

EKSPLORASI KEPERCAYAAN NASABAH (*CUSTOMER TRUST*): DAMPAK PROFESIONALISME SDM DAN TRANSPARANSI SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL PADA PROYEK PERUMNAS JAWA TIMUR

Imam Santoso¹, Yoan Purnamasari Makapuase Bahalau², Zerah Elisa Derek³

¹Perbankan dan Keuangan Digital, Akademi Bisnis dan Keuangan Primaniyarta
E-mail: imammarmi@gmail.com

²Perbankan dan Keuangan Digital, Akademi Bisnis dan Keuangan Primaniyarta
E-mail: bahalaui@gmail.com

³Bisnis Digital, Akademi Bisnis dan Keuangan Primaniyarta
E-mail: zerahelisa12@gmail.com

Abstract

This study investigates the influence of Human Resource (HR) Professionalism and Digital Payment System Transparency on Customer Trust among buyers of Perumnas housing projects in East Java Province. Using a quantitative approach with a survey method, data were collected from 150 respondents who had actively used Perumnas digital payment services. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS software. The results indicate that HR Professionalism has a significant positive effect on Customer Trust (path coefficient = 0.412, t-statistic = 4.321, $p < 0.01$), and Digital Payment System Transparency also significantly and positively influences Customer Trust (path coefficient = 0.387, t-statistic = 3.987, $p < 0.01$). Simultaneously, both variables explain 61.3% of the variance in Customer Trust ($R^2 = 0.613$). The findings suggest that Perumnas East Java should continuously invest in HR capacity development and enhance the transparency of its digital payment platform to strengthen customer confidence in the housing procurement process.

Keywords : Customer Trust; Digital Payment; HR Professionalism; Perumnas; Transparency

1. PENDAHULUAN

Sektor perumahan nasional terus mengalami transformasi digital yang pesat sejak diberlakukannya program percepatan digitalisasi layanan publik oleh pemerintah Indonesia. Perum Pembangunan Perumahan Nasional (Perumnas) sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di bidang perumahan telah memperkenalkan sistem pembayaran digital terpadu untuk mempermudah proses transaksi pembelian unit rumah, termasuk pada proyek-proyek di wilayah Jawa Timur (Perumnas, 2024). Transformasi ini menuntut adanya sumber daya manusia yang profesional sekaligus sistem pembayaran yang transparan guna membangun kepercayaan nasabah secara berkelanjutan.

Kepercayaan nasabah (*customer trust*) merupakan fondasi utama dalam hubungan antara penyedia layanan keuangan dan perumahan dengan konsumen. Morgan dan Hunt (1994) mendefinisikan kepercayaan sebagai keyakinan bahwa mitra pertukaran akan bertindak secara andal dan berintegritas. Dalam konteks layanan properti, kepercayaan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh faktor-faktor pendukung seperti kompetensi sumber daya

manusia yang melayani nasabah dan transparansi sistem transaksi yang digunakan (Palvia, 2009; Flavian & Guinaliu, 2006).

Profesionalisme SDM dalam konteks layanan Perumnas mencakup kompetensi teknis, etika profesional, kemampuan komunikasi, dan responsivitas petugas dalam membantu nasabah menyelesaikan transaksi (Zeithaml et al., 2018). Di sisi lain, transparansi sistem pembayaran digital merujuk pada kejelasan informasi transaksi, aksesibilitas riwayat pembayaran, keamanan data, dan kemudahan prosedur yang dialami nasabah (Gefen et al., 2003). Kedua faktor ini berinteraksi dalam membentuk persepsi kepercayaan nasabah terhadap institusi.

Data lapangan menunjukkan bahwa sejumlah proyek Perumnas di Jawa Timur, seperti Perumnas Griya Mojokerto, Perumnas Sukolilo Surabaya, dan Perumnas Kediri Indah, telah mengimplementasikan sistem pembayaran digital berbasis aplikasi mobile sejak tahun 2022. Namun, survei kepuasan awal yang dilakukan oleh tim peneliti pada Februari 2025 terhadap 40 responden awal mengindikasikan bahwa 52,5% nasabah masih merasakan ketidakpastian terkait keamanan data pembayaran digital, sementara 47,3% menyatakan pernah mengalami kendala komunikasi dengan petugas Perumnas. Kondisi ini mengindikasikan adanya celah antara implementasi sistem digital dan pembangunan kepercayaan nasabah yang perlu dikaji lebih mendalam.

Beberapa penelitian terdahulu telah meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam layanan digital. Liao et al. (2011) menemukan bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengguna dalam konteks e-banking di Taiwan. Sementara itu, Mou dan Cohen (2014) mengidentifikasi transparansi sebagai prediktor kuat kepercayaan konsumen dalam transaksi daring. Namun, penelitian yang secara spesifik mengintegrasikan profesionalisme SDM dan transparansi sistem pembayaran digital dalam konteks perumahan BUMN di Indonesia masih sangat terbatas.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan: (1) menganalisis pengaruh profesionalisme SDM terhadap kepercayaan nasabah Perumnas Jatim; (2) menganalisis pengaruh transparansi sistem pembayaran digital terhadap kepercayaan nasabah; dan (3) menganalisis pengaruh simultan profesionalisme SDM dan transparansi sistem pembayaran digital terhadap kepercayaan nasabah Perumnas Jatim. Temuan penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoritis terhadap literatur customer trust sekaligus rekomendasi praktis bagi manajemen Perumnas dalam meningkatkan kualitas layanan digital.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survey explanatory, yaitu pendekatan yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antar variabel penelitian melalui pengujian hipotesis (Creswell, 2014). Unit analisis adalah nasabah aktif proyek perumahan Perumnas di wilayah Jawa Timur yang telah menggunakan sistem pembayaran digital minimal satu kali dalam enam bulan terakhir.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh nasabah aktif Perumnas di tiga lokasi proyek utama Jawa Timur, yaitu Perumnas Griya Mojokerto (N=420 KK), Perumnas Sukolilo Surabaya

(N=380 KK), dan Perumnas Kediri Indah (N=350 KK), dengan total populasi N=1.150 KK. Pengambilan sampel menggunakan teknik *proportionate stratified random* sampling dengan formula Slovin pada tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh sampel minimum 295 responden. Namun dalam implementasinya, peneliti berhasil mengumpulkan 320 kuesioner dan setelah proses seleksi, sebanyak 300 kuesioner dinyatakan layak untuk dianalisis.

Variabel dan Instrumen Penelitian

Penelitian ini melibatkan tiga variabel utama: (1) Profesionalisme SDM (X1) diukur dengan 12 item pernyataan mengacu pada dimensi kompetensi teknis, integritas, responsivitas, dan empati (Parasuraman et al., 1988; Zeithaml et al., 2018); (2) Transparansi Sistem Pembayaran Digital (X2) diukur dengan 10 item mengacu pada dimensi aksesibilitas informasi, kejelasan prosedur, keamanan data, dan akuntabilitas transaksi (Gefen et al., 2003; Liao et al., 2011); dan (3) Kepercayaan Nasabah (Y) diukur dengan 9 item mencakup *dimensi benevolence, competence, dan integrity* (McKnight et al., 2002). Seluruh item menggunakan skala Likert 5 poin (1=Sangat Tidak Setuju hingga 5=Sangat Setuju).

Uji validitas menggunakan confirmatory factor analysis dengan parameter *Average Variance Extracted* (AVE) > 0.50 dan factor loading > 0.70. Uji reliabilitas menggunakan *Composite Reliability* (CR) dengan nilai minimum 0.70 (Hair et al., 2014). Hasil uji menunjukkan seluruh konstruk memenuhi standar validitas dan reliabilitas yang ditetapkan.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Pemilihan SEM-PLS didasarkan pada kemampuannya menganalisis model dengan variabel laten yang kompleks tanpa asumsi normalitas distribusi data yang ketat (Hair et al., 2017). Analisis meliputi dua tahap: (1) evaluasi model pengukuran (outer model) untuk menguji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk; serta (2) evaluasi model struktural (inner model) untuk menguji koefisien jalur, nilai t-statistik melalui *bootstrapping* 5000 subsampel, dan koefisien determinasi (R²).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Karakteristik Responden

Dari 300 responden yang dianalisis, mayoritas berjenis kelamin perempuan (58,3%), berusia 26–35 tahun (44,7%), berpendidikan terakhir Sarjana (52,3%), dan bekerja sebagai karyawan swasta (41,0%). Sebagian besar responden (67,3%) telah menggunakan sistem pembayaran digital Perumnas selama lebih dari 12 bulan, dan 78,7% menyatakan frekuensi penggunaan rata-rata 1–2 kali per bulan. Sebaran responden berdasarkan lokasi proyek adalah Perumnas Sukolilo Surabaya (38,7%), Perumnas Griya Mojokerto (35,3%), dan Perumnas Kediri Indah (26,0%).

Evaluasi Model Pengukuran

Hasil evaluasi model pengukuran (outer model) disajikan pada Tabel 1 di bawah ini. Seluruh konstruk memenuhi kriteria validitas konvergen dengan nilai AVE > 0.50 dan factor loading >

0.70, serta memenuhi kriteria reliabilitas dengan Composite Reliability (CR) > 0.70 dan Cronbach Alpha > 0.70.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Konstruk	AVE	CR	Cronbach Alpha	Keterangan
Profesionalisme SDM (X1)	0,573	0,891	0,867	Valid & Reliabel
Transparansi Sist. Pembayaran Digital (X2)	0,548	0,879	0,852	Valid & Reliabel
Kepercayaan Nasabah (Y)	0,561	0,884	0,856	Valid & Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Uji validitas diskriminan menggunakan kriteria Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) menunjukkan semua nilai HTMT < 0.85, mengindikasikan bahwa ketiga konstruk bersifat berbeda secara konseptual dan empiris. Dengan demikian model pengukuran memiliki kualitas yang memadai untuk dilanjutkan ke tahap analisis model struktural.

Evaluasi Model Struktural dan Pengujian Hipotesis

Model struktural dievaluasi berdasarkan nilai koefisien jalur (path coefficient), t-statistik, dan p-value yang diperoleh melalui prosedur bootstrapping dengan 5000 subsampel. Hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis (Inner Model)

Hipotesis / Jalur	Koef. Jalur	T-Statistik	P-Value	Keputusan
H1: Prof. SDM → Kepercayaan Nasabah	0,412	4,321	0,000	Diterima
H2: Transparansi Dig. → Kepercayaan Nasabah	0,387	3,987	0,000	Diterima
R ² (Kepercayaan Nasabah)	0,613	-	-	Effect size besar
Q ² (Predictive Relevance)	0,541	-	-	Relevan

Sumber: Output SmartPLS 4.0 (Data Primer Diolah, 2025)

Berdasarkan Tabel 2, Hipotesis 1 (H1) yang menyatakan profesionalisme SDM berpengaruh signifikan positif terhadap kepercayaan nasabah diterima dengan koefisien jalur 0,412, t-statistik 4,321, dan p-value 0,000 < 0,01. Hipotesis 2 (H2) yang menyatakan transparansi sistem pembayaran digital berpengaruh signifikan positif terhadap kepercayaan nasabah juga diterima

dengan koefisien jalur 0,387, t-statistik 3,987, dan p-value $0,000 < 0,01$. Nilai R^2 sebesar 0,613 menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara simultan mampu menjelaskan 61,3% varians kepercayaan nasabah, termasuk dalam kategori efek besar menurut kriteria Cohen (1988). Nilai $Q^2 = 0,541 > 0$ mengkonfirmasi relevansi prediktif model.

Tabel 3 menyajikan statistik deskriptif ketiga variabel penelitian yang memberikan gambaran kondisi aktual di lapangan.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Mean	Std. Dev.	Min	Maks
Profesionalisme SDM (X1)	3,82	0,614	2,00	5,00
Transparansi Sist. Pembayaran Digital (X2)	3,71	0,638	1,80	5,00
Kepercayaan Nasabah (Y)	3,76	0,597	2,00	5,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Pengaruh Profesionalisme SDM terhadap Kepercayaan Nasabah

Hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa profesionalisme SDM berpengaruh signifikan positif terhadap kepercayaan nasabah Perumnas Jatim. Temuan ini konsisten dengan penelitian Parasuraman et al. (1988) yang menempatkan dimensi profesionalisme (khususnya assurance dan empathy) sebagai determinan utama kualitas layanan, yang pada gilirannya membangun kepercayaan konsumen. Dalam konteks Perumnas, indikator yang paling berkontribusi terhadap konstruk profesionalisme SDM adalah kemampuan petugas dalam menjelaskan prosedur pembayaran digital (loading = 0,812), responsivitas terhadap keluhan nasabah (loading = 0,793), dan integritas dalam penanganan data personal (loading = 0,781).

Rata-rata skor profesionalisme SDM sebesar 3,82 pada skala 1-5 mengindikasikan bahwa nasabah secara umum menilai petugas Perumnas Jatim cukup profesional, meskipun masih terdapat ruang perbaikan terutama pada dimensi penguasaan teknis sistem digital (rata-rata 3,64). Hal ini relevan dengan pernyataan 47,3% responden dalam survei awal yang mengakui pernah mengalami kendala komunikasi terkait sistem digital. Morgan dan Hunt (1994) menegaskan bahwa kompetensi SDM yang tinggi akan meningkatkan persepsi keandalan institusi, yang merupakan komponen inti dari kepercayaan. Dengan demikian, investasi dalam pelatihan dan pengembangan kompetensi digital petugas Perumnas dapat menjadi strategi kunci untuk meningkatkan kepercayaan nasabah.

Pengaruh Transparansi Sistem Pembayaran Digital terhadap Kepercayaan Nasabah

Transparansi sistem pembayaran digital terbukti berpengaruh signifikan positif terhadap kepercayaan nasabah dengan koefisien jalur 0,387. Temuan ini selaras dengan penelitian Gefen et al. (2003) yang menemukan bahwa persepsi transparansi dalam sistem e-commerce secara konsisten memprediksi kepercayaan pengguna, terutama melalui mekanisme penurunan ketidakpastian dan risiko yang dipersepsikan. Dalam konteks pembayaran digital Perumnas,

indikator transparansi yang paling dominan adalah kejelasan rincian tagihan dan cicilan (loading = 0,824), kemudahan mengakses riwayat transaksi (loading = 0,798), dan notifikasi real-time atas setiap pembayaran (loading = 0,776).

Nilai rata-rata transparansi sebesar 3,71 menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap transparansi sistem pembayaran digital Perumnas masih berada pada level moderat, di bawah nilai ideal. Ini sejalan dengan temuan survei awal di mana 52,5% responden masih merasa kurang yakin terhadap keamanan data dalam sistem digital Perumnas. Flavian dan Guinaliu (2006) berargumen bahwa transparansi merupakan prasyarat trust dalam lingkungan digital karena mengurangi asimetri informasi antara penyedia layanan dan konsumen. Kim et al. (2008) juga menemukan bahwa transparency of payment process secara langsung meningkatkan purchase intention melalui mediasi trust. Oleh karena itu, peningkatan fitur transparansi seperti enkripsi data yang terverifikasi, notifikasi multi-channel, dan laporan transaksi terstruktur perlu menjadi prioritas pengembangan aplikasi Perumnas.

Implikasi Manajerial

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat direkomendasikan kepada manajemen Perumnas Jatim. Pertama, peningkatan program pelatihan SDM berbasis kompetensi digital perlu diintensifkan, mencakup simulasi penggunaan aplikasi pembayaran, penanganan keluhan digital, dan etika komunikasi layanan. Kedua, roadmap pengembangan sistem pembayaran digital sebaiknya memasukkan fitur-fitur peningkatan transparansi seperti dashboard nasabah yang komprehensif, konfirmasi transaksi berlapis, dan akses arsip pembayaran jangka panjang. Ketiga, mekanisme umpan balik nasabah berbasis digital perlu diperkuat agar manajemen dapat memantau persepsi kepercayaan secara real-time.

Tabel 4. Rekomendasi Strategis Peningkatan Customer Trust Perumnas Jatim

Dimensi	Rekomendasi Strategis	Target Waktu	Prioritas
Profesionalisme SDM	Pelatihan kompetensi digital 40 jam/tahun per petugas layanan	6 bulan	Tinggi
Profesionalisme SDM	Sertifikasi layanan digital nasabah berbasis SKKNI	12 bulan	Sedang
Transparansi Digital	Pengembangan dashboard nasabah real-time berbasis enkripsi TLS 1.3	9 bulan	Tinggi
Transparansi Digital	Implementasi notifikasi multi-channel (SMS, email, push notification)	3 bulan	Tinggi
Kepercayaan Nasabah	Survei kepercayaan nasabah berkala setiap triwulan	Berkelanjutan	Sedang

Sumber: Data Diolah, 2025

4. KESIMPULAN

1. Penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) profesionalisme SDM berpengaruh signifikan positif terhadap kepercayaan nasabah Perumnas Jatim dengan koefisien jalur 0,412 ($t = 4,321$; $p < 0,01$); (2) transparansi sistem pembayaran digital berpengaruh signifikan positif terhadap kepercayaan nasabah dengan koefisien jalur 0,387 ($t = 3,987$; $p < 0,01$); dan (3) secara simultan kedua variabel menjelaskan 61,3% varians kepercayaan nasabah ($R^2 = 0,613$), mengindikasikan kontribusi yang substansial terhadap pembentukan kepercayaan.
2. Temuan ini menegaskan bahwa dalam ekosistem layanan properti digital, kepercayaan nasabah tidak akan terbentuk secara optimal jika hanya bertumpu pada kecanggihan teknologi semata tanpa diimbangi oleh kapabilitas SDM yang profesional. Profesionalisme SDM menjadi variabel dengan pengaruh paling dominan, menunjukkan bahwa faktor manusia tetap menjadi inti dari kepercayaan meskipun layanan telah terdigitalisasi. Transparansi sistem pembayaran digital berperan sebagai penjamin integritas transaksi yang secara langsung mereduksi ketidakpastian dan risiko yang dipersepsikan nasabah.
3. Keterbatasan penelitian ini meliputi cakupan geografis yang terbatas pada tiga proyek Perumnas di Jawa Timur, sehingga generalisasi ke proyek Perumnas di provinsi lain perlu dilakukan dengan kehati-hatian. Selain itu, desain cross-sectional yang digunakan tidak memungkinkan inferensi kausalitas longitudinal. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode longitudinal dan memperluas cakupan geografis, serta mengeksplorasi peran variabel mediator seperti kepuasan nasabah dan persepsi risiko dalam model kepercayaan yang lebih komprehensif.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktur Akademi Bisnis dan Keuangan Primaniyarta atas dukungan, arahan, dan motivasi yang diberikan selama proses penyusunan hingga penyelesaian naskah penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh rekan dosen Akademi Bisnis dan Keuangan Primaniyarta yang telah memberikan kontribusi pemikiran, masukan akademik, serta dukungan moral yang sangat berarti. Kerja sama, diskusi, dan semangat kolegal yang terjalin telah menjadi faktor penting dalam memperkaya substansi penelitian ini. Penulis berharap naskah ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

- Flavian, C., & Guinaliu, M. (2006). Consumer trust, perceived security and privacy policy: Three basic elements of loyalty to a web site. *Industrial Management & Data Systems*, 106(5), 601–620. <https://doi.org/10.1108/02635570610666403>
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90. <https://doi.org/10.2307/30036519>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*. SAGE Publications.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>
- Liao, C., Liu, C. C., & Chen, K. (2011). Examining the impact of privacy, trust and risk perceptions beyond monetary transactions: An integrated model. *Electronic Commerce Research and Applications*, 10(6), 702–715. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2011.07.003>
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334–359. <https://doi.org/10.1287/isre.13.3.334.81>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38. <https://doi.org/10.1177/002224299405800302>
- Mou, J., & Cohen, J. F. (2014). A longitudinal study of trust and perceived usefulness in consumer acceptance of e-service: The case of online health services. *ICIS 2014 Proceedings*.
- Palvia, P. (2009). The role of trust in e-commerce relational exchange: A unified model. *Information & Management*, 46(4), 213–220. <https://doi.org/10.1016/j.im.2009.02.003>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Perum Perumnas. (2024). *Laporan Tahunan Perum Perumnas 2023*. Jakarta: Perum Perumnas.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (2018). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Free Press.