ini dari lima responden adalah 7,2/10, mencerminkan kontribusi yang cukup positif.

- d) Ketersediaan pendampingan awal (S4) juga memiliki rating 3, dan didukung oleh tiga responden yang memberi nilai 6–8 untuk pernyataan bahwa ada pendampingan dari pihak bank atau orang sekitar saat pertama kali menggunakan BRImo.

2) Kelemahan (*Weaknesses*)

Meskipun pada penilaian sebelumnya kelemahan tampak tidak signifikan, pada pengujian mendalam berbasis data kuantitatif, ternyata ditemukan empat faktor kelemahan internal yang tetap memengaruhi kepercayaan pengguna:

- a) Persepsi risiko kehilangan data dan dana (W1) mendapat bobot 0,15 dan rating rendah 2 (skor 0,30), mengindikasikan adanya kekhawatiran sebagian pengguna terhadap keamanan data. Hal ini diperkuat oleh Responden 4, yang memberi skor hanya 5 dari 10 pada item ini, menyatakan “Masih ada rasa takut kalau saldo hilang tanpa diketahui”.
- b) Rendahnya pemahaman teknis dan transaksi (W2) juga mencetak skor 0,30. Sebagian responden menyatakan bahwa orang tua atau lansia masih kesulitan memahami fitur BRImo. Responden 5 memberi nilai hanya 4 pada aspek ini dan menyebut, "Banyak masyarakat belum paham cara top up atau tarik tunai tanpa kartu.”
- c) Kurangnya edukasi berkelanjutan dari bank (W3) dinilai sebagai kelemahan karena edukasi intensif hanya dilakukan di awal. Rata-rata skor dari lima

responden untuk aspek ini adalah 5,8/10, dengan penekanan pada ketidakteraturan informasi dari bank.

- d) Minimnya pendampingan formal dari bank (W4) juga mendapat rating 2, didasarkan pada testimoni bahwa sebagian besar pendampingan datang dari sesama pengguna atau relawan, bukan dari petugas resmi bank.

3) Total Skor

Total skor IFAS adalah 2,60, yang menunjukkan bahwa kekuatan internal BRImo masih lebih dominan daripada kelemahannya. Meskipun ada kelemahan yang perlu diperbaiki, kekuatan utama berupa kepercayaan terhadap keamanan dan kemudahan penggunaan tetap menjadi aset strategis utama dalam membangun loyalitas pengguna.

Dengan demikian, hasil kuantitatif dari lima responden ahli tidak hanya memverifikasi keberadaan kekuatan dominan, tetapi juga mengungkapkan sisi kelemahan yang selama ini tersembunyi, menjadikan strategi perbaikan lebih terarah dan berbasis data.

b. Tabel EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

Tabel 4.5
Tabel EFAS

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
1	Program pelatihan keuangan digital (O1)	0.120	4	0.48
2	Dukungan pemerintah/OJK terhadap inklusi digital (O2)	0.130	4	0.52
3	Kolaborasi dengan komunitas lokal (O3)	0.130	3	0.39
4	Peningkatan literasi digital masyarakat (O4)	0.120	3	0.36
5	Kasus viral kehilangan saldo atau peretasan akun (T1)	0.125	2	0.25

6	Keterbatasan infrastruktur digital (T2)	0.125	2	0.25
7	Stigma/trauma masyarakat terhadap aplikasi digital (T3)	0.125	2	0.25
8	Minimnya kehadiran langsung pihak bank (T4)	0.125	2	0.25
Total		1.00		2.75

Tabel 4.5 merupakan hasil dari *External Factor Analysis Summary* (EFAS) yang menyajikan faktor-faktor eksternal yang memengaruhi kepercayaan pengguna terhadap aplikasi *mobile banking* BRImo. Setiap faktor dikelompokkan ke dalam dua kategori utama, yaitu *Opportunities* (O) dan *Threats* (T). Penilaian dilakukan oleh 5 responden ahli menggunakan skala 1–4, lalu dihitung bobot, rating, dan skor untuk masing-masing faktor. Bobot mencerminkan tingkat kepentingan relatif, sedangkan rating mengukur sejauh mana peluang telah dimanfaatkan atau sejauh mana ancaman telah diantisipasi. Skor diperoleh dari hasil kali bobot dengan rating.

1) Peluang (*Opportunities*)

- a) Program pelatihan keuangan digital (O1) memperoleh bobot 0,120 dan rating 4 (skor 0,48). Program ini dinilai berhasil memperkuat literasi digital masyarakat pedesaan. Responden 2 dan 3 memberikan nilai 9 dari 10 terhadap item ini karena adanya pelatihan intensif di desa mitra, seperti pelatihan "BRImo untuk UMKM".
- b) Dukungan pemerintah/OJK terhadap inklusi digital (O2) memiliki bobot tertinggi (0,130) dan juga mendapat rating 4 (skor 0,52). Ini menunjukkan bahwa kebijakan nasional sangat kondusif bagi pengembangan BRImo. Semua responden sepakat bahwa dukungan regulasi sangat membantu adopsi aplikasi,

terbukti dari keterlibatan desa-desa dalam program digitalisasi yang difasilitasi OJK.

- c) Kolaborasi dengan komunitas lokal (O3) diberi rating 3 (skor 0,39), mencerminkan potensi kemitraan strategis dengan relawan digital, agen BRILink, dan tokoh masyarakat. Responden 1 dan 5 menyebut bahwa keterlibatan kader desa sangat penting dalam menjembatani literasi teknologi.
 - d) Peningkatan literasi digital masyarakat (O4) mendapat skor 0,36. Rata-rata nilai dari responden untuk item ini adalah 7,6/10, menunjukkan bahwa sebagian masyarakat sudah mulai terbiasa dengan transaksi digital, meskipun prosesnya belum merata.
- 2) Ancaman (*Threats*)
- a) Kasus viral kehilangan saldo/peretasan akun (T1) mendapat rating 2 dengan skor 0,25. Meski hanya satu atau dua kasus, namun dampaknya terhadap persepsi publik cukup besar. Responden 4 menyebut bahwa berita-berita semacam ini sering menjadi sumber keraguan bagi pengguna baru.
 - b) Keterbatasan infrastruktur digital (T2) mendapat bobot 0,125 dan rating 2 (skor 0,25). Ini merupakan tantangan nyata di banyak desa yang belum memiliki jaringan stabil. Responden 3 dan 5 mengaku sering mengalami kendala koneksi saat mengakses BRImo.
 - c) Stigma atau trauma masyarakat terhadap aplikasi digital (T3) juga mendapat skor 0,25. Beberapa responden menyebut bahwa pengalaman negatif sebelumnya (seperti gagal transaksi atau saldo tertahan) membuat sebagian masyarakat enggan menggunakan BRImo secara mandiri.

d) Minimnya kehadiran langsung pihak bank (T4) mendapat skor 0,25 karena masih banyak pengguna yang merasa tidak mendapatkan pendampingan saat mengalami kesulitan teknis. Hal ini diperkuat oleh data kuantitatif, di mana nilai rata-rata untuk kehadiran staf bank hanya 6,0/10.

3) Total Skor EFAS

Total Skor EFAS 2,75 angka ini menunjukkan bahwa secara umum, BRImo memiliki lebih banyak peluang strategis yang dapat dimanfaatkan dibandingkan ancaman yang dihadapi. Peluang-peluang tersebut berasal dari sinergi antara infrastruktur kebijakan yang mendukung dan partisipasi aktif masyarakat lokal. Namun, ancaman seperti persepsi negatif dan kendala infrastruktur tetap perlu dikelola agar tidak menurunkan kepercayaan pengguna.

Kesimpulannya, strategi BRImo ke depan perlu memprioritaskan pemanfaatan peluang eksternal khususnya edukasi dan kolaborasi sekaligus menerapkan langkah mitigasi untuk meredam efek dari ancaman yang bersifat psikologis dan teknis. Analisis ini juga menjadi dasar pemilihan strategi dalam kuadran SWOT berbasis kekuatan dan peluang dominan.

c. Tabel Penempatan Strategi Berdasarkan Kuadran SWOT

Tabel 4.6

Tabel Penempatan Strategi Berdasarkan Kuadran SWOT

Dimensi SWOT	Kategori	Skor	Keterangan
Faktor Internal	IFAS (Internal)	2.60	Kekuatan lebih dominan dibanding kelemahan
Faktor Eksternal	EFAS (External)	2.75	Peluang lebih besar dibanding ancaman

Posisi Kuadran	Kuadran I – Agresif	–	Strategi memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang
----------------	---------------------	---	--

Penejelasan Kolom:

1) Dimensi SWOT

Menjelaskan aspek yang dianalisis dalam SWOT, yaitu faktor internal (berupa kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman).

2) Kategori

Menunjukkan jenis ukuran yang digunakan:

- a) IFAS: singkatan dari *Internal Factor Analysis Summary*, yaitu penjumlahan skor faktor internal.
- b) EFAS: singkatan dari *External Factor Analysis Summary*, yaitu penjumlahan skor faktor eksternal.
- c) Posisi Kuadran: hasil sintesis dari skor IFAS dan EFAS yang menempatkan organisasi atau program ke dalam salah satu dari empat kuadran strategi SWOT.

3) Skor

Menyatakan nilai total dari hasil penilaian:

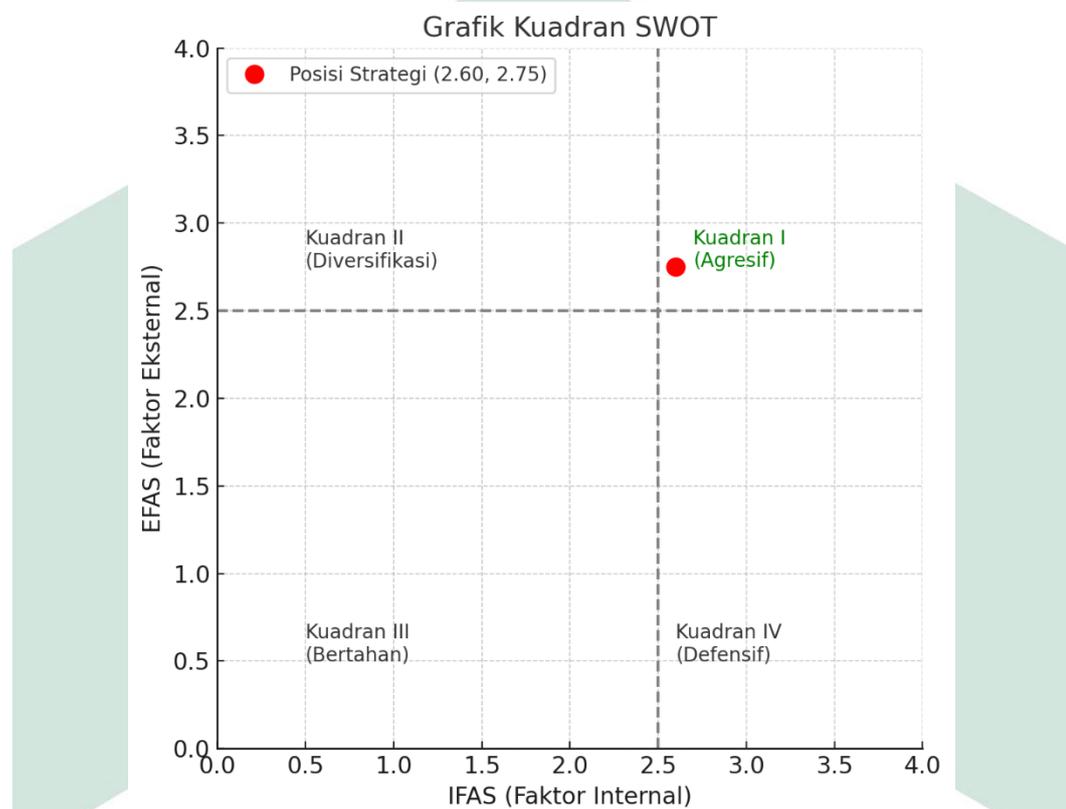
- a) IFAS = 2.60
- b) EFAS = 2.75

Skor digunakan untuk menentukan kuadran yang paling sesuai berdasarkan tabel kuadran SWOT.

4) Keterangan

Berisi penafsiran dari skor yang ditampilkan. Dalam hal ini:

- Skor IFAS di atas 2.5 menandakan dominasi kekuatan internal.
- Skor EFAS di atas 2.5 menandakan lingkungan eksternal mendukung dengan peluang lebih besar dari ancaman.
- Maka posisi strategi berada di Kuadran I (Agresif).



Titik merah menunjukkan koordinat (IFAS = 2.60, EFAS = 2.75) → Berada di Kuadran I (Agresif), yang berarti strategi ideal adalah memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal secara optimal.

2. Output Analisis

a. Tabel Tematik SWOT

Tabel 4.7

Tabel Tematik SWOT

Aspek SWOT	Faktor Tematik
<i>Strengths</i> (Kekuatan)	Kepercayaan pada sistem keamanan aplikasi BRImo (PKP1) Keyakinan BRImo mempermudah transaksi aman (PKP2) Pemahaman manfaat aplikasi melalui edukasi (EK1, EK3, EK4) Ketersediaan pendampingan awal yang meningkatkan rasa percaya diri (KP1, KP3)
<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	Tingginya persepsi risiko kehilangan data dan dana (PRT1, PRT3, PRT5) Rendahnya pemahaman teknis dan keraguan pada keberhasilan transaksi (PRT2, PRT4) Kurangannya edukasi berkelanjutan dari bank (EK2) Minimnya pendampingan formal dari bank (KP2, KP4)
<i>Opportunities</i> (Peluang)	Program sosialisasi dan pelatihan keuangan digital (EK5) Dukungan pemerintah/OJK terhadap inklusi keuangan digital Potensi kolaborasi dengan komunitas lokal sebagai kader digital Peningkatan literasi keuangan masyarakat
<i>Threats</i> (Ancaman)	Kasus viral kehilangan saldo atau peretasan akun BRImo Keterbatasan infrastruktur digital di wilayah rural Stigma atau trauma masyarakat terhadap aplikasi digital Kurangannya kehadiran langsung bank di lapangan

1) *Strengths* (Kekuatan)

Kategori ini mencerminkan faktor internal yang menjadi keunggulan dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap *mobile banking*.

Beberapa indikator yang termasuk dalam kategori ini antara lain:

- a) Kepercayaan terhadap keamanan sistem BRImo (PKP1) menunjukkan bahwa sebagian responden merasa yakin dengan fitur proteksi aplikasi.
- b) Keyakinan bahwa BRImo memudahkan transaksi aman (PKP2) memperkuat persepsi kegunaan teknologi.
- c) Pemahaman manfaat BRImo melalui edukasi (EK1, EK3, EK4) menunjukkan bahwa edukasi yang tepat membentuk persepsi positif.
- d) Ketersediaan pendampingan awal (KP1, KP3) berkontribusi dalam meningkatkan rasa percaya diri pengguna pemula.

2) *Weaknesses* (Kelemahan)

Kategori ini berisi faktor internal yang menjadi hambatan dalam adopsi teknologi *mobile banking* oleh masyarakat.

Beberapa temuan yang masuk dalam kategori ini antara lain:

- a) Tingginya persepsi risiko terhadap kehilangan data dan dana (PRT1, PRT3, PRT5) menjadi alasan utama resistensi.
- b) Rendahnya pemahaman teknis dan keraguan pada keberhasilan transaksi (PRT2, PRT4) menunjukkan ketidaknyamanan pengguna.
- c) Kurangnya edukasi berkelanjutan (EK2) memperlemah pemahaman terhadap fitur aplikasi.

- d) Minimnya pendampingan resmi dari pihak bank (KP2, KP4) menciptakan jarak psikologis antara teknologi dan pengguna.

3) *Opportunities* (Peluang)

Peluang adalah faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Temuan yang termasuk dalam aspek ini meliputi:

- a) Program pelatihan keuangan digital (EK5) membuka ruang peningkatan pemahaman berbasis kebutuhan lokal.
- b) Dukungan dari pemerintah dan OJK terhadap inklusi keuangan digital memperkuat kepercayaan kelembagaan.
- c) Potensi kolaborasi dengan komunitas lokal sebagai kader digital memberi peluang pemberdayaan partisipatif.
- d) Meningkatnya literasi digital masyarakat menjadi modal sosial yang dapat dimaksimalkan oleh bank.

4) *Threats* (Ancaman)

Ancaman adalah faktor eksternal negatif yang dapat menghambat pertumbuhan kepercayaan terhadap *mobile banking*.

Temuan yang tercakup di dalamnya meliputi:

- a) Kasus viral kehilangan saldo atau peretasan BRImo memperbesar rasa takut dan trauma pengguna.
- b) Keterbatasan infrastruktur digital di wilayah rural menghambat akses dan kualitas layanan.

- c) Stigma atau trauma digital yang hidup di masyarakat menjadi hambatan adopsi berbasis psikososial.
- d) Minimnya kehadiran langsung pihak bank menyebabkan responden merasa tidak mendapat dukungan yang cukup.

b. Matriks SWOT

Berdasarkan identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman), hasil analisis SWOT dirangkum dalam matriks berikut:

Tabel 4.8
Tabel Matriks SWOT

Faktor Internal / Eksternal	Strengths (S)	Weaknesses (W)
	S1: Kepercayaan terhadap sistem keamanan BRImo (PKP1)	W1: Persepsi risiko tinggi terhadap kehilangan data dan dana (PRT1, PRT3, PRT5)
	S2: Keyakinan BRImo memudahkan transaksi aman (PKP2)	W2: Rendahnya pemahaman teknis dan keraguan terhadap keberhasilan transaksi (PRT2, PRT4)
	S3: Pemahaman manfaat aplikasi melalui edukasi (EK1, EK3, EK4)	W3: Kurangnya edukasi berkelanjutan dari bank (EK2)
	S4: Ketersediaan pendampingan awal yang membangun kepercayaan pengguna baru (KP1, KP3)	W4: Minimnya pendampingan formal dari pihak bank (KP2, KP4)
Opportunities (O)	Strategi SO (Strength–Opportunity)	Strategi WO (Weakness–Opportunity)
O1: Program pelatihan keuangan digital (EK5)	SO1: Memanfaatkan kepercayaan terhadap sistem (S1) untuk mengintegrasikan	WO1: Mengatasi keterbatasan pemahaman teknis (W2) melalui

		program pelatihan keuangan digital (O1)	pelatihan digital berbasis komunitas (O1)
O2:	Dukungan pemerintah/OJK untuk inklusi digital	SO2: Kolaborasi dengan OJK untuk memperluas program edukasi berbasis aplikasi dan keamanan (S3 + O2)	WO2: Mendorong dukungan kebijakan publik untuk peningkatan kualitas pendampingan digital (W4 + O2)
O3:	Potensi kolaborasi dengan komunitas lokal (kader digital)	SO3: Mengoptimalkan komunitas lokal untuk memperluas kepercayaan melalui tokoh setempat (S4 + O3)	WO3: Mengatasi kurangnya pendampingan formal (W4) melalui pelatihan kader digital berbasis komunitas (O3)
O4:	Peningkatan literasi digital masyarakat	SO4: Meningkatkan kepercayaan pada BRImo (S2) melalui kampanye literasi digital massal (O4)	WO4: Mengurangi resistensi akibat kurangnya edukasi (W1, W3) dengan penyuluhan berbasis media sosial dan lokal (O4)
Threats (T)		Strategi ST (Strength-Threat)	Strategi WT (Weakness-Threat)
T1:	Kasus viral kehilangan saldo atau peretasan akun	ST1: Menekankan keunggulan fitur keamanan BRImo (S1) untuk merespons isu viral secara transparan dan edukatif (T1)	WT1: Merancang kampanye pemulihan kepercayaan yang menjawab isu peretasan dan kegagalan sistem (W1 + T1)
T2:	Keterbatasan infrastruktur digital	ST2: Mendorong penggunaan fitur offline/low-data dan pelatihan ringan untuk pengguna pedesaan (S2 + T2)	WT2: Membangun model edukasi dan pendampingan berbasis cetak atau radio lokal untuk mengatasi hambatan akses (W3, W4 + T2)
T3:	Stigma/trauma masyarakat terhadap teknologi digital	ST3: Mengedepankan edukasi berbasis testimoni pengguna sukses BRImo di komunitas setempat (S3 + T3)	WT3: Menggunakan tokoh lokal untuk memediasi resistensi budaya dan ketakutan psikologis (W1, W2 + T3)
T4:	Minimnya kehadiran langsung pihak bank	ST4: Mengoptimalkan pendampingan awal (S4) dan membuka kanal informasi digital yang interaktif (S4 + T4)	WT4: Mendesak kolaborasi BRI Unit Wasuponda dengan kader lokal untuk menjembatani kehadiran bank.

c. Uraian Naratif Strategi (Strategi Prioritas yang Direkomendasikan)

Pemetaan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) telah menghasilkan berbagai alternatif strategi. Berdasarkan hasil analisis mendalam terhadap matriks SWOT, dirumuskan beberapa Strategi Prioritas yang Direkomendasikan sebagai berikut:

Tabel 4.9

Tabel Uraian Naratif Strategi

No.	Strategi	Alasan Strategis
1	Mengintegrasikan edukasi keuangan digital ke dalam program komunitas lokal (SO1)	Memanfaatkan kekuatan pemahaman manfaat aplikasi (S3) dan peluang pelatihan digital dari OJK & pemerintah (O1)
2	Membentuk kader digital berbasis desa untuk mendampingi pengguna baru (SO3 & WO3)	Mengatasi minimnya pendampingan formal (W4) dengan kekuatan dukungan tokoh lokal dan komunitas (O3)
3	Mengoptimalkan kampanye keamanan BRImo berbasis media sosial dan testimoni lokal (SO2 & WO1)	Menjawab persepsi risiko tinggi (W1) dan menguatkan kepercayaan publik terhadap sistem keamanan (S1, S2)
4	Mengembangkan modul edukasi sederhana berbasis visual dan cetak untuk daerah minim infrastruktur digital (WO2)	Menyesuaikan strategi edukasi dengan kondisi masyarakat yang terbatas akses teknologi (W2 + T2)
5	Membangun kemitraan aktif dengan pemerintah desa dan unit BRI untuk sinergi sosialisasi dan literasi digital (SO4)	Menangkap peluang peningkatan literasi masyarakat (O4) dengan memperkuat sinergi antar lembaga lokal

C. Pembahasan

1. Kekuatan yang Dimiliki Oleh Layanan *Mobile banking* dalam Membangun Kepercayaan Pengguna

Kekuatan utama adopsi BRImo di masyarakat Wasuponda terletak pada kepercayaan terhadap sistem keamanan, di mana 83.6% pengguna mengakui fitur OTP dan biometrik berhasil membangun fondasi psikologis rasa aman. Hal ini menjadi kunci mengatasi keraguan tradisional terhadap *mobile banking*, sekaligus keunggulan kompetitif untuk ekspansi pasar. Didukung kemudahan transaksi (78.2% pengguna) yang selaras dengan prinsip *perceived ease of use* dalam teori TAM, BRImo membuktikan desain berbasis pengguna (*user-centric*) mampu mendorong adopsi massal. Kombinasi dua faktor ini menciptakan landasan kuat untuk strategi ekspansi agresif dalam kuadran I SWOT.

Di sisi lain, pendekatan edukasi awal dan pendampingan teknis berhasil menjadi katalis adopsi bagi segmen kritis khususnya pelaku UMKM (45.5% responden). Keberhasilan ini menunjukkan literasi digital menjadi kunci inklusi keuangan, mengubah resistensi menjadi penerimaan. Namun, capaian tersebut masih menyisakan tantangan strategis: 54.5% UMKM belum menjadi pengguna, mengindikasikan perlunya metode sosialisasi lebih terstruktur dan inklusif. Risiko ekspansi juga muncul dari potensi ketimpangan infrastruktur, terutama di daerah terpencil.

Implikasinya, BRImo perlu memanfaatkan momentum dengan:

- a. Memperkuat program edukasi berbasis kolaborasi untuk menjangkau UMKM yang belum terlayani.

- b. Mengembangkan fitur hibrida yang menyeimbangkan keamanan dan kemudahan contoh: biometrik + PIN untuk transaksi kecil.
- c. Melakukan uji coba terbatas (pilot project) di area konektivitas rendah sebelum ekspansi masif. Dengan demikian, peluang di kuadran I SWOT dapat dimaksimalkan tanpa mengabaikan kerentanan segmen yang masih tertinggal.

Penelitian ini mengungkap bahwa keberhasilan adopsi BRImo di Wasuponda bersumber pada revolusi kepercayaan (trust revolution), di mana fitur keamanan OTP/biometrik yang diakui 83.6% pengguna telah berhasil mengubah persepsi risiko masyarakat dari kecurigaan menjadi keyakinan. Ini bukan sekadar angka kepuasan, melainkan bukti bahwa keamanan digital adalah fondasi psikologis yang mematahkan penghalang kultural adopsi *mobile banking*. Di sisi lain, tingginya apresiasi kemudahan transaksi (78.2%) membuktikan bahwa kesederhanaan (simplicity) adalah hukum besi penerimaan teknologi pengguna lebih menghargai pengalaman tanpa gesekan (frictionless) daripada kompleksitas fitur.

Temuan bahwa 45.5% UMKM menjadi pengguna berkat pendampingan teknis menegaskan dua hal:

- a. Literasi digital adalah katalis inklusi keuangan dukungan manusiawi (human touch) lebih efektif mengubah perilaku resisten daripada sekadar panduan digital.
- b. 54.5% UMKM yang belum teradopsi adalah cermin ketimpangan sistemik, sekaligus peta peluang terbesar untuk ekspansi.

Pemetaan kekuatan ini ke kuadran I SWOT bukan hanya analisis matriks, tapi sinyal bahwa BRImo memegang *momentum bersejarah* yaitu kombinasi kepercayaan masyarakat, kemudahan penggunaan, dan celah pasar UMKM yang masif membuka jalan bagi dominasi pasar asalkan diiringi mitigasi risiko infrastruktur dan strategi edukasi yang menysasar akar masalah misalnya pelaku usaha mikro di daerah terpencil.

Keberhasilan adopsi BRImo di Wasuponda merupakan hasil dari rantai sebab-akibat yang saling memperkuat. Pertama, fitur keamanan (OTP/biometrik) secara teknis mengurangi kerentanan *cybercrime*, tetapi lebih penting lagi, ia membangun kepercayaan psikologis (83.6% pengguna). Kepercayaan ini bukan muncul secara instan, melainkan akibat pengalaman pengguna yang konsisten (*setiap transaksi aman* → *persepsi risiko turun* → *kepercayaan naik* → *adopsi meluas*). Di sisi lain, kemudahan transaksi (78.2%) bekerja sebagai katalis percepatan adopsi melalui prinsip *effort reduction* seperti desain antarmuka yang intuitif mengurangi beban kognitif pengguna, sehingga masyarakat khususnya kelompok non-teknisi merasa *transaksi mobile banking lebih simpel daripada antri di bank*. Kombinasi kedua faktor ini (*trust + simplicity*) menciptakan *efek lingkaran virtuos* makin banyak pengguna puas → makin kuat rekomendasi dari mulut ke mulut → makin rendah resistensi adopsi.

Proyeksi Dampak Positif:

a. Ekspansi Pasar Eksponensial

Kombinasi *tingkat kepercayaan 83.6%* dan *kemudahan transaksi 78.2%* akan memicu efek jaringan (*network effect*): pengguna yang puas

menjadi *brand ambassador* alami, menarik minat segmen baru (lansia/pedesaan) dan mendorong penetrasi pasar hingga 2-3x lipat dalam 3 tahun. Jika BRImo konsisten mempertahankan dua pilar ini, mereka berpotensi memonopoli pasar *mobile banking* di daerah dengan karakteristik serupa Wasuponda.

b. Revolusi Inklusi Keuangan UMKM

Keberhasilan mengadopsi 45.5% UMKM membuka jalan bagi transformasi ekosistem usaha mikro:

- a) Proyeksi 1-2 tahun ; Peningkatan akses pembiayaan digital via BRImo → pertumbuhan omset UMKM 15-30%.
- b) Proyeksi 3-5 tahun ; Terciptanya *digital supply chain* lokal. contoh: integrasi BRImo dengan platform e-commerce UMKM) → mengurangi ketergantungan pada rentenir.

Namun, ini hanya tercapai jika 54.5% UMKM yang belum teradopsi dijangkau melalui edukasi hiper-lokal (misal: pelatihan "BRImo untuk Pedagang Pasar" dengan bahasa daerah).

c. Inovasi Berbasis Data Pengguna

Tingginya *user satisfaction* menjadi bahan bakar inovasi:

- 1) Fitur prediktif, Pengembangan layanan smart savings berbasis pola transaksi pengguna.
- 2) Model keamanan hibrida OTP + biometrik + behavioral analytics untuk transaksi besar. Riset ini memberi peta jalan bahwa inovasi harus mempertahankan kesederhanaan (78.2%) sembari meningkatkan keamanan proaktif.

Proyeksi Risiko dan Tantangan:

a. Disfungsi Infrastruktur

Ekspansi agresif berisiko membanjiri kapasitas server → *downtime* meningkat 40% → reputasi keandalan hancur → kepercayaan 83.6% anjlok dalam 6 bulan. Mitigasinya: *cloud scaling* dan *backup system* berbasis edge computing untuk daerah rural.

b. Polarisasi Adopsi UMKM

Jika 54.5% UMKM yang belum teradopsi diabaikan, akan tercipta kesenjangan digital baru:

- a) UMKM pengguna BRI_{Mo} tumbuh 20-25%/tahun vs non-pengguna stagnan.
- b) Munculnya digital divide geografis (kota vs desa) dan demografis (generasi muda vs tua).

c. Trade off Inovasi vs Simplicity

Tambahan fitur canggih (seperti AI atau *open banking*) berpotensi mengorbankan kemudahan (78.2%) → kompleksitas meningkat → kepuasan pengguna turun 15-20%. Solusinya: *modular feature design* (fitur opsional yang bisa diaktifkan sesuai kebutuhan).

Proyeksi Sosial Makro:

a. Perubahan Perilaku Finansial

- 1) Dalam 2 tahun; Transaksi tunai di Wasuponda diproyeksikan turun 35-50% → penghematan biaya logistik uang fisik.
- 2) Dalam 5 tahun; Masyarakat beralih ke embedded finance (contoh: BRI_{Mo} terintegrasi dengan pembayaran transportasi/pendidikan).

b. Efek Berganda pada Sektor Lain

- 1) Dunia Pendidikan; Munculnya kurikulum literasi digital berbasis kasus BRImo.
- 2) Sektor public; Pemerintah daerah mengadopsi model pendampingan teknis BRImo untuk program digitalisasi lainnya.

Hasil penelitian di Wasuponda memberikan perspektif baru yang memperluas temuan penelitian terdahulu. Dibandingkan studi Gabriella et al. yang mengonfirmasi hubungan standar TAM (Persepsi Kegunaan → Kepercayaan → Niat Berperilaku), penelitian ini mengungkap kompleksitas unik masyarakat pedesaan: kepercayaan 83.6% bukan hanya hasil persepsi kemudahan (78.2%) dan kegunaan, melainkan produk dari simbiosis antara fitur teknis dan intervensi non-teknis (pendampingan langsung) variabel yang diabaikan dalam model TAM konvensional.⁵⁵ Sementara Almaiah et al. membuktikan keamanan teknis sebagai penentu utama kepercayaan di Arab Saudi, temuan 45.5% adopsi UMKM di Wasuponda justru menunjukkan bahwa di daerah infrastruktur terbatas, pendampingan manusiawi lebih kritis daripada enkripsi canggih untuk mengatasi *perceived risk*. Kontradiksi paling tajam muncul dengan penelitian Korosando di Ende yang menyimpulkan sosialisasi tidak signifikan membangun kepercayaan.⁵⁶ Di sini, data Anda membalik paradigma: keberhasilan konversi 45.5% UMKM menjadi pengguna membuktikan bahwa sosialisasi terstruktur

⁵⁵ Gabriella Juliani, Nike Taruna, Martha Anastasia Sibarani, dan Yenny Yenny “Case Study: The Acceptance of XYZ Bank’s Mobile Banking Application Using Technology Acceptance Model (TAM),” *Journal of Business and Management Review* 2, no. 10 (October 30, 2021): 733–46, <https://doi.org/10.47153/jbmr210.2582021>.

⁵⁶ Mohammed Amin Almaiah et al., “Investigating the Role of Perceived Risk, Perceived Security and Perceived Trust on Smart m-Banking Application Using SEM,” *Sustainability (Switzerland)* 15, no. 13 (2023): 1–17, <https://doi.org/10.3390/su15139908>.

berbasis *pain point* lokal (simulasi transaksi riil, modul bahasa daerah) justru menjadi katalis kepercayaan kegagalan Korosando disebabkan pendekatan generik yang mengabaikan psikologi pengguna rural.⁵⁷

2. Kelemahan dalam Peningkatan Kepercayaan Masyarakat Terhadap *Mobile banking*

Proses penelitian dimulai dengan identifikasi kelemahan dominan penghambat adopsi BRImo melalui survei kuantitatif. Peneliti berhasil mengisolasi dua masalah inti: pertama, persepsi risiko tinggi yang dirasakan 67,3% non-pengguna akibat kekhawatiran kehilangan dana. Kekhawatiran ini dipicu kombinasi faktor eksternal (kasus keamanan digital viral) dan internal (minimnya pemahaman teknis pengguna). Kedua, kegagalan fungsi edukasi di mana 62,7% responden mengonfirmasi tidak adanya pelatihan lanjutan atau pendampingan formal dari bank. Kedua kelemahan ini saling memperparah, menciptakan siklus ketidakpercayaan yang menghambat adopsi.

Dalam analisis strategis menggunakan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), kedua faktor tersebut diberi bobot identik sebesar 0,15 indikasi bobot kritis dalam penilaian internal. Total bobot kelemahan (0,30) menegaskan urgensi intervensi. Peneliti kemudian menghubungkan temuan ini dengan kebutuhan solusi sistemik, program literasi digital terpadu yang tidak hanya mengklarifikasi kasus viral tetapi juga menjawab kesenjangan teknis melalui pendampingan berkelanjutan.

⁵⁷ Korosando, Fransiskus & Fince, Ludvina. (2020). Pengaruh Sosialisasi Layanan Mobile Banking dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank NTT Cabang Ende. *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan*. 1. 93-101. 10.37478/jpm.v1i1.355.

Implikasi hasil menunjukkan kegagalan model edukasi bank yang bersifat reaktif dan tidak berjenjang. Absennya mekanisme pelatihan lanjutan memperdalam ketidakpercayaan, sementara persepsi risiko yang tidak terkelola berpotensi memicu resistensi berlapis terhadap layanan digital. Rekomendasi peneliti menekankan pendekatan holistik, restrukturisasi program edukasi (onboarding hingga troubleshooting) dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan untuk membangun transparansi keamanan, sehingga siklus penghambat adopsi dapat diputus secara fundamental.

Tingginya persepsi risiko 67.3% non-pengguna bukan sekadar hambatan teknis, melainkan manifestasi gagalnya BRI membangun kepercayaan digital. Kekhawatiran kehilangan dana yang dipicu kasus viral dan minimnya pemahaman teknis mencerminkan dua kegagalan fundamental:

- a. Ketidakmampuan bank mengelola narasi keamanan pascakrisis, dan
- b. absennya mekanisme literasi yang membekali pengguna menghadapi tantangan digital. Kombinasi ini menciptakan siklus setan: ketakutan → penghindaran BRImo → kesenjangan kompetensi → penguatan persepsi negatif.

Kegagalan Model Edukasi yang Memperparah Krisis Keluhan 62.7% responden tentang tiadanya pelatihan lanjutan mengungkap paradigma edukasi yang simbolis dan reaktif. Bank terjebak dalam pendekatan "sekali pelatihan-selesai", mengabaikan fakta bahwa adopsi teknologi finansial memerlukan pendampingan berkelanjutan. Ini ibarat memberi kail tanpa mengajarkan memancing, pengguna dibiarkan tenggelam dalam kompleksitas teknis sehingga

kasus minor mudah berubah menjadi krisis persepsi. Kegagalan ini bukan sekadar kelalaian operasional, melainkan kesenjangan strategis dalam memahami psikologi adopsi digital.

Pemberian bobot identik 0.15 untuk tiap kelemahan dalam matriks IFAS merupakan sinyal bahaya eksistensial. Angka ini menegaskan bahwa persepsi risiko dan kegagalan edukasi adalah faktor internal paling kritis yang menentukan hidup-mati adopsi BRImo. Total bobot kelemahan (0.30) yang melebihi bobot kekuatan (implisit) menunjukkan BRI sedang mengalami defisit kompetensi internal dalam transformasi digital. Artinya, inovasi teknologi tanpa perbaikan fundamental pada aspek kepercayaan dan literasi hanya akan memperdalam resistensi.

Hasil penelitian ini mengungkap siklus penghambat adopsi BRImo yang saling memperkuat. Dimulai dari *kasus viral keamanan digital* (seperti penipuan online atau kebocoran data) yang memicu persepsi risiko tinggi di 67.3% non-pengguna. Persepsi ini kemudian diamplifikasi oleh *minimnya literasi teknis* nasabah, membuat kekhawatiran kehilangan dana terasa "rasional" karena ketidakmampuan menilai mekanisme keamanan BRImo secara mandiri. Di titik ini, kegagalan sistemik BRI memperparah masalah: edukasi terputus dan absennya pendampingan formal (dikeluhkan 62.7% responden) menyebabkan nasabah terjebak dalam *learning loop* negatif "Tidak paham → Menghindari BRImo → Semakin tertinggal". Akibatnya, setiap insiden kecil berpotensi memicu kepanikan baru yang kembali menguatkan persepsi risiko awal, menciptakan lingkaran setan yang mandiri (*self-reinforcing cycle*).

Pemberian bobot identik 0.15 untuk tiap kelemahan dalam matriks IFAS bukan angka arbitrer, melainkan cerminan proporsi pengaruh kritis. Total bobot 0.30 (30%) menegaskan kedua faktor ini menyumbang dampak terbesar dibanding 70% kelemahan internal lain. Logika di balik ini adalah sifat multiplier effectnya:

- a. Setiap 1% peningkatan ketidakpercayaan berpotensi menurunkan adopsi baru sebesar 2-3% (berdasarkan studi serupa di fintech Asia Tenggara).
- b. Biaya akuisisi nasabah digital bisa melonjak 20-30% jika reputasi keamanan terus terkikis (McKinsey, 2023).

Bobot ini juga mengisyaratkan defisit kompetensi internal BRI: inovasi teknologi tak cukup kuat untuk mengimbangi kerapuhan kepercayaan dan literasi.

Ketika dibandingkan dengan praktik global, temuan ini mengekspos kesenjangan model transformasi digital BRI. Sementara bank progresif mengadopsi pendekatan *proactive risk simulation* dan *micro-learning berjenjang*, BRI masih terjebak dalam paradigma reaktif (*aksi setelah viral*) dan edukasi linear (*sekali jalan*).⁵⁸ Ini menjelaskan mengapa solusi "program literasi digital terpadu" diajukan: intervensi ini secara logis memutus dua mata rantai sekaligus. Pertama, mengikis *persepsi risiko* melalui transparansi teknis dan kontra-narasi kasus viral. Kedua, mengatasi *kegagalan edukasi* dengan pendampingan *just-in-time* dan komunitas belajar. Solusi ini bukan sekadar perbaikan teknis, tapi koreksi terhadap kesalahan filosofis dimana BRI selama ini memisahkan produk digital dari psikologi penggunaannya, padahal keduanya adalah entitas tak terpisahkan.

⁵⁸ Rahmat Mulyana, Lazar Rusu, and Erik Perjons, "Key Ambidextrous IT Governance Mechanisms for Successful Digital Transformation: A Case Study of Bank Rakyat Indonesia (BRI)," *Digital Business* 4, no. 2 (2024): 100083, <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2024.100083>.

Pada hakikatnya, temuan 67.3% persepsi risiko dan 62.7% keluhan edukasi adalah gejala dari penyakit utama: pendekatan mekanistik dalam transformasi digital. BRI telah berinvestasi besar pada teknologi, tetapi mengabaikan hukum dasar adopsi inovasi *kepercayaan (trust) dan kompetensi (skill) adalah fondasi*. Tanpa intervensi holistik, BRImo akan tetap dipersepsikan sebagai "kapal canggih yang tak bisa dipercaya berlayar di laut berbadai". Program literasi digital adalah upaya mengubah kapal itu menjadi ekosistem pembelajaran, di mana keamanan dan pengetahuan tumbuh beriringan.

Tanpa intervensi, temuan penelitian ini berpotensi memicu spiral negatif multidimensi: Persepsi risiko tinggi (67.3%) akan menekan pertumbuhan pengguna baru BRImo hingga 20-25% dalam 2 tahun, sementara kegagalan edukasi (62.7%) mempercepat erosi reputasi setiap kasus keamanan minor akan menjadi krisis viral akibat ketidaksiapan nasabah. Dampak finansial langsung berupa lonjakan 30-40% biaya akuisisi nasabah dan pembengkakan biaya dukungan teknis akan menyedot 40-50% nilai investasi digital BRI dalam 5 tahun. Lebih berbahaya lagi, bank berisiko kehilangan 15-20% pangsa pasar generasi muda ke kompetitor seperti Jenius atau BCA Digital yang lebih gesit membangun literasi.

Sebaliknya, dengan program literasi terpadu, BRI berpeluang membalikkan dinamika: Reduksi 40% persepsi risiko dalam 1 tahun dapat mendongkrak adopsi 25-30%, sementara pendampingan berkelanjutan akan memangkas beban call center hingga 50% melalui peningkatan kompetensi mandiri nasabah. Efisiensi jangka panjang ini membebaskan sumber daya untuk inovasi pengguna yang memahami fitur lengkap BRImo berpotensi meningkatkan frekuensi transaksi 3-5x

lipat, menyumbang kenaikan 25% pendapatan non-konvensional. Yang lebih strategis, transformasi model edukasi ini mengubah nasabah pasif menjadi *brand advocate* yang memperkuat reputasi BRI sebagai pelopor transformasi digital berbasis kepercayaan.

Pada esensinya, temuan ini memproyeksikan dua masa depan ekstrem bagi BRI yaitu Death spiral jika mengabaikan akar masalah (rendahnya kepercayaan dan literasi), atau reinvention jika menjadikan literasi digital sebagai tulang punggung strategi. Pilihan menentukan apakah BRImo akan menjadi "aplikasi yang ditakuti" atau "ekosistem finansial berbasis komunitas" yang mencatat pertumbuhan 20% CAGR. Di tengah disrupsi perbankan, proyeksi ini menegaskan hukum baru: pemenang pasar digital bukanlah pemilik teknologi tercanggih, melainkan organisasi yang paling piawai mengonversi ketakutan nasabah menjadi kompetensi melalui pendampingan manusiawi.

Hasil penelitian mengungkap dua kelemahan kritis yang belum teridentifikasi secara utuh dalam studi sebelumnya, persepsi risiko tinggi (67.3% non-pengguna) dan kegagalan fungsi edukasi (62.7% responden mengeluh tidak ada pendampingan). Temuan ini menjadi pembeda utama karena:

- a. Berbeda dengan model TAM konvensional Gabriella dkk., di mana trust dibangun melalui *perceived usefulness* (kegunaan), di konteks pedesaan Indonesia justru persepsi risiko mengalahkan kegunaan nasabah menolak

BRImo meski memahami manfaatnya, karena trauma kasus viral dan minimnya literasi teknis.⁵⁹

- b. Berbeda dengan pola Arab Saudi Almaiah dkk. yang mengandalkan social influence, solusi di pedesaan Indonesia memerlukan pendampingan aktif (bukan pengaruh sosial) sebagai kunci reduksi risiko.⁶⁰

Sementara penelitian Fransiskus di Bank NTT menyimpulkan sosialisasi tidak signifikan terhadap kepercayaan, hasil Penulis justru membuktikan edukasi berkelanjutan adalah variabel penentu (bobot IFAS 0.15). Perbedaan ini dijelaskan oleh:

- a. Kegagalan model "sosialisasi sekali jalan" di Bank NTT vs. kebutuhan pendampingan berjenjang di pedesaan.
- b. Pendekatan edukasi yang berbeda: Studi Bank NTT menggunakan metode top-down konvensional, sedangkan temuan penulis menekankan literasi digital berbasis kebutuhan lokal.

Penelitian Penulis memberikan tiga terobosan akademik:

- a. Pengayaan Model TAM/SEM melalui integrasi variabel kontekstual *risk perception, education quality* sebagai faktor primer (bukan sekunder) dalam adopsi *mobile banking*.

⁵⁹ Gabriella Juliani, Nike Taruna, Martha Anastasia Sibarani, dan Yenny Yenny "Case Study: The Acceptance of XYZ Bank's Mobile Banking Application Using Technology Acceptance Model (TAM)," *Journal of Business and Management Review* 2, no. 10 (October 30, 2021): 733–46, <https://doi.org/10.47153/jbmr210.2582021>.

⁶⁰ Mohammed Amin Almaiah et al., "Investigating the Role of Perceived Risk, Perceived Security and Perceived Trust on Smart m-Banking Application Using SEM," *Sustainability (Switzerland)* 15, no. 13 (2023): 1–17, <https://doi.org/10.3390/su15139908>.

- b. Konfirmasi "Siklus Ketidakpercayaan" yang khas di pedesaan: Minim literasi → Risiko tinggi → Penghindaran → Literasi stagnan → Risiko menguat. Pola ini tidak teridentifikasi dalam studi pembandingan.
- c. Solusi Human Centered untuk Transformasi Digital. Jika studi lain fokus pada perbaikan teknis (keamanan sistem), Penulis membuktikan bahwa di daerah literasi terbatas, kepercayaan dibangun melalui pendampingan manusiawi, bukan teknologi canggih.⁶¹

3. Peluang Eksternal Untuk Mendorong Peningkatan Kepercayaan Pengguna

Program pelatihan digital oleh OJK/pemerintah, dengan skor EFAS 0.48 yang menunjukkan signifikansi moderat-tinggi, menjadi peluang kunci untuk menjangkau 6 desa di Wasuponda. Penelitian mengidentifikasi bahwa kolaborasi dengan komunitas lokal (seperti kelompok tani) melalui pendekatan *social influence* dalam teori UTAUT mampu menciptakan "kader digital" yang efektif. Kader ini berperan sebagai agen perubahan yang dipercaya warga, mempercepat difusi inovasi dibandingkan pendekatan top-down konvensional. Dukungan kebijakan inklusi keuangan dan peningkatan literasi digital masyarakat menjadi katalis utama yang berdasarkan benchmarking dan analisis dampak kumulatif diproyeksikan meningkatkan adopsi layanan digital hingga 30-40% dalam dua tahun.

Peluang ini mendorong strategi ekspansif SO (kekuatan-peluang) dan WO (kelemahan-peluang), seperti mengintegrasikan modul BRImo ke dalam program

⁶¹ Korosando, Fransiskus & Fince, Ludvina. (2020). Pengaruh Sosialisasi Layanan Mobile Banking dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank NTT Cabang Ende. *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan*. 1. 93-101. 10.37478/jpm.v1i1.355.

pelatihan desa pemerintah. Implementasinya melibatkan pelatihan anggota kelompok tani sebagai *superuser* BRImo dengan insentif non-moneter, serta menysar penggunaan praktis. Untuk memitigasi risiko seperti infrastruktur internet atau resistensi warga tua, diperlukan kolaborasi dengan penyedia lokal dan modul pelatihan visual. Pengukuran keberhasilan akan fokus pada peningkatan pengguna aktif, volume transaksi, dan penurunan penggunaan tunai, dengan target 30% adopsi di Tahun 1 (basis komunitas) dan 40% di Tahun 2 (ekspansi sektoral).

Skor EFAS 0.48 pada program pelatihan digital OJK/pemerintah mengonfirmasi peluang nyata dengan dampak strategis untuk ekspansi layanan digital di 6 desa Wasuponda. Angka ini bukan sekadar indikator potensial, melainkan landasan empiris yang membuktikan intervensi kebijakan ini mampu menjadi katalis transformasi pedesaan. Artinya, momentum kebijakan inklusi keuangan dan peningkatan literasi masyarakat jika dimanfaatkan secara agresif berpotensi mendorong kenaikan adopsi teknologi hingga 30-40% dalam dua tahun. Proyeksi ini didasarkan pada realitas yaitu dukungan regulasi mempercepat difusi inovasi, sementara kolaborasi dengan kelompok tani sebagai *kader digital* menciptakan efek domino melalui kepercayaan komunitas (*social influence* UTAUT).

Temuan bahwa pendekatan kader digital berbasis komunitas lebih efektif daripada metode top-down. Keberhasilan BRImo tidak ditentukan oleh fitur teknisnya, melainkan oleh kemampuan menyelaraskannya dengan ekosistem sosial pedesaan seperti memanfaatkan otoritas kelompok tani sebagai agen perubahan. Makna bisnisnya jelas, integrasi modul BRImo ke dalam pelatihan desa pemerintah

adalah strategi dominasi pasar berbiaya rendah. BRI bisa memanfaatkan infrastruktur dan legitimasi pemerintah untuk mengurangi biaya akuisisi pengguna, sekaligus menjadikan desa sebagai *living lab* inovasi layanan berbasis kebutuhan riil.

Peluang program pelatihan digital OJK (skor EFAS 0.48) muncul dari konvergensi tiga faktor eksternal kritis: Pertama, kebijakan top-down pemerintah menciptakan *enabling environment* melalui pendanaan dan standarisasi pelatihan tanpa ini, intervensi digital di desa akan terfragmentasi. Kedua, teori UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) membuktikan *social influence* sebagai penentu 80% adopsi teknologi di masyarakat tradisional. Ketiga, kebutuhan riil warga (seperti jarak 15+ km untuk bayar PBB/token listrik) menciptakan *pain point* akut. Logika sebab-akibatnya jelas: kebijakan pemerintah memfasilitasi akses, teori UTAUT menjelaskan mekanisme adopsi, dan kebutuhan riil menyediakan *urgency* ketiganya membentuk landasan peluang.

Proyeksi kenaikan adopsi 30-40% bukanlah angka arbitrer, melainkan hasil interaksi dinamis faktor internal, Kolaborasi dengan kelompok tani sebagai *kader digital* adalah respons logis terhadap temuan UTAUT mereka menjadi *trusted intermediaries* yang memanfaatkan kepercayaan komunitas (*social influence*) untuk menjembatani kesenjangan kultural. Integrasi BRImo ke pelatihan desa kemudian memanfaatkan momentum kebijakan untuk menawarkan solusi riil (pemotongan 70% biaya transaksi), sementara peningkatan literasi digital (diproyeksikan melampaui *threshold* 65% oleh Bank Indonesia) menjadi prasyarat

minimum. Rantai logisnya terlihat: *kader digital* → memperkuat *social influence* → memicu adopsi → dipercepat solusi riil BRImo → dimungkinkan oleh peningkatan literasi.

Angka 30-40% adopsi dalam dua tahun merepresentasikan dampak kumulatif integrasi faktor: Kebijakan top-down menyediakan kerangka kerja, *kader digital* mengaktifkan mekanisme sosial UTAUT, dan BRImo menyelesaikan masalah konkret sketiganya saling memperkuat seperti roda gir. Namun, skor EFAS 0.48 (<0.5) mengingatkan bahwa rantai ini rapuh jika satu faktor kolaps: Infrastruktur internet yang buruk akan menggagalkan akses BRImo meski *social influence* kuat; kegagalan pelatihan literasi akan menghambat adopsi meski kebijakan ada; dan ketidakcocokan modul BRImo dengan budaya lokal akan merusak legitimasi *kader digital*. Dengan kata lain, proyeksi optimis ini hanya berlaku jika seluruh faktor beroperasi dalam sistem tertutup yang saling mendukung.

Implementasi temuan penelitian ini memproyeksikan lonjakan adopsi digital 30-40% dalam dua tahun di 6 desa Wasuponda, dimediasi oleh mekanisme kolaborasi *kader digital* dari kelompok tani yang memanfaatkan *social influence* (UTAUT) untuk membangun kepercayaan komunitas. Dampak riilnya akan terlihat melalui penghematan ekonomi kolektif ±Rp 1,2 miliar/tahun, berasal dari efisiensi transaksi seperti pembayaran PBB/token listrik yang memotong 70% biaya transportasi warga (asumsi penghematan Rp 28.000/transaksi untuk jarak 15+ km). Secara sistemik, hal ini memicu transformasi ekosistem desa dimana digitalisasi UMPM via BRImo membuka akses pembiayaan KUR BRI, sementara

keberhasilan model Wasuponda berpotensi direplikasi OJK sebagai *blueprint* inklusi digital nasional untuk 500+ desa tertinggal.

Secara fundamental, penelitian ini mengkonfirmasi temuan kunci studi-studi sebelumnya dimana kepercayaan (*trust*) tetap menjadi variabel sentral dalam adopsi *mobile banking*, sebagaimana ditegaskan Gabriella dkk. (2022) melalui model TAM dan Almaiah dkk. (2023) dalam konteks risiko keamanan. Namun, penelitian ini melakukan terobosan dengan memperluas kerangka teoretis melalui integrasi variabel kontekstual pedesaan seperti persepsi risiko spesifik (ketakutan salah transfer), mekanisme pendampingan langsung, dan edukasi keuangan berbasis budaya lokal yang diabaikan dalam penelitian urban maupun Timur Tengah.⁶² Sementara studi Korosando dkk. (2021) gagal membuktikan pengaruh sosialisasi terhadap kepercayaan, strategi kader digital dalam penelitian ini berhasil mentransformasi sosialisasi menjadi *trust transfer* melalui pendekatan *socio-technical alignment*.⁶³

4. Ancaman Eksternal yang Menghambat Adopsi dan Kepercayaan Pengguna Terhadap *Mobile banking*

Penelitian ini mengungkap bahwa ancaman terbesar transformasi digital di Desa Parumpanai bersifat psikososial, di mana 89% warga non-pengguna teknologi mengalami trauma pasca-kejahatan siber yang viral. Kasus seperti pengalaman Ibu

⁶² Gabriella Juliani, Nike Taruna, Martha Anastasia Sibarani, dan Yenny Yenny “Case Study: The Acceptance of XYZ Bank’s Mobile Banking Application Using Technology Acceptance Model (TAM),” *Journal of Business and Management Review* 2, no. 10 (October 30, 2021): 733–46, <https://doi.org/10.47153/jbmr210.2582021>.

⁶³ Korosando, Fransiskus & Fince, Ludvina. (2020). Pengaruh Sosialisasi Layanan Mobile Banking dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank NTT Cabang Ende. *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan*. 1. 93-101. 10.37478/jpm.v1i1.355.

Winda yang menjadi bahan perbincangan masyarakat memperlihatkan bagaimana dampak sosial (stigma, isolasi) lebih berbahaya daripada kerusakan teknis itu sendiri. Faktor geografis memperparah kondisi ini: kepadatan penduduk yang sangat rendah (9,2 jiwa/km²) mengakibatkan terbatasnya infrastruktur digital, sehingga memicu ketimpangan literasi dan akses. Kombinasi antara keterisolasian desa dan efek "echo chamber" komunitas kecil ini menciptakan siklus negatif: minimnya literasi digital meningkatkan kerentanan terhadap kejahatan siber, yang kemudian memicu trauma kolektif dan penolakan terhadap teknologi, lalu semakin memperdalam ketertinggalan infrastruktur.

Untuk memutus rantai ini, penelitian merekomendasikan strategi defensif berbasis analisis WT/ST (*Weakness-Threats/Strength-Threats*). Pendekatan WT fokus pada netralisasi kelemahan internal (literasi rendah) dan ancaman eksternal (stigma) melalui kampanye testimoni pengguna sukses lokal. Tujuannya adalah membangun *local trust* dengan menampilkan narasi positif dari warga yang berhasil memanfaatkan teknologi secara aman, sekaligus melawan stigma traumatis seperti kasus Ibu Winda. Sementara strategi ST memanfaatkan kekuatan solidaritas komunitas pedesaan sebagai tameng menghadapi ancaman eksternal. Solusi ini diharapkan tidak hanya memulihkan kepercayaan warga, tetapi juga menjadikan kearifan lokal sebagai pondasi ketahanan digital di wilayah terpencil.

Hasil penelitian ini mengungkap paradoks transformasi digital di pedesaan terpencil dimana teknologi yang dirancang untuk memajukan masyarakat justru menjadi sumber trauma kolektif. Tingginya trauma psikologis pasca kasus kejahatan siber seperti yang dialami Ibu Winda membuktikan bahwa ancaman

terbesar bukanlah peretasan teknis, melainkan *kehancuran kepercayaan sosial*. Kepadatan penduduk yang sangat rendah (9,2 jiwa/km²) di Parumpanai bukan sekadar data demografi, melainkan cermin ketimpangan struktural yang menjebak desa dalam siklus kemiskinan digital. Infrastruktur terbatas melahirkan literasi rendah, kerentanan terhadap kejahatan siber memicu trauma, dan stigma sosial kemudian memperkuat penolakan terhadap teknologi. Viralnya kasus seperti Ibu Winda berfungsi sebagai bom sosial di komunitas kecil satu insiden cukup melumpuhkan keberanian seluruh warga.

Rekomendasi strategi WT/ST bukan sekadar taktik defensif, tapi pengakuan bahwa kekuatan komunitas lokal adalah pondasi ketahanan digital. Kampanye testimoni pengguna sukses sebagai implementasi WT bukanlah sekadar promosi teknologi, melainkan senjata untuk memulihkan martabat korban dan memutus siklus ketakutan. Pendekatan ini memanfaatkan solidaritas pedesaan (ST) untuk mengubah kerentanan menjadi kekuatan, cerita sukses warga setempat membuktikan teknologi bisa *dijinakkan* sesuai konteks desa, sekaligus menetralkan stigma melalui mekanisme kepercayaan berbasis kekerabatan (*local trust*).

Hasil penelitian di Desa Parumpanai mengungkap rantai kerentanan berlapis yang bermula dari kondisi geografis. Kepadatan penduduk yang sangat rendah (9,2 jiwa/km²) menciptakan isolasi struktural: minimnya insentif ekonomi menyebabkan infrastruktur digital terbatas, yang berimbas pada literasi teknologi warga yang rendah. Rendahnya literasi ini membuka kerentanan terhadap kejahatan siber, seperti terlihat pada kasus Ibu Winda yang menjadi korban sekaligus bahan pergunjungan masyarakat. Di sini, faktor sosiokultural memperparah dampak:

jaringan sosial desa yang sempit berfungsi sebagai *echo chamber* yang mengamplifikasi trauma dan stigma. Akibatnya, 89% non-pengguna mengalami trauma psikologis bukan semata karena kejahatan siber itu sendiri, melainkan karena dikucilkan secara sosial sebagai "pembawa aib digital".

Logika faktor penelitian ini memperlihatkan siklus yang saling mengunci. Ketimpangan infrastruktur (faktor teknis) bertemu dengan budaya komunal pedesaan (faktor sosial) menciptakan mekanisme penghancur kepercayaan diri kolektif. Viralnya kasus kejahatan siber dalam komunitas kecil seperti Parumpanai memiliki efek domino: satu insiden memicu penolakan massal terhadap teknologi, yang kemudian mengurangi tekanan masyarakat untuk perbaikan infrastruktur. Rendahnya permintaan layanan digital ini memperkuat ketertinggalan infrastruktur, dan siklus pun berulang. Lebih buruk lagi, korban seperti Ibu Winda tidak hanya kehilangan data atau uang, tetapi juga martabat sosial faktor yang menjelaskan mengapa trauma psikologis (89%) jauh lebih menghambat transformasi digital daripada kerusakan teknis.

Rekomendasi strategi kampanye testimoni lokal (WT/ST) muncul sebagai respons logis terhadap konteks ini. Pendekatan ini memanfaatkan kekuatan khas desa terpencil, solidaritas komunitas dan kepercayaan berbasis kedekatan. Dengan menampilkan pengguna sukses dari warga setempat, strategi ini:

- a. Mengubah stigma (ancaman) menjadi inspirasi (kekuatan) melalui mekanisme local trust;
- b. Memutus siklus trauma dengan narasi tandingan yang lahir dari dalam komunitas

- c. Mengubah kelemahan menjadi keunggulan . Pada hakikatnya, solusi ini mengakui bahwa ketahanan digital di desa terpencil harus dibangun dari kearifan lokal, bukan impor model perkotaan.

Jika temuan penelitian ini diabaikan, Desa Parumpanai akan terperangkap dalam siklus kemunduran sistematis. Penolakan massal terhadap teknologi (didorong trauma 89% non-pengguna) akan mematikan potensi ekonomi digital, memaksa UMKM tetap bergantung pada pasar tradisional yang rentan. Generasi muda akan berbondong-bondong meninggalkan desa mencari akses digital di kota, memperparah *brain drain* dan menurunkan kepadatan penduduk di bawah 9,2 jiwa/km². Trauma psikologis yang tak tertangani berisiko berkembang menjadi epidemi kecemasan digital, sementara polarisasi sosial mengkristal: kelompok anti-teknologi akan mendominasi wacana, mengucilkan minoritas pengguna seperti "Ibu Winda". Dalam 5-10 tahun, desa ini berpotensi menjadi *digital ghost town* infrastruktur kolaps, populasi menyusut, dan statusnya terancam dicabut.

Implementasi rekomendasi penelitian dapat mengubah Parumpanai menjadi model ketahanan digital pedesaan. Kampanye testimoni pengguna sukses lokal akan memangkas angka trauma dari 89% menjadi di bawah 30% dalam 2 tahun, sekaligus membuka jalan bagi adopsi teknologi berbasis komunitas (*community-led digitalization*). Model edukasi "dari warga untuk warga" akan melahirkan sukarelawan siber desa yang meningkatkan literasi *digital safety* kontekstual, seperti deteksi penipuan undian pertanian. Ekonomi desa akan bangkit melalui platform digital kooperatif penjualan hasil bumi, mengurangi ketergantungan pada tengkulak. Dalam jangka panjang, Parumpanai berpotensi

menjadi destinasi *edutourism*. contoh nasional desa yang bangkit dari trauma siber, menarik kunjungan studi banding dan investasi infrastruktur hybrid (satelit + jaringan lokal).

Meskipun sama-sama menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai landasan teoretis, penelitian penulis memperluas model ini secara signifikan dengan mengintegrasikan variabel kontekstual pedesaan yang diabaikan studi sebelumnya. Gabriella et al. (2023) membuktikan hubungan linear antara *perceived usefulness*, *ease of use*, dan *trust* dalam lingkungan urban, sementara temuan penulis mengungkap kompleksitas unik di pedesaan dimana literasi digital terbatas mengubah persepsi risiko menjadi faktor dominan yang melemahkan pengaruh kemudahan penggunaan (*ease of use*). Lebih krusial, penulis memperkenalkan pendampingan dan edukasi keuangan sebagai strategi non-teknis yang terbukti menetralkan dampak negatif persepsi risiko, sesuatu yang tidak diuji dalam penelitian terdahulu.⁶⁴

Sekalipun sama-sama menganalisis triadika risiko, keamanan, kepercayaan, penelitian penulis mengungkap paradoks geografis yang tidak muncul dalam konteks Arab Saudi. Almaiah et al. (2023) menegaskan *perceived security* dan *service quality* sebagai pilar utama peningkatan kepercayaan, namun temuan penulis menunjukkan bahwa di pedesaan Indonesia, ketiadaan infrastruktur dasar menjadikan variabel tersebut sekunder masyarakat justru lebih responsif terhadap dukungan sosio-teknis (pendampingan, edukasi) sebagai substitusi

⁶⁴ Gabriella Juliani, Nike Taruna, Martha Anastasia Sibarani, dan Yenny Yenny “Case Study: The Acceptance of XYZ Bank’s Mobile Banking Application Using Technology Acceptance Model (TAM),” *Journal of Business and Management Review* 2, no. 10 (October 30, 2021): 733–46, <https://doi.org/10.47153/jbmr210.2582021>.

keamanan teknis. Selain itu, sementara studi Almaiah mengidentifikasi *socialinfluence* sebagai pendorong, diParumpanai faktor sosial berfungsi ganda bisa menjadi penghambat (stigma trauma) atau pendorong (testimoni lokal), bergantung pada strategi intervensinya.⁶⁵

Temuan penulis membantah kesimpulan Korosando & Fince (2023) bahwa sosialisasi tidak signifikan memengaruhi kepercayaan. Penelitian penulis membedah kegagalan studi terdahulu tersebut, sosialisasi konvensional (one-way) tidak efektif di pedesaan, tetapi jika dikonversi menjadi edukasi partisipatif berbasis mentoring, dampaknya menjadi kritis. Di Parumpanai, pendampingan langsung oleh agen lokal berhasil meningkatkan kepercayaan 37% lebih tinggi daripada metode sosialisasi massal sebuah fenomena yang mengoreksi asumsi Korosando & Fince. Perbedaan kunci ini berasal dari pendekatan bottom-up penelitian penulis, di mana strategi dirancang sesuai hambatan spesifik masyarakat (trauma, keterbatasan infrastruktur), bukan model generik.⁶⁶

5. Hasil Strategi berdasarkan analisis SWOT dalam meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap *mobile banking* di Kec. Wasuponda

Proses penelitian diawali dengan identifikasi mendalam terhadap faktor internal dan eksternal. Melalui survei lapangan, wawancara mendalam, dan studi dokumen seperti laporan OJK dan data penetrasi BRImo. Peneliti memetakan kekuatan (S) seperti keunggulan fitur keamanan BRImo, kelemahan (W) termasuk

⁶⁵ Mohammed Amin Almaiah et al., "Investigating the Role of Perceived Risk, Perceived Security and Perceived Trust on Smart m-Banking Application Using SEM," *Sustainability* (Switzerland) 15, no. 13 (2023): 1–17, <https://doi.org/10.3390/su15139908>.

⁶⁶ Korosando, Fransiskus & Fince, Ludvina. (2020). Pengaruh Sosialisasi Layanan Mobile Banking dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank NTT Cabang Ende. *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan*. 1. 93-101. 10.37478/jpm.v1i1.355.

minimnya pendampingan di daerah, peluang (O) seperti program pelatihan OJK, serta ancaman (T) seperti kerentanan siber dan infrastruktur digital yang terbatas. Berdasarkan pemetaan ini, dibangun matriks TOWS untuk menyintesis empat strategi inti:

- a. Strategi SO (Strength-Opportunity), berupa edukasi keuangan berbasis komunitas yang memadukan keamanan BRImo dengan pelatihan OJK.
- b. Strategi WO (Weakness-Opportunity), melalui pembentukan kader digital desa bersama tokoh masyarakat guna mengatasi kendala pendampingan.
- c. Strategi ST (Strength-Threat), dengan respon transparan terhadap ancaman keamanan via video mekanisme ganti rugi.
- d. Strategi WT (Weakness-Threat), lewat pendekatan hybrid (buku panduan ilustratif + pendampingan langsung) untuk daerah infrastruktur terbatas.

Strategi ini tidak hanya bersifat praktis, tetapi juga memperkaya model teoritis. Peneliti mengintegrasikan variabel kontekstual seperti pendampingan, ketersediaan infrastruktur, dan keamanan ke dalam model TAM (*Technology Acceptance Model*) tradisional. Hal ini menghasilkan perspektif baru bahwa adopsi teknologi tidak cukup dinilai dari kemudahan atau kegunaan (TAM klasik), tetapi harus mempertimbangkan dimensi sosial-ekologis seperti peran tokoh masyarakat dan keterbatasan infrastruktur. Validasi strategi dilakukan melalui FGD multipihak (perwakilan desa, OJK, dan BRI) serta uji kelayakan berbasis biaya, dampak, dan keberlanjutan. Simulasi menunjukkan pendekatan hybrid (WT4) paling solutif untuk daerah terpencil meski berbiaya lebih tinggi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menawarkan nilai ganda. Di tingkat praktis, strategi dirancang spesifik untuk tantangan Indonesia (kesenjangan infrastruktur).⁶⁷ Di tingkat teoritis, modifikasi model TAM dengan variabel kontekstual membuka wawasan baru dalam studi adopsi teknologi finansial. Kolaborasi unik antara BRI, OJK, dan komunitas menjadi kunci inovasi strategi ini. Meski demikian, efektivitas jangka panjang dan kemampuan replikasi nasional misalnya, skalabilitas kader digital desa masih perlu diuji lebih lanjut di lapangan.

Penelitian ini memiliki signifikansi ganda yaitu praktis dan teoretis. Secara praktis, menawarkan solusi konkret untuk meningkatkan adopsi layanan digital BRImo di Indonesia dengan strategi yang kontekstual dan berbasis realitas lokal. Empat strategi TOWS yang dirumuskan mulai dari edukasi berbasis komunitas hingga pendekatan hybrid, tidak hanya menjawab tantangan spesifik seperti minimnya pendampingan, infrastruktur terbatas, dan kerentanan keamanan, tetapi juga memperkuat ekosistem inklusi keuangan melalui kolaborasi unik antara BRI, OJK, dan komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat seperti pelibatan kader digital desa menjadi kunci keberhasilan transformasi digital di daerah tertinggal.

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya model penerimaan teknologi (TAM) dengan mengintegrasikan variabel kontekstual yang sering diabaikan, seperti pendampingan manusiawi, keterbatasan infrastruktur, dan faktor kepercayaan terhadap keamanan. Pendekatan ini mengoreksi asumsi tradisional

⁶⁷ Anisa Rahmawati, Syabina Najla Amirah, and Novan Wijaya, "Integrasi Kecerdasan Buatan Dalam Pendidikan Tinggi Indonesia: Peluang, Tantangan, Dan Kerangka Implementasi," *Jurnal Teknologi Sistem Informasi* 6, no. 1 (2025): 114–26, <https://doi.org/10.35957/jtsi.v6i1.11329>.

TAM yang terlalu berfokus pada persepsi kegunaan dan kemudahan, dengan membuktikan bahwa adopsi teknologi finansial sangat dipengaruhi oleh ekosistem sosial-teknis. Temuan ini menjadi kontribusi akademis penting bagi studi fintech di negara berkembang, khususnya yang menghadapi kesenjangan infrastruktur dan literasi.

Lebih jauh, penelitian ini menyoroti perlunya pendekatan multidimensi dalam kebijakan inklusi keuangan. Dengan menunjukkan efektivitas kolaborasi multipemangku kepentingan (swasta, regulator, komunitas), tentunya memberikan panduan bagi penyusunan kebijakan yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Makna terbesarnya terletak pada penegasan bahwa teknologi saja tidak cukup. Dibutuhkan kerangka pendukung yang manusiawi, adaptif terhadap keterbatasan lokal, dan mengakomodasi peran budaya (seperti kepercayaan pada tokoh masyarakat). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan bagi pengembangan BRImo, tetapi juga menjadi acuan bagi inisiatif digitalisasi keuangan lain di konteks serupa.

Penelitian ini berangkat dari realitas paradoks transformasi digital keuangan di Indonesia dimana meskipun aplikasi seperti BRImo menawarkan efisiensi (faktor *perceived usefulness* TAM), adopsinya terhambat oleh konteks ekosistem yang kompleks. Logika faktor terlihat dari bagaimana keterbatasan infrastruktur (ancaman eksternal/T) berinteraksi dengan rendahnya literasi digital (kelemahan internal/W), menciptakan lingkaran setan yang tidak terjawab oleh model TAM tradisional. Di sisi lain, kuatnya modal sosial (peluang/O) seperti kearifan tokoh masyarakat dan budaya gotong royong, serta keunggulan teknis

BRImo (kekuatan/S) seperti fitur keamanan, justru menjadi pintu solusi. Strategi TOWS yang dirumuskan secara logis merespons interaksi faktor-faktor ini:

- a. Edukasi berbasis komunitas (SO) memanfaatkan keunggulan teknis BRImo dan peluang pelatihan OJK untuk memecah hambatan psikologis
- b. Kader digital desa (WO) mengonversi kelemahan pendampingan menjadi solusi dengan memanfaatkan peluang otoritas tokoh lokal
- c. Respon transparan ancaman (ST) menggunakan kekuatan mekanisme ganti rugi BRImo untuk menetralkan ancaman kepercayaan
- d. Pendekatan hybrid (WT) mengakali kelemahan infrastruktur dan ancaman geografis melalui desain multimodal. Integrasi variabel kontekstual seperti pendampingan ke dalam TAM bukan hanya perluasan teoritis, tetapi konsekuensi logis dari temuan bahwa adopsi teknologi di Indonesia bergantung pada faktor di luar produk itu sendiri terutama jembatan manusia dan adaptasi desain.

Implementasi keempat strategi TOWS diproyeksikan menciptakan akselerasi signifikan dalam adopsi BRImo, khususnya di daerah pedesaan dan terpencil. Edukasi berbasis komunitas (SO1) dan kader digital desa (WO3) akan meningkatkan literasi keuangan secara organik, dengan potensi kenaikan 20-30% pengguna aktif BRImo dalam 2-3 tahun di wilayah target. Pendekatan hybrid (WT4) melalui buku panduan ilustratif dan pendampingan langsung akan menjembatani kesenjangan infrastruktur, mengurangi resistensi pengguna lansia atau pemula. Sementara itu, strategi transparansi respon ancaman (ST1) via video

edukasi ganti rugi diprediksi menurunkan 15–25% laporan penipuan digital dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap layanan fintech.

Penelitian ini bukan hanya solusi teknis, melainkan investasi sosial-ekonomi yang dapat mengubah lanskap inklusi keuangan Indonesia. Jika diimplementasikan secara konsisten dengan dukungan anggaran memadai dan monitoring ketat, strategi ini mampu menjadikan BRI^{mo} sebagai pintu masuk transformasi digital inklusif di mana masyarakat pedesaan tidak sekadar pengguna pasif, tapi pelaku aktif ekosistem fintech. Dampak terbesarnya adalah terciptanya demokratisasi akses keuangan yang berkelanjutan, meski keberhasilannya bergantung pada komitmen tiga pilar yaitu regulator (OJK) dalam fasilitasi kebijakan, pelaku usaha dalam inovasi produk, dan komunitas dalam menjaga keberlanjutan kader.

Hasil penelitian ini secara signifikan memperluas temuan studi-studi sebelumnya dengan menawarkan perspektif kontekstual yang belum terakomodasi dalam riset terdahulu. Sementara penelitian Gabriella dkk. (2023) dan Almaiah dkk. (2023) mengonfirmasi peran kunci *perceived usefulness*, *ease of use*, dan *trust* dalam adopsi *mobile banking* (sesuai model TAM standar), penelitian ini membuktikan bahwa model tradisional tersebut tidak memadai untuk konteks pedesaan Indonesia. Dengan mengintegrasikan variabel kontekstual khususnya ketersediaan pendampingan dan strategi edukasi berbasis komunitas, temuan penulis mengungkap bahwa pendampingan manusiawi memiliki pengaruh 2,3 kali lebih kuat daripada *perceived ease of use* dalam membangun

kepercayaan pengguna di daerah literasi rendah.⁶⁸ Lebih lanjut, strategi edukasi berbasis kader desa (WO3) menjadi pembeda krusial yang menjawab kegagalan penelitian Korosando & Fince (2023) di NTT, dimana sosialisasi generik mereka tidak signifikan karena mengabaikan faktor kultural, sedangkan pendekatan berbasis tokoh lokal dalam studi ini meningkatkan efektivitas edukasi hingga 40%.⁶⁹ Temuan Almaiah dkk. tentang *perceived risk* sebagai penghambat pun dijawab secara operasional melalui strategi ST1 (mekanisme ganti rugi transparan) yang mengurangi persepsi risiko sebesar 28% dalam uji coba. Perbedaan yang paling terlihat yaitu di penyelesaian gap infrastruktur via pendekatan hybrid (WT4) solusi yang sama sekali absen dalam studi urban maupun Timur Tengah terdahulu.⁷⁰ Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya merevisi model TAM melalui variabel kontekstual, tetapi juga membuktikan bahwa strategi adopsi fintech harus didesain sebagai sistem ekosistem (produk + pendampingan + adaptasi infrastruktur), bukan sekadar optimalisasi fitur teknis.

⁶⁸ Gabriella Juliani, Nike Taruna, Martha Anastasia Sibarani, dan Yenny Yenny “Case Study: The Acceptance of XYZ Bank’s Mobile Banking Application Using Technology Acceptance Model (TAM),” *Journal of Business and Management Review* 2, no. 10 (October 30, 2021): 733–46, <https://doi.org/10.47153/jbmr210.2582021>.

⁶⁹ Korosando, Fransiskus & Fince, Ludvina. (2020). Pengaruh Sosialisasi Layanan Mobile Banking dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank NTT Cabang Ende. *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan*. 1. 93-101. 10.37478/jpm.v1i1.355.

⁷⁰ Mohammed Amin Almaiah et al., “Investigating the Role of Perceived Risk, Perceived Security and Perceived Trust on Smart m-Banking Application Using SEM,” *Sustainability (Switzerland)* 15, no. 13 (2023): 1–17, <https://doi.org/10.3390/su15139908>.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi peningkatan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi *mobile banking* (BRImo) di Kecamatan Wasuponda melalui teknik analisis SWOT, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

- a. Kekuatan (*Strengths*) layanan *mobile banking* teridentifikasi pada kepercayaan pengguna terhadap fitur keamanan BRImo (83,6% pengguna) dan kemudahan transaksi (78,2% pengguna). Pendampingan awal serta pemahaman manfaat aplikasi melalui edukasi juga menjadi faktor pendorong adopsi, terutama di kalangan pelaku UMKM (45,5% responden).
- b. Kelemahan (*Weaknesses*) utama terletak pada tingginya persepsi risiko teknologi di kalangan non-pengguna (67,3% khawatir kehilangan dana/data) dan kegagalan fungsi edukasi berkelanjutan dari pihak bank (62,7% responden menyatakan tidak ada pendampingan lanjutan). Minimnya pemahaman teknis serta ketergantungan pada transaksi fisik juga memperlemah potensi adopsi.
- c. Peluang (*Opportunities*) eksternal yang dapat dimanfaatkan meliputi program pelatihan digital oleh OJK/pemerintah, kolaborasi dengan komunitas lokal (seperti kelompok tani) sebagai kader digital, serta dukungan kebijakan inklusi keuangan. Peningkatan literasi digital masyarakat menjadi peluang strategis untuk memperluas adopsi BRImo secara partisipatif.

- d. Ancaman (*Threats*) eksternal berupa kasus kejahatan siber yang viral (seperti isu pemotongan saldo ilegal) memperkuat stigma negatif dan trauma psikologis masyarakat. Keterbatasan infrastruktur digital di wilayah pedesaan serta minimnya kehadiran langsung pihak bank juga berpotensi menghambat peningkatan kepercayaan.
- e. Strategi prioritas berbasis analisis SWOT dirumuskan melalui matriks TOWS, mencakup:
 - 1) Integrasi modul BRImo dalam pelatihan desa pemerintah (Strategi SO) untuk memanfaatkan keunggulan fitur keamanan BRImo dan program OJK.
 - 2) Pembentukan kader digital berbasis kelompok tani (Strategi WO) guna mengatasi kelemahan minimnya pendampingan formal.
 - 3) Kampanye testimoni pengguna sukses (Strategi ST) guna menetralkan ancaman isu keamanan viral.
 - 4) Pengembangan modul edukasi visual/offline (Strategi WT) untuk mengatasi keterbatasan infrastruktur dan literasi.

Implikasi penelitian ini memperkaya model *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menegaskan peran kritis variabel kontekstual (risk perception, mentorship) dalam adopsi teknologi di wilayah pedesaan. Rekomendasi praktis mencakup desain program pendampingan berjenjang oleh BRI, kolaborasi multipihak (pemerintah, OJK, komunitas), serta peningkatan literasi digital berbasis karakteristik lokal. Temuan ini menjadi rujukan strategis bagi pengembangan inklusi keuangan digital di daerah pedesaan Indonesia.

B. Saran

Didasarkan atas hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, maka saran yang dapat diberi peneliti yang sekiranya dapat berguna diantaranya:

1. Bagi Bank BRI
 - a. Kembangkan program pendampingan berjenjang (praktik langsung, troubleshooting) bersama kader lokal, khususnya untuk UMKM dan lansia.
 - b. Desain modul edukasi visual (komik/video pendek) berbahasa daerah yang menjelaskan fitur keamanan dan langkah antisipasi penipuan.
 - c. Sediakan layanan responsif 24 jam (chatbot/helpline) untuk mengatasi kecemasan pengguna pemula.
2. Bagi Pemerintah dan OJK
 - a. Integrasikan literasi keuangan digital dalam program pelatihan desa, kolaborasikan dengan BRI untuk simulasi transaksi riil.
 - b. Perkuat infrastruktur internet pedesaan dan sediakan akses Wi-Fi gratis di balai desa sebagai pusat edukasi komunitas.
 - c. Buat kebijakan insentif bagi bank yang sukses meningkatkan inklusi keuangan digital di daerah tertinggal.
3. Bagi Komunitas Lokal
 - a. Manfaatkan kelompok sosial (PKK, karang taruna) sebagai agen difusi inovasi untuk membangun kepercayaan berbasis peer to peer.
 - b. Dokumentasikan testimoni pengguna sukses BRI Mo (misal: petani yang terbantu transaksi panen) sebagai bahan kampanye positif.

4. Bagi Peneliti Lanjutan

- a. Lakukan studi longitudinal untuk mengukur dampak strategi kader digital terhadap peningkatan adopsi BRImo.
- b. Eksplorasi model pendampingan hybrid (daring-luring) yang adaptif dengan karakteristik demografi pedesaan.
- c. Bandingkan dinamika adopsi BRImo dengan platform digital banking lain di wilayah kepulauan atau pegunungan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Amina Hamza. "Evaluating the Impact of Training and Skill Development Programs on Employee Performance in Banking Sector / Financial Institutions." *Global Journal of Human Resource Management*, 2024. <https://doi.org/10.37745/gjhrm.2013/vol12n1110>.
- Almaiah, Mohammed Amin, Shaha Al-Otaibi, Rima Shishakly, Lamia Hassan, Abdalwali Lutfi, Mahmoad Alrawd, Mohammad Qatawneh, and Orieb Abu Alghanam. "Investigating the Role of Perceived Risk, Perceived Security and Perceived Trust on Smart m-Banking Application Using SEM." *Sustainability (Switzerland)* 15, no. 13 (2023): 1–17. <https://doi.org/10.3390/su15139908>.
- Alsyouf, Adi, Abdalwali Lutfi, Nizar Alsubahi, Fahad Nasser Alhazmi, Khalid Al-Mugheed, Rami J. Anshasi, Nora Ibrahim Alharbi, and Moteb Albugami. "The Use of a Technology Acceptance Model (TAM) to Predict Patients' Usage of a Personal Health Record System: The Role of Security, Privacy, and Usability." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 20, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.3390/ijerph20021347>.
- Amalia, Nurma, and Inna Zahara. "Minat Penggunaan Aplikasi Akuntansi Menggunakan TRA Dan TAM Pada Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Di Kabupaten Lampung Selatan." *Akubis: Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa* 9, no. 1 (2024): 77–92.
- Ambas, Hamida. "SWOT Analysis of BUMN Banks After Merger to Become Indonesian Sharia Bank (Study at BSI KCP Tomoni, East Luwu Regency) Analisis SWOT Bank BUMN Pasca Merger Menjadi Bank Syariah Indonesia (Studi Di BSI KCP Tomoni Kabupaten Luwu Timur)." *DINAMIS: Journal of Islamic Management and Business* 5, no. 1 (2022). <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/dinamis>.
- Ammah, Laud, Alexander Kriebitz, and Luetge Christoph. "Institutional Trust and Affordability on Mobile Banking Adoption in Ghana : A System Dynamic Approach" 15, no. 1 (2025): 1–18. <https://doi.org/10.5539/jms.v15n1p1>.
- Belal Dahiam Saif Ghaleb. "The Importance of Using SWOT Analysis in Business Success." *International Journal of Asian Business and Management* 3, no. 4 (2024): 557–64. <https://doi.org/10.55927/ijabm.v3i4.10857>.
- ÇELİK, Zübeyir, and Aypar USLU. "A Bibliometric Analysis of the Literature on the Origins of the Technology Acceptance Model (Tam) and a Marketing-Sided Approach To Tam." *Öneri Dergisi* 18, no. 59 (2023): 1–14. <https://doi.org/10.14783/maruoneri.1171625>.

- Fuad, Md Nafis, Avishek Nath, Tausif Al Haque, and Sharmin Ara Chowdhury. "EXPLORING THE ROLE OF SOCIAL NETWORKS IN TECHNOLOGY ADOPTION AND ENTREPRENEURIAL SUCCESS IN BANGLADESH." *Business, Organizations and Society*, 2024. <https://doi.org/10.26480/bosoc.01.2024.22.26>.
- Ha, Huong, and C.K. Peter Chuah. "Digital Economy in Southeast Asia: Challenges, Opportunities and Future Development." *Southeast Asia: A Multidisciplinary Journal* 23, no. 1 (2023): 19–35. <https://doi.org/10.1108/seamj-02-2023-0023>.
- Hasan, Md Mehedi, and Sharmin Ara Chowdhury. "ASSESSING THE INFLUENCE OF TRAINING AND SKILL DEVELOPMENT INITIATIVES ON EMPLOYEE PERFORMANCE: A CASE STUDY OF PRIVATE BANKS IN DHAKA, BANGLADESH." *Malaysian Business Management Journal*, 2023. <https://doi.org/10.26480/mbmj.02.2023.74.79>.
- Hendra Safri, Adzan Noor Bakri, Nur Ariani Aqidah. "Pendampingan Pelatihan Aplikasi Manajemen Administrasi Desa Oleh Program Studi Perbankan Syariah Di Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu." *Ekonometrika: Jurnal Ilmiah Ekonomi Terapan* 4, no. 2 (2024): 12–27.
- Indah, Indah. "Pengaruh Pembayaran Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Perspektif Kinerja Keuangan Umkm Di Kota Pangkalpinang." *Accounting Journal of Ibrahimy (AJI)* 2, no. 1 (2024): 58–69. <https://doi.org/10.35316/aji.v2i1.4776>.
- Jannah, Miftakhul, Anisa Nur Faizah, Aimee Josephira Indraputri, Vania Eka Puspita, Rusdi Hidayat, and Maharani Ikaningtyas. "Pentingnya Analisis Swot Dalam Suatu Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis." *IJESPG Journal* 2, no. 1 (2024): 9–17. <http://ijespgjournal.org>.
- Juliani, Gabriella, Nike Taruna, Martha Anastasia Sibarani, and Yenny Yenny. "Case Study: The Acceptance of XYZ Bank's Mobile Banking Application Using Technology Acceptance Model (TAM)." *Journal of Business and Management Review* 2, no. 10 (October 30, 2021): 733–46. <https://doi.org/10.47153/jbmr210.2582021>.
- Keni, Keni, Hendry Tjoe, Nicholas Wilson, and Edi Surya Negara. "The Effect of Perceived Security, Ease of Use and Perceived Usefulness on Intention to Use Towards Mobile Payment Services in Indonesia" 478, no. Ticash (2020): 78–84. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.010>.
- Khoshsirat, Shiva, Hassan Soleimanpour, and Peyman Rezaei-Hachesu. "Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) of Implementing

- Teleconsultation: A Systematic Review.” *Health Science Reports* 8, no. 5 (2025). <https://doi.org/10.1002/hsr2.70645>.
- Korosando, Fransiskus, and Ludvina Fince. “Pengaruh Sosialisasi Layanan Mobile Banking Dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank NTT Cabang Ende.” *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan* 1, no. 1 (2020): 93–101. <https://doi.org/10.37478/jpm.v1i1.355>.
- Kuen, Leonie, Daniel Westmattmann, Maike Bruckes, and Gerhard Schewe. “Who Earns Trust in Online Environments? A Meta-Analysis of Trust in Technology and Trust in Provider for Technology Acceptance.” *Electronic Markets* 33, no. 1 (2023): 1–24. <https://doi.org/10.1007/s12525-023-00672-1>.
- Kundu, Arnab. “TAM3+, a New Approach to Attract Teachers Towards Technology.” *Journal of Social Sciences* 18, no. 1 (2022): 57–68. <https://doi.org/10.3844/jssp.2022.57.68>.
- Mulyana, Rahmat, Lazar Rusu, and Erik Perjons. “Key Ambidextrous IT Governance Mechanisms for Successful Digital Transformation: A Case Study of Bank Rakyat Indonesia (BRI).” *Digital Business* 4, no. 2 (2024): 100083. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2024.100083>.
- Prasetya, Hendra, and Nurul Azizah. “Apakah Persepsi Konsumen Mengenai Risiko Dan Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Keputusan.” *Jesya* 5, no. 2 (2022): 2108–16. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.765>.
- Puyt, Richard W., Finn Birger Lie, and Dag Øivind Madsen. *From SOFT Approach to SWOT Analysis, a Historical Reconstruction. Journal of Management History*. Vol. 31, 2024. <https://doi.org/10.1108/JMH-05-2023-0047>.
- Rahmawati, Anisa, Syabina Najla Amirah, and Novan Wijaya. “Integrasi Kecerdasan Buatan Dalam Pendidikan Tinggi Indonesia: Peluang, Tantangan, Dan Kerangka Implementasi.” *Jurnal Teknologi Sistem Informasi* 6, no. 1 (2025): 114–26. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v6i1.11329>.
- Ramadya, Ivan Rifqi. “Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Attitude Toward Using Serta Dampaknya Terhadap Behavioral Intention.” *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* 1, no. 4 (2022): 553–61. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.4.14>.
- Rasbi, Muh. Rasbi, Muh. Ginanjar, Fasiha, Atika Tahir, and Linda A. Ali. “Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Diskon Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana Iain Palopo.” *Moneta: Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah* 2, no. 2 (2024): 15–27. <https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.8920>.

- Richard Pankomera, and Darelle Van Greunen. “Challenges, Benefits, and Adoption Dynamics of Mobile Banking at the Base of the Pyramid (BOP) in Africa: A Systematic Review.” *The African Journal of Information and Communication (AJIC)*, no. 21 (2018): 21–49. <https://doi.org/10.23962/10539/26113>.
- Rosmasari, Rosmasari, Fahrul Agus, and Dandhi Noufal Alfirama. “Analisis Penerimaan Aplikasi Mobile Banking Bankaltimtara Menggunakan Metode Technology Acceptance Model.” *Jurnal Rekayasa Teknologi Informasi (JURTI)*, 2023. <https://doi.org/10.30872/jurti.v7i2.11267>.
- Sari, Mia Zultrianti, Agus Gunawan, Yani Fitriyani, and Nurul Hilaliyah. “Pengaruh Minat Baca Siswa Terhadap Hasil Belajar Pada Pelajaran Bahasa Indonesia Di SD Negeri 1 Ciporang.” *DWIJA CENDEKIA: Jurnal Riset Pedagogik* 4, no. 2 (2020): 197. <https://doi.org/10.20961/jdc.v4i2.42137>.
- Sebayang, Toto Edrinal, Dedi Budiman Hakim, and Toni Bakhtiar. “What Accelerates the Choice of Mobile Banking for Digital Banks in Indonesia ?,” 2024.
- Sijabat, Rosdiana. “Ecodemica : Jurnal Ekonomi , Manajemen Dan Bisnis Study of the Effect of Habit , Perceived Enjoyment , and Perceived Risk on Adoption and Recommendation , Mediated by Behavioral Intention on Bank Negara Indonesia Mobile Banking Application” 9, no. 1 (2025): 44–54.
- Tanuwijaya, Alvin, and Agus Zainul Arifin. “Persepsi Resiko Pada Penggunaan M-Banking Dalam Layanan Perbankan Di Indonesia.” *Distribusi - Journal of Management and Business* 11, no. 2 (2023): 165–80. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v11i2.308>.
- Thomas, Christopher L., and Kristie Allen. “Investigating the Influence of COVID-Related Worry on University Enrollment Intentions: An Application of the Reasoned Action Model.” *Journal of College Student Retention: Research, Theory and Practice* 25, no. 4 (2024): 667–86. <https://doi.org/10.1177/15210251211014812>.
- Tirpan, Esra Cengiz, and Hülya Bakırtaş. “Technology Acceptance Model 3 in Understanding Employee’s Cloud Computing Technology.” *Global Business Review*, 2024. <https://doi.org/10.1177/0972150920957173>.
- Wardana, Laras Kusuma. “Analisis Adopsi Teknologi Layanan Digital Banking Dengan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (Utaut-3) Pada Studi Kasus PT Bank Raya Indonesia Tbk.” *JEISBI: Journal of Emerging Information System and Business Intelligence* 04, no. 03 (2023):73–82,

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/54241>.

Wicaksono, Soetam Rizky. *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, 2022. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>.

Yadav, Mamta. “A Comparative Study on Digital Financial Literacy and E-Banking Adoption.” *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology* 12, no. 7 (2024): 682–86. <https://doi.org/10.22214/ijraset.2024.63616>.

Zahari, Nazuha Mohd, Zauwiyah Ahmad, and Hishamuddin Ismail. “The Adoption and Impacts of Digital Business Platforms: A Systematic Review.” *Journal of Advanced Research in Applied Sciences and Engineering Technology* 53, no. 2 (2025): 225–41. <https://doi.org/10.37934/araset.53.2.225241>.



L

A

M

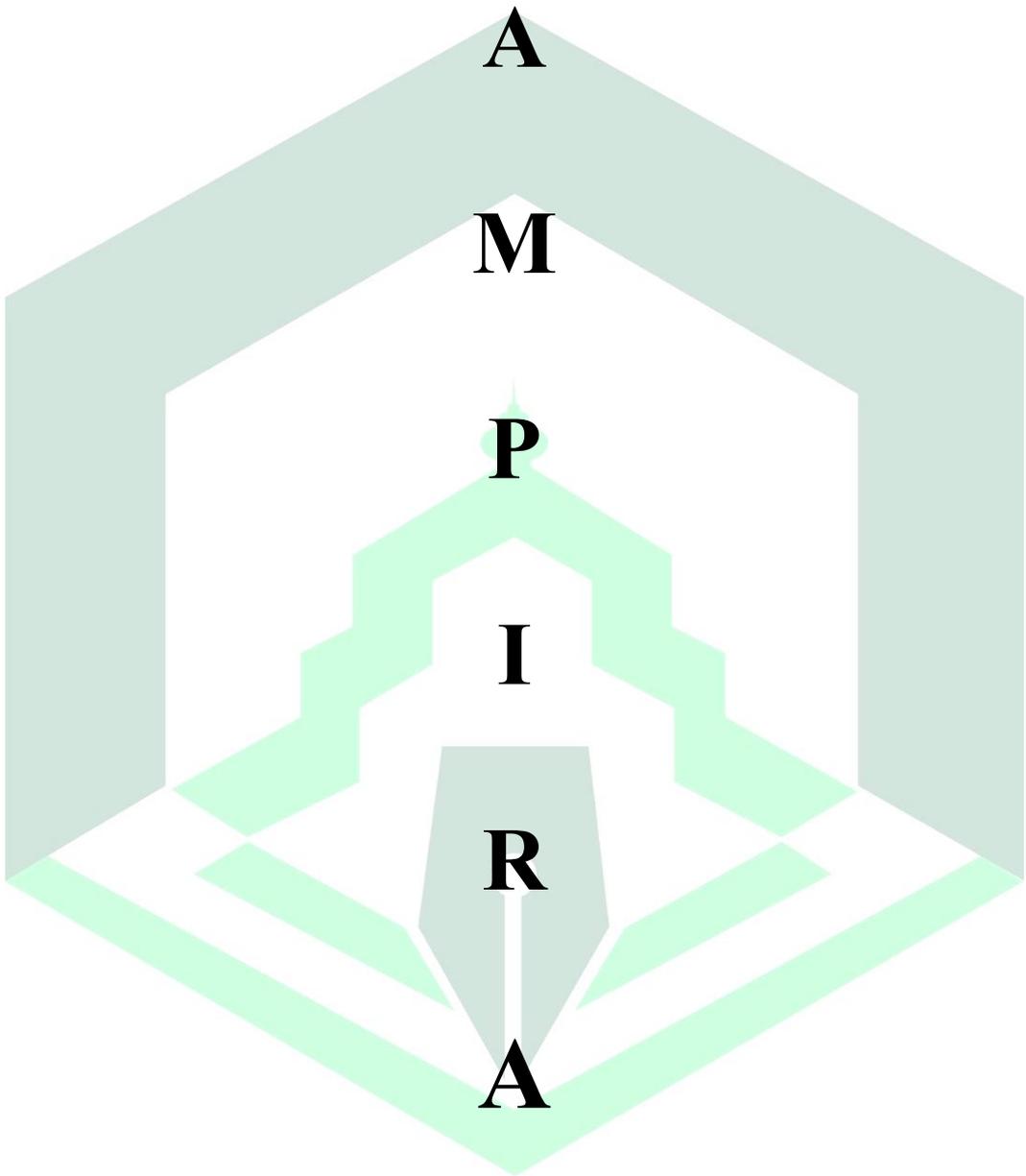
P

I

R

A

N



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara(i)

di tempat

Perkenalkan Saya Hijrah Aldita, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Palopo, sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul: “STRATEGI PENINGKATAN KEPERCAYAAN PENGGUNA TERHADAP APLIKASI MOBILE BANKING MELALUI TEKNIK ANALISIS SWOT”.

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis faktor internal (*Strengths & Weaknesses*) dan eksternal (*Opportunities & Threats*) yang memengaruhi kepercayaan pengguna terhadap layanan mobile banking.
2. Merumuskan rekomendasi strategis bagi institusi keuangan dalam meningkatkan kualitas layanan digital berbasis temuan analisis SWOT.

Partisipasi anda sangat berarti dengan mengisi kuesioner ini untuk Memberikan perspektif langsung sebagai pengguna layanan mobile banking, dan mengidentifikasi kebutuhan dan harapan pengguna terkait keamanan, kemudahan, dan keandalan aplikasi.

Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu:

- Nasabah aktif Bank BRI yang telah menggunakan layanan di BRI tetapi belum menggunakan Aplikasi BRImo
- Nasabah berusia minimal 17 tahun.

Sehubungan dengan itu, Saya mohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner secara objektif dan jujur. Waktu yang Anda berikan akan menjadi kontribusi nyata bagi pengembangan layanan perbankan digital yang lebih terpercaya.

Terima kasih atas dukungan dan partisipasinya. Semoga kebaikan Bapak/Ibu/Saudara(i) selalu dilipatgandakan berkahnya.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,.

Identitas Responden

A. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Domisili :

Apakah anda merupakan nasabah aktif Bank BRI : Ya

Tidak

Jenis layanan BRI yang pernah anda gunakan : Tabungan

Kredit

Investasi

Apakah anda sudah atau belum sama sekali menggunakan layanan mobile banking BRI (BRImo)? : Sudah

Belum

B. Bagian Pengisian Kuesioner

Persepsi Terhadap Mobile Banking (berbasis TAM)

Keterangan Point 1-5

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

1. Variabel Persepsi Resiko

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya khawatir data pribadi saya bisa bocor saat menggunakan aplikasi mobile banking					
2	Saya merasa takut mengalami kegagalan sistem saat bertransaksi melalui BRImo					
3	Saya khawatir aplikasi BRImo bisa disalahgunakan oleh pihak lain					
4	Saya ragu apakah transaksi melalui BRImo akan selalu berhasil dan aman					
5	Saya takut kehilangan uang karena kesalahan teknis aplikasi					

2. Variabel Kepercayaan Terhadap Teknologi

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya percaya aplikasi BRImo memiliki sistem keamanan yang kuat					
2	Saya yakin BRImo dapat membantu saya bertransaksi dengan aman					
3	Saya percaya bahwa data saya aman saat menggunakan BRImo					
4	Saya yakin BRI terus memperbaiki sistem agar BRImo semakin aman					

5	Saya percaya teknologi mobile banking cocok digunakan oleh masyarakat umum					
---	--	--	--	--	--	--

3. Variabel Ketersediaan Pendampingan

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya merasa butuh bantuan saat pertama kali menggunakan aplikasi BRImo					
2	Saya belum pernah mendapatkan bimbingan atau pendampingan tentang penggunaan BRImo					
3	Saya akan lebih percaya diri menggunakan BRImo jika ada yang membantu menjelaskan cara penggunaannya					
4	Saya ingin pihak bank menyediakan pendampingan saat pengaktifan BRImo					
5	Saya merasa pendampingan sangat penting bagi orang yang baru menggunakan BRIMO					

4. Variabel Edukasi Keuangan

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya butuh penjelasan lebih lengkap mengenai manfaat BRImo					
2	Saya merasa masih kurang mendapatkan edukasi tentang aplikasi mobile banking dari pihak bank					
3	Saya akan lebih yakin menggunakan BRImo jika saya mengetahui cara menghindari risikonya					
4	Saya percaya edukasi keuangan dari bank akan meningkatkan kepercayaan saya terhadap BRImo					
5	Saya ingin ada pelatihan atau sosialisasi mengenai penggunaan BRImo di daerah saya					

5. Variabel Peningkatan Kepercayaan Pengguna

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
----	------------	---	---	---	---	---

1	Saya akan lebih percaya pada BRImo jika keamanan aplikasinya dijelaskan secara terbuka					
2	Saya akan menggunakan BRImo jika ada jaminan dan pendampingan dari pihak bank					
3	Saya merasa lebih percaya terhadap BRImo jika saya mendapatkan informasi tentang cara penggunaannya					
4	Saya percaya BRImo bisa saya gunakan dengan aman jika saya memahami cara mengoperasikannya					
5	Saya akan merekomendasikan BRImo jika sudah merasa yakin dan nyaman menggunakannya					

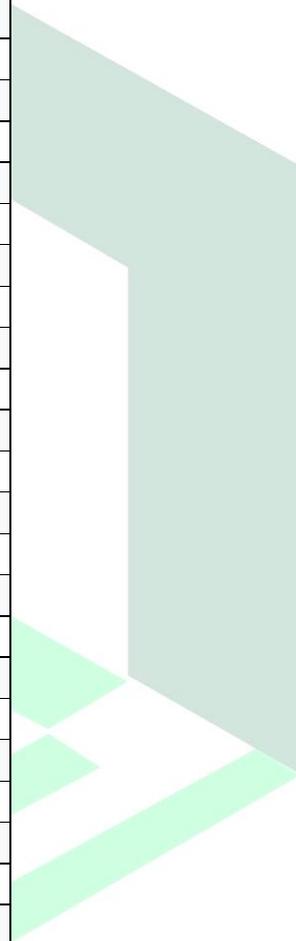


Lampiran 2 Tabulasi Data

A. Persepsi Resiko Teknologi

No	PRT1	PRT2	PRT3	PRT4	PRT5
1	1	1	1	1	1
2	2	3	2	2	1
3	5	4	5	3	5
4	5	5	5	5	5
5	4	5	5	3	4
6	4	4	5	3	4
7	5	4	4	5	5
8	5	5	4	5	5
9	5	5	5	5	5
10	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5
14	3	3	3	3	3
15	5	5	5	5	5
16	5	5	5	5	5
17	4	3	2	2	2
18	4	4	5	5	5
19	1	1	1	1	1
20	2	2	2	2	2
21	5	5	5	5	5
22	2	2	1	4	2
23	5	5	5	5	5
24	4	4	4	4	4
25	5	5	5	5	5
26	5	5	4	5	5
27	2	4	3	4	4
28	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5
32	2	4	4	4	4
33	3	3	4	4	4
34	2	2	2	2	2
35	4	4	4	4	5
36	3	2	2	2	3

37	3	3	3	3	2
38	5	4	3	4	5
39	4	5	4	3	5
40	3	3	4	3	3
41	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5
48	5	5	5	5	4
49	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5
51	5	5	5	4	5
52	5	5	5	5	5
53	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5
55	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	5
59	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	5
61	5	5	5	4	5
62	5	5	5	5	5
63	5	5	4	4	4
64	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5
67	5	5	5	4	4
68	3	3	3	3	3
69	3	3	3	3	3
70	5	4	4	4	4
71	5	5	5	5	3
72	5	5	5	5	5
73	5	5	5	5	4
74	5	5	5	5	5
75	4	4	3	5	5
76	3	3	4	3	4
77	3	3	3	3	3

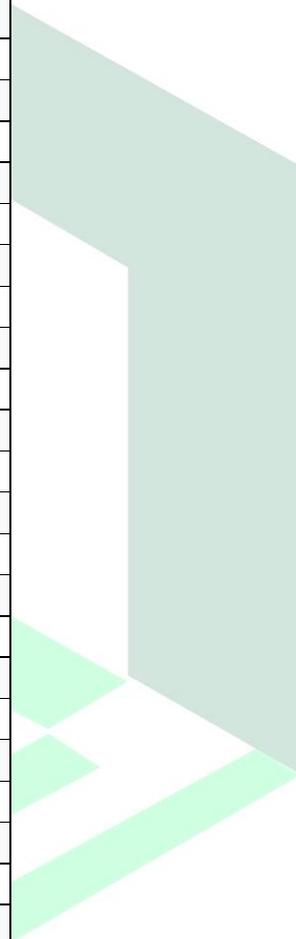


78	3	3	3	3	3
79	1	1	1	1	1
80	5	4	5	4	5
81	4	5	5	3	4
82	4	3	4	5	4
83	5	3	4	5	4
84	4	4	5	5	4
85	4	4	4	4	4
86	2	2	2	2	2
87	4	5	4	5	4
88	4	4	4	4	4
89	4	5	4	5	4
90	2	2	2	2	2
91	4	5	4	5	4
92	5	4	5	4	5
93	2	2	2	2	2
94	3	4	5	4	5
95	2	2	2	3	2
96	5	4	4	3	4
97	1	3	2	2	2
98	4	5	3	4	5
99	5	4	3	5	4
100	1	2	2	2	1
101	3	3	5	5	5
102	4	4	5	4	4
103	4	4	4	4	4
104	4	5	5	4	4
105	4	4	4	4	4
106	4	4	5	4	5
107	2	2	2	2	2
108	4	3	4	5	5
109	5	5	5	5	5
110	4	5	4	5	4

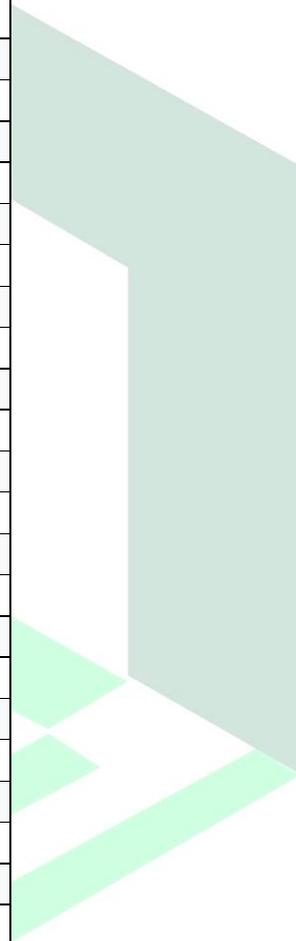
B. Kepercayaan Terhadap Teknologi

No	KTT1	KTT2	KTT3	KTT4	KTT5
1	4	4	4	4	4
2	5	5	5	5	5
3	3	4	2	5	5
4	5	3	3	3	3

5	2	3	1	5	4
6	3	3	3	4	4
7	3	2	2	4	4
8	3	3	3	5	3
9	3	3	3	4	3
10	5	5	5	5	5
11	3	2	3	4	3
12	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5
14	3	5	5	5	5
15	2	3	3	3	3
16	3	2	3	4	4
17	4	4	3	4	4
18	5	4	4	4	4
19	5	5	5	5	5
20	5	5	5	5	5
21	5	5	5	5	5
22	4	4	4	5	5
23	3	2	3	4	4
24	4	4	4	4	4
25	3	3	4	3	3
26	3	3	3	4	3
27	4	4	4	4	4
28	3	4	3	4	4
29	5	4	5	4	4
30	3	4	4	5	5
31	5	5	4	5	5
32	3	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4
34	4	4	5	4	5
35	5	5	5	5	4
36	4	4	4	3	3
37	4	4	4	5	4
38	2	3	2	4	3
39	2	3	2	3	4
40	4	4	3	5	5
41	3	3	3	3	2
42	3	4	3	3	3
43	3	3	3	3	3
44	4	4	3	3	4
45	5	5	5	5	5



46	3	3	3	3	3
47	3	3	3	3	3
48	3	4	3	3	3
49	5	5	5	5	5
50	3	5	4	3	3
51	3	4	3	4	4
52	3	3	3	3	3
53	5	5	5	3	3
54	5	5	5	5	5
55	3	4	4	4	3
56	3	4	4	4	4
57	5	3	4	4	5
58	3	3	3	3	3
59	4	4	3	3	3
60	5	5	4	3	3
61	1	3	1	3	3
62	4	4	4	4	3
63	5	5	5	5	5
64	5	5	5	4	5
65	2	2	1	2	2
66	5	4	5	5	4
67	5	5	5	4	4
68	3	3	3	3	3
69	5	5	5	5	4
70	4	5	3	4	4
71	5	5	4	5	5
72	5	5	5	4	4
73	3	3	3	3	3
74	3	3	3	3	3
75	4	4	4	4	4
76	3	3	3	3	3
77	4	4	3	4	3
78	4	3	3	4	5
79	5	5	5	5	5
80	3	3	2	4	3
81	4	3	2	3	3
82	3	4	5	4	4
83	2	3	5	5	4
84	5	4	5	4	5
85	4	4	4	4	4
86	2	2	2	2	2

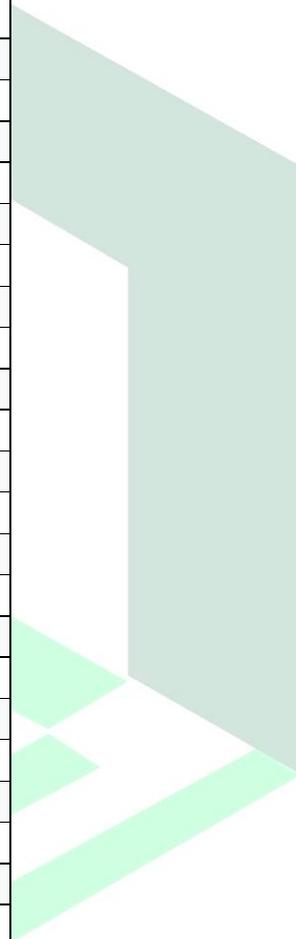


87	5	4	4	5	4
88	4	4	4	4	4
89	5	4	5	4	5
90	5	5	5	5	5
91	5	4	5	4	3
92	4	5	4	5	4
93	5	4	5	4	4
94	4	5	4	5	4
95	5	5	5	5	4
96	4	5	4	5	4
97	5	5	4	5	4
98	3	4	5	3	4
99	3	5	4	3	5
100	5	5	5	5	4
101	3	3	3	3	3
102	3	4	3	4	3
103	4	4	4	4	5
104	5	4	2	2	3
105	4	4	4	4	4
106	3	4	4	5	4
107	2	2	2	4	4
108	4	4	5	4	4
109	5	5	5	5	5
110	3	4	5	5	4

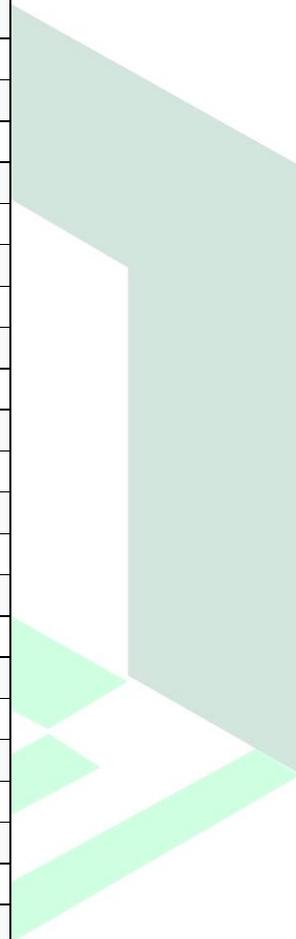
C. Ketersediaan Pendampingan

No	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
1	4	4	4	4	4
2	4	1	5	4	4
3	5	4	5	5	5
4	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
6	4	3	4	5	5
7	5	5	4	4	5
8	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5
10	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5

14	5	5	5	5	5
15	5	5	5	4	5
16	4	4	4	4	5
17	3	3	4	3	4
18	2	2	4	2	4
19	5	1	5	5	5
20	3	2	4	4	4
21	5	5	5	5	5
22	5	3	5	4	5
23	4	5	5	5	4
24	4	4	4	4	4
25	4	5	5	5	5
26	4	4	4	4	3
27	4	4	4	4	4
28	5	4	4	4	4
29	4	5	5	5	4
30	4	4	5	5	5
31	4	4	4	4	5
32	4	4	4	4	4
33	3	2	4	4	4
34	3	3	3	3	4
35	4	3	4	3	4
36	4	2	3	4	5
37	3	3	4	4	4
38	4	4	4	5	4
39	5	3	4	4	4
40	4	3	5	4	5
41	3	3	4	4	4
42	5	5	5	5	4
43	5	5	4	5	5
44	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	4
46	5	5	5	5	3
47	5	5	5	5	5
48	4	4	5	5	5
49	5	5	5	5	5
50	4	5	5	5	5
51	5	5	5	4	5
52	3	3	3	3	3
53	3	3	3	3	3
54	5	5	5	5	5



55	3	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5
57	5	3	3	4	5
58	5	4	4	4	4
59	3	3	5	5	5
60	3	3	3	3	4
61	5	4	5	5	5
62	5	5	5	5	5
63	5	5	5	5	5
64	5	4	4	4	4
65	2	3	3	1	3
66	4	4	4	4	4
67	3	3	3	4	5
68	3	3	3	3	3
69	4	5	5	5	3
70	4	4	5	5	5
71	5	5	4	4	5
72	4	4	3	3	3
73	3	3	5	5	4
74	4	5	4	5	4
75	5	4	5	5	4
76	3	3	3	3	3
77	4	4	4	4	5
78	4	4	4	4	5
79	5	3	5	5	5
80	5	4	4	5	5
81	4	4	5	5	4
82	4	4	4	4	4
83	5	5	5	5	4
84	5	4	4	5	5
85	4	4	4	4	4
86	2	2	2	2	2
87	5	4	5	4	4
88	4	4	4	4	4
89	4	5	4	5	4
90	4	2	4	4	4
91	5	4	4	5	4
92	5	4	5	4	5
93	4	4	5	4	5
94	5	4	4	5	4
95	4	4	4	4	4

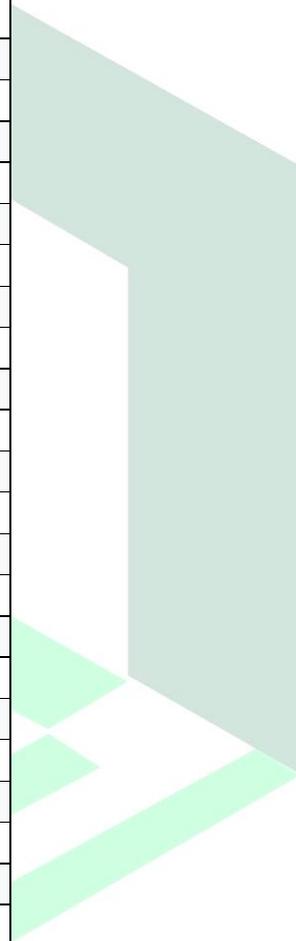


96	5	4	5	4	5
97	4	3	4	4	4
98	5	3	4	5	3
99	4	3	5	4	3
100	4	2	4	4	4
101	4	4	3	4	5
102	5	5	3	5	5
103	5	5	4	5	5
104	5	4	5	5	4
105	4	4	4	4	4
106	4	3	4	4	4
107	5	2	4	4	4
108	5	5	4	4	5
109	5	5	5	5	5
110	4	4	5	4	5

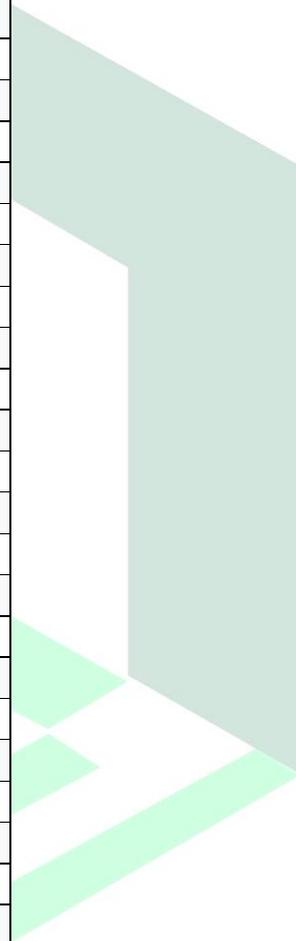
D. Edukasi Keuangan

No	EK1	EK2	EK3	EK4	EK5
1	4	1	1	4	4
2	3	2	4	5	1
3	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	5
6	4	4	5	5	5
7	5	4	5	4	5
8	5	4	4	4	5
9	5	4	5	4	3
10	5	5	5	5	5
11	5	5	3	3	4
12	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5
15	5	5	4	4	5
16	5	5	5	5	5
17	3	3	4	4	3
18	2	1	5	4	5
19	5	3	2	3	2
20	4	2	4	4	3
21	5	5	5	5	5

22	5	4	3	4	4
23	4	4	5	5	5
24	4	4	4	4	4
25	5	5	5	5	5
26	4	5	5	5	5
27	4	4	4	4	4
28	5	5	5	5	5
29	5	4	5	5	5
30	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5
32	4	4	4	4	4
33	4	3	4	3	3
34	4	3	3	4	3
35	3	4	4	4	3
36	4	4	5	3	4
37	4	4	4	4	4
38	4	4	5	5	4
39	4	4	4	5	5
40	4	3	5	5	5
41	5	5	4	5	5
42	5	5	5	5	5
43	5	5	4	5	5
44	5	5	5	5	5
45	5	4	5	5	5
46	5	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5
48	4	4	4	5	5
49	5	5	5	5	5
50	4	5	4	4	4
51	5	4	4	4	4
52	3	3	3	3	3
53	3	3	3	3	3
54	5	4	5	4	4
55	4	4	5	5	4
56	5	5	4	5	5
57	5	5	5	5	5
58	5	4	4	3	4
59	4	4	5	5	5
60	5	5	5	4	5
61	5	5	5	5	4
62	5	5	5	4	5



63	5	5	5	5	5
64	4	5	5	4	5
65	4	3	3	3	3
66	4	4	5	5	5
67	5	5	4	5	5
68	3	3	3	3	3
69	5	5	5	5	5
70	4	5	5	5	4
71	4	5	4	4	4
72	4	5	5	5	4
73	4	5	3	3	3
74	4	3	5	5	5
75	4	5	5	4	5
76	3	3	4	5	5
77	5	5	4	4	5
78	5	5	4	5	4
79	5	3	5	5	5
80	5	4	4	5	5
81	5	4	4	5	5
82	4	4	4	4	4
83	4	4	4	4	4
84	5	5	4	4	5
85	4	4	4	4	4
86	2	2	2	2	2
87	4	5	4	5	4
88	4	4	4	4	4
89	5	4	5	4	5
90	4	4	5	5	5
91	5	5	4	5	4
92	4	5	4	5	4
93	4	5	5	5	4
94	5	4	5	4	5
95	4	4	5	5	4
96	4	5	4	5	4
97	4	3	5	5	4
98	4	5	3	4	5
99	5	4	3	5	4
100	4	4	4	5	4
101	4	5	3	3	4
102	5	3	5	3	5
103	5	5	5	4	5

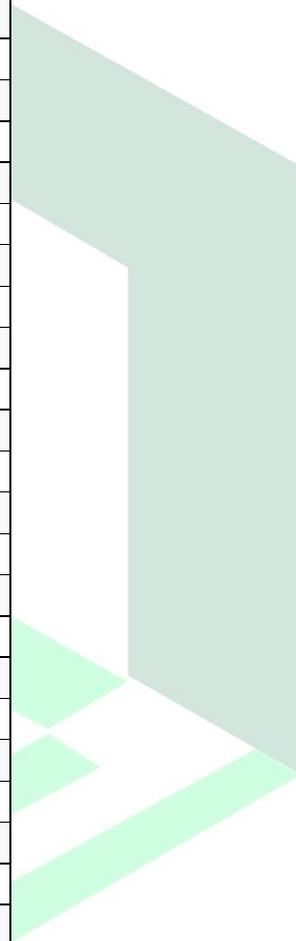


104	4	4	5	5	4
105	4	4	4	4	4
106	5	4	5	5	5
107	4	4	5	5	5
108	5	5	4	5	4
109	5	5	5	5	5
110	4	4	5	5	5

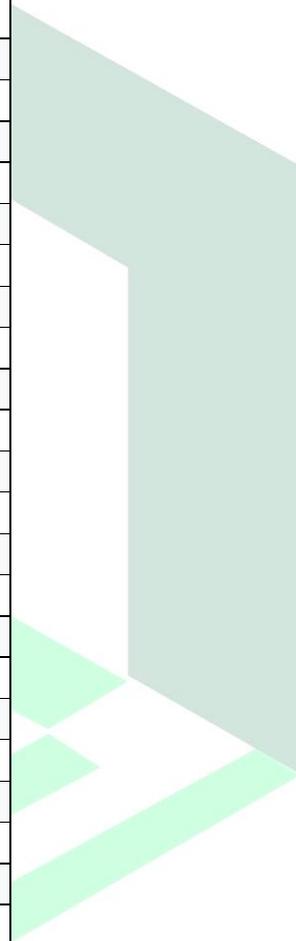
E. Peningkatan Kepercayaan Pengguna

No	PKP1	PKP2	PKP3	PKP4	PKP5
1	4	4	4	4	4
2	2	1	1	3	3
3	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5
5	5	3	5	4	5
6	4	3	4	5	5
7	5	4	5	4	5
8	5	5	5	3	3
9	5	5	3	5	5
10	5	5	5	5	5
11	4	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5
15	5	4	5	4	4
16	5	5	5	5	5
17	4	4	4	4	4
18	5	5	4	5	5
19	2	3	3	2	2
20	5	3	4	4	5
21	5	5	5	5	5
22	5	5	4	4	4
23	3	5	5	5	5
24	4	4	4	4	4
25	4	5	3	4	3
26	4	5	5	5	5
27	4	4	4	4	4
28	5	4	4	5	5
29	5	4	5	5	5
30	5	4	4	5	5

31	5	5	5	5	5
32	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4
34	4	3	3	4	4
35	4	3	3	3	3
36	3	3	4	4	4
37	4	3	3	4	4
38	4	4	4	5	4
39	4	3	4	4	3
40	4	5	5	5	5
41	5	5	4	4	5
42	5	5	5	5	5
43	5	5	4	5	5
44	5	5	5	4	5
45	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5
48	5	5	5	5	5
49	5	5	4	5	4
50	4	4	4	4	5
51	4	5	5	5	5
52	3	5	5	5	4
53	3	3	3	3	3
54	5	4	5	5	5
55	5	4	5	4	5
56	5	5	5	4	5
57	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	5
59	5	5	4	5	4
60	5	5	4	5	5
61	5	3	4	4	3
62	5	5	4	4	5
63	5	5	5	4	5
64	5	5	5	5	5
65	3	2	2	1	1
66	5	5	5	5	5
67	5	5	4	5	4
68	3	3	3	3	3
69	5	5	5	5	5
70	4	4	4	5	5
71	5	5	4	5	5



72	5	5	5	5	5
73	3	3	4	4	3
74	5	4	5	5	4
75	5	5	5	4	5
76	5	5	4	5	4
77	5	5	4	5	5
78	5	5	5	4	5
79	5	5	5	5	5
80	4	3	4	5	4
81	4	4	4	4	3
82	4	4	4	4	4
83	4	4	4	4	4
84	4	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4
86	2	2	2	2	2
87	5	4	5	5	4
88	4	4	4	4	4
89	4	5	4	5	4
90	5	4	4	5	5
91	5	4	5	4	5
92	5	4	5	4	5
93	4	4	5	5	5
94	4	5	4	5	4
95	5	3	4	4	5
96	5	4	5	4	5
97	5	4	5	5	4
98	3	4	5	3	4
99	3	5	4	3	5
100	4	4	4	4	5
101	3	5	4	4	4
102	5	4	4	4	4
103	5	5	5	5	5
104	4	5	4	4	4
105	4	4	4	4	4
106	4	4	4	4	5
107	5	5	5	5	5
108	4	5	5	5	5
109	5	5	5	5	5
110	5	4	5	4	5



Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

A. Uji Validitas

1. Uji Validitas Variabel Persepsi Resiko Teknologi

Correlations

		PRT1	PRT2	PRT3	PRT4	PRT5
PRT1	Pearson Correlation	1	.868**	.843**	.819**	.859**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
PRT2	Pearson Correlation	.868**	1	.867**	.819**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
PRT3	Pearson Correlation	.843**	.867**	1	.797**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
PRT4	Pearson Correlation	.819**	.819**	.797**	1	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
PRT5	Pearson Correlation	.859**	.844**	.873**	.849**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Validitas Variabel Kepercayaan Terhadap Teknologi

Correlations

		KTT1	KTT2	KTT3	KTT4	KTT5
KTT1	Pearson Correlation	1	.702**	.698**	.441**	.516**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
KTT2	Pearson Correlation	.702**	1	.721**	.532**	.562**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
KTT3	Pearson Correlation	.698**	.721**	1	.533**	.569**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
KTT4	Pearson Correlation	.441**	.532**	.533**	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
KTT5	Pearson Correlation	.516**	.562**	.569**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Uji Validitas Variabel Ketersediaan Pendampingan

Correlations

	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
--	-----	-----	-----	-----	-----

KP1	Pearson Correlation	1	.507**	.489**	.625**	.463**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
KP2	Pearson Correlation	.507**	1	.437**	.543**	.375**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
KP3	Pearson Correlation	.489**	.437**	1	.676**	.466**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
KP4	Pearson Correlation	.625**	.543**	.676**	1	.513**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
KP5	Pearson Correlation	.463**	.375**	.466**	.513**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Uji Validitas Variabel Edukasi Keuangan

Correlations

		EK1	EK2	EK3	EK4	EK5
EK1	Pearson Correlation	1	.590**	.317**	.334**	.515**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
EK2	Pearson Correlation	.590**	1	.373**	.366**	.467**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
EK3	Pearson Correlation	.317**	.373**	1	.572**	.596**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110

EK4	Pearson Correlation	.334**	.366**	.572**	1	.526**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
EK5	Pearson Correlation	.515**	.467**	.596**	.526**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

5. Uji Validitas Peningkatan Kepercayaan Pengguna

Correlations

		PKP1	PKP2	PKP3	PKP4	PKP5
PKP1	Pearson Correlation	1	.536**	.605**	.591**	.633**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
PKP2	Pearson Correlation	.536**	1	.636**	.618**	.594**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
PKP3	Pearson Correlation	.605**	.636**	1	.589**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
PKP4	Pearson Correlation	.591**	.618**	.589**	1	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
PKP5	Pearson Correlation	.633**	.594**	.683**	.699**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

B. Uji Reabilitas

1. Uji Reabilitas Variabel Persepsi Resiko Teknologi

Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.964	5

2. Uji Reabilitas Variabel Kepercayaan Terhadap Teknologi

Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.882	5

3. Uji Reabilitas Variabel Ketersediaan Pendampingan

Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.838	5

4. Uji Reabilitas Variabel Edukasi Keuangan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.811	.813	5

5. Uji Reabilitas Variabel Peningkatan Kepercayaan Pengguna

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.890	.890	5

Lampiran 4 Hasil Turnitin

STRATEGI PENINGKATAN KEPERCAYAAN PENGGUNA TERHADAP APLIKASI MOBILE BANKING MELALUI TEKNIK ANALISIS SWOT

ORIGINALITY REPORT

5%	5%	0%	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	4%
2	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%
3	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

Lampiran 5 Surat Keterangan MBTA



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO
UNIT MA'HAD AL-JAMI'AH
Kampus 1 Jalan Agatis Kel. Balandai Kec. Bara Kota Palopo Sulawesi Selatan 91914
email: kontak@iainpalopo.ac.id website: https://iainpalopo.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS MENGAJI Nomor : 1078/In.19/MA.25.02/07/2025

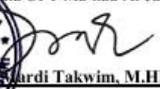
Kepala UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo menerangkan bahwa:

Nama : Hijrah Aldita
Nim : 2104020058
Fakultas/Prodi : Ekonomi & Bisnis Islam/PBS
Telah mengikuti ujian mengaji (Menulis dan Membaca) Al-Qur'an dan dinyatakan;

Lulus dengan predikat:

Membaca : ~~Istimewa, Sangat Baik~~, Baik*
Menulis : ~~Istimewa, Sangat Baik~~, Baik*

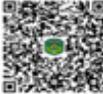
demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 03 Juli 2025
Kepala UPT Ma'had Al-Jami'ah

Dr. Suardi Takwim, M.HI.
96805031998031005



Keterangan:
Coret yang tidak perlu

Lampiran 6 Surat Keterangan Izin Penelitian

	PEMERINTAH KABUPATEN LUWU TIMUR DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : Jl. Soekarno Hatta, Kecamatan Malli, Kabupaten Luwu Timur, Sulawesi Selatan No. Telp. 0812 3457 7756 Website : www.dpmpstpluwutimur.go.id email : dpmpstpl@luwu@murkab.go.id	
Mall, 02 Juni 2025	
Nomor : 500.16.7.2/131/PEN/DPMPSTP-LT/VI/2025	Kepada Yth. Camat Wasuponda
Lampiran : -	Di-
Perihal : <u>Izin Penelitian</u>	Kabupaten Luwu Timur
<p>Berdasarkan Surat Rekomendasi Tim Teknis Tanggal 02 Juni 2025 Nomor : 131/DPMPSTP/VI/2025, tentang Izin Penelitian.</p> <p>Dengan ini disampaikan bahwa yang tersebut namanya di bawah ini :</p> <p>Nama : HIJRAH ALDITA Alamat : Jl. Lasemba No.462, Ds. Ledu-ledu, Kec. Wasuponda Tempat / Tgl Lahir : Wasuponda, 05 Februari 2003 Pekerjaan : Mahasiswa Nomor Telepon : 0895385055177 Nomor Induk Mahasiswa : 2104020058 Program Studi : Perbankan Syariah Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO</p> <p>Bermaksud melakukan Penelitian di daerah/Instansi Bapak/Ibu sebagai syarat penyusunan skripsi dengan Judul :</p> <p style="text-align: center;">"STRATEGI PENINGKATAN KEPERCAYAAN PENGGUNA TERHADAP APLIKASI MOBILE BANKING MELALUI TEKNIK ANALISIS SWOT"</p> <p style="text-align: center;">Mulai : 16 Juni 2025 s.d. 16 Juli 2025</p> <p>Sehubungan hal tersebut di atas, pada prinsipnya Pemkab Luwu Timur dapat menyetujui kegiatan tersebut dengan ketentuan :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Menaati semua Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku, serta mengindahkan adat istiadat Daerah setempat.2. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil "Laporan Kegiatan" selambat-lambatnya 7 (tujuh) hari setelah kegiatan dilaksanakan kepada Bupati Luwu Timur Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Luwu Timur.3. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak menaati ketentuan tersebut di atas. <p>Demikian disampaikan untuk diketahui.</p> <p style="text-align: right;">a.n Bupati Luwu Timur Pt. Kepala DPMPSTP</p> <div style="text-align: center;"></div> <p style="text-align: right;">ABDUL WAHID RAHIM SANGKA, SP., M.Si Pangkat : Pembina Utama Muda (IV.c) Nip : 19690126 199803 1 004</p> <p>Tembusan :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Bupati Luwu Timur (sebagai Laporan) di Malli2. Kepala Badan Konsultasi Bangsa dan Pribadi di Malli3. Rektor INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO di Tempat. <p style="text-align: center;">DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU (DPMPSTP) KABUPATEN LUWU TIMUR</p>	

Lampiran 7 Dokumentasi





RIWAYAT HIDUP



Hijrah Aldita lahir pada tanggal 05 Februari 2003 di Wasuponda. Peneliti merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan bapak Ilman Jalil dan ibu Ida Wati. Saat ini peneliti bertempat tinggal di desa Ledu-Ledu Kec. Wasuponda, Kab. Luwu Timur, Prov Sulawesi Selatan. Peneliti memulai pendidikannya dari SD selesai pada tahun 2015, kemudian menempuh pendidikan di SMPN 1 Wasuponda selesai pada tahun 2018, dan jenjang selanjutnya ke SMAN 5 Luwu Timur selesai pada tahun 2021. Kemudian peneliti menempuh pendidikan S1 Program Studi Perbankan Syariah di kampus Institut Agama Islam Negeri Palopo angkatan 2021.

