

Penerimaan Mobile Banking di Kalangan Nasabah Perbankan Syariah

**Muhammad Khaerul Muttaqien¹⁾, Moh Khoirul Anam²⁾,
Tajudin Mas'ud³⁾, Hamli Syaifullah⁴⁾**

^{1,2,3,4} Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta

*Email korespondensi: muhammadkhaerulmuttaqien@umj.ac.id

ABSTRACT.

This study aims to cover the factors that determine the acceptance of mobile banking by using the UTAUT model and perceived costs as additional variables. Data was collected using a survey method, and a five-point Likert scale was used for this purpose. The sample consists of 106 Islamic bank customers and the partial least squares structure equation model is applied to examine the data taken from the sample. Empirical evidence shows performance expectations, business expectations, and conditions that significantly facilitate the intention to use mobile banking. The empirical findings of this study also show that intention has a significant effect on the use of mobile banking. Meanwhile, social influence and perceived costs do not have a significant effect on the intention to use mobile banking. Furthermore, this study discusses the impact of research results, both in theoretical and practical contexts.

Keywords: UTAUT, Cost, Mobile Banking, Islamic Bank,

ABSTRAK.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor yang menentukan penerimaan mobile banking dengan menggunakan model UTAUT dan biaya yang dirasakan sebagai variabel tambahannya. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survei, dan skala Likert lima poin digunakan untuk tujuan ini. Sampel terdiri dari 106 nasabah bank syariah dan partial least square structure equation modeling diterapkan untuk memeriksa data yang diambil dari sampel. Bukti empiris menunjukkan harapan kinerja, harapan usaha, dan kondisi yang memfasilitasi berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan mobile banking. Temuan empiris penelitian ini juga menunjukkan, niat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Sedangkan pengaruh sosial, dan biaya yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan mobile banking. Selanjutnya, penelitian ini membahas dampak dari hasil penelitian, baik dalam konteks teoritis maupun praktis.

Kata kunci: UTAUT, Biaya, Mobile Banking, Bank Syariah,

PENDAHULUAN

Digitalisasi telah memasuki hampir seluruh industri di berbagai penjuru dunia. Industri keuangan termasuk perbankan juga menanggapi perkembangan teknologi ini dengan mengembangkan sistem mobile banking dalam mendigitalkan transaksi perbankan dan layanan tradisional ke dalam aplikasi (Riza & Hafizi, 2019). Untuk mencapai keunggulan kompetitif, perbankan syariah di Indonesia juga telah mengembangkan mobile banking untuk memungkinkan nasabahnya

melakukan berbagai transaksi keuangan seperti pembayaran, pembelian, transfer pemberitahuan transaksi, atau pengecekan saldo melalui smartphone atau tablet (Kholid, 2019). Berkaitan dengan hal tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan mobile banking di kalangan nasabah perbankan syariah.

Penelitian ini penting dilakukan karena beberapa alasan. Pertama, perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat telah mengubah perilaku dan orientasi masyarakat ke arah virtual economy yang tentunya melahirkan ekspektasi dan kebutuhan yang berbeda dari sebelumnya. Terlebih sejak Covid-19 mewabah, kondisi ini menimbulkan *blessing* berupa percepatan dan menjadi momentum perubahan pada berbagai aspek kehidupan masyarakat dan menciptakan digital behavior termasuk perilaku dalam bertransaksi keuangan (OJK, 2020). Kedua, penelitian ini menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, (2003). Dalam penelitian ini juga ditambahkan variabel Perceived Financial Cost (PFC) karena terkait dengan mobile banking.

Model dan variabel tersebut merujuk pada penelitian Kholid, (2019) yang berjudul *Determinants of intention to use Islamic mobile banking: Evidence from millennial generation*. Model UTAUT menunjukkan bahwa niat untuk berperilaku dan perilaku menggunakan teknologi dipengaruhi oleh harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan kondisi pendukung atau yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) (Rahmawaty, 2016). Niat adalah kemauan seseorang untuk mengadopsi teknologi baru. Perilaku aktual dapat diukur melalui niat dan dianggap sebagai variabel penting dalam penerimaan teknologi. Di masa lalu, sejumlah penelitian menganggap niat perilaku sebagai faktor penting dalam menentukan penerimaan teknologi (Farah et al., 2018).

Harapan kinerja menyiratkan peningkatan individu dan nilai utilitarian dengan menggunakan mobile banking (Yaseen et al., 2021). Sejumlah penelitian terdahulu seperti Kholid, (2019); Raza et al., (2018) yang meneliti adopsi mobile banking mengidentifikasi harapan kinerja sebagai konstruk penting yang dapat mempengaruhi niat menggunakan mobile banking bank syariah. Sementara itu harapan usaha adalah ukuran yang memanfaatkan inovasi mobile banking tanpa upaya (Yaseen et al., 2021). Kholid, (2019); Raza et al., (2018) juga mengidentifikasi harapan usaha ini sebagai konstruk penting yang mempengaruhi niat menggunakan mobile banking syariah.

Variabel lain dalam UTAUT adalah pengaruh sosial atau persepsi seseorang bahwa sebagian besar orang yang penting baginya berpikir harus atau tidak harus melakukan perilaku yang dimaksud. Sejumlah penelitian sebelumnya yang menyelidiki pengaruh sosial menunjukkan pengaruh sosial menjadi prediktor yang

signifikan dalam mempengaruhi niat perilaku (Tarhini & Ali, 2015). Variabel terakhir dari UTAUT adalah kondisi yang memfasilitasi atau persepsi dimana seseorang percaya bahwa organisasi dan infrastruktur teknis ada untuk mendukung penggunaan sistem. Kondisi yang memfasilitasi menggabungkan konstruksi dari empat model yang berbeda yaitu, kontrol perilaku yang dirasakan dari TPB/DTPB dan C-TAM-TPB, kondisi fasilitasi dari MPCU, dan kompatibilitas dari IDT (Venkatesh et al., 2003).

Satu variabel penting lain yang ditambahkan dalam penelitian ini adalah Perceived Financial Cost (PFC). Perceived Financial Cost (PFC) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan mobile banking akan membutuhkan biaya. Penelitian penerimaan teknologi informasi menyoroti bahwa motivasi dan hasil ekonomi sering menjadi fokus seseorang. Jika nasabah memiliki persepsi bahwa menggunakan mobile banking membutuhkan banyak uang atau membebani keuangan mereka, maka mereka enggan untuk menggunakannya. Kholid, (2019) membuktikan persepsi risiko dan biaya keuangan yang dirasakan secara signifikan dan negatif mempengaruhi niat untuk menggunakan mobile banking.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi survei kuantitatif untuk menghasilkan jawaban atas pertanyaan penelitian dengan menguji hipotesis. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan melalui google form. Kuesioner terdiri dari profil demografi dan konstruksi harapan kinerja, harapan upaya, kondisi yang memfasilitasi pengaruh sosial, biaya yang dirasakan, niat dan penggunaan. Semua item diukur dengan Likert skala 5 poin di mana sangat tidak setuju (STS) memiliki nilai 1 hingga sangat setuju (SS) yang memiliki nilai 5.

Selain masyarakat umum, mahasiswa yang berdomisili di wilayah Metropolitan Jakarta terutama Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Tangerang Selatan dan Bekasi juga dipilih sebagai responden dalam penelitian ini. Sebanyak 275 tanggapan diperoleh, namun setelah penyaringan data, 169 tanggapan dihapus karena bukan nasabah bank syariah sehingga sampel akhir yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 106 nasabah bank syariah. Menurut Churchill dan Iacobucci (2010) dalam penelitian SEM, sampel sebanyak 50-100 dapat bekerja dengan baik (Raza et al., 2018). Setelah data dikumpulkan alat analisis SmartPLS 3.3.9 digunakan untuk menganalisis model penelitian dan menguji 6 hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini (Hair et al., 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Kuesioner terstruktur berbasis online digunakan untuk memperoleh data primer dan responden dalam penelitian ini adalah nasabah bank syariah yang menggunakan M-Banking dan berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Tangerang Selatan dan Bekasi. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam tabel sebagai berikut.

Table 1. Respondent's Characteristics

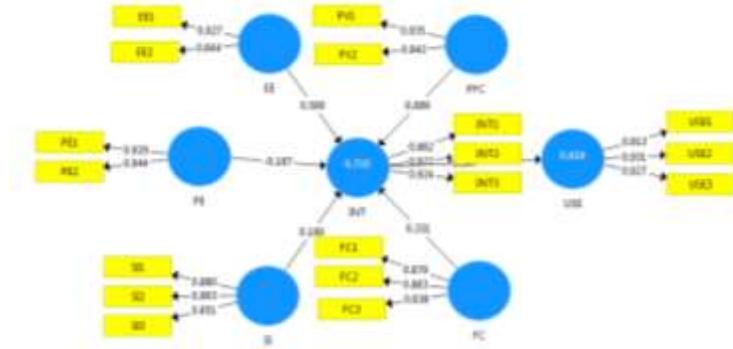
Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase
Gender	Laki-laki	48	45.28%
	Perempuan	58	54.72%
Usia	18-24	101	95.28%
	25-34	2	1.89%
	35-44	3	2.83%
Pendidikan	SMA	46	43.40%
	S1	59	55.66%
	S2	1	0.94%
Domisili	DKI Jakarta	23	21.70%
	Bogor	23	21.70%
	Depok	13	12.26%
	Tangerang	27	25.47%
	Tangerang Selatan	17	16.04%
Pekerjaan	Bekasi	3	2.83%
	Karyawan Swasta	4	3.77%
	Pelajar/Mahasiswa	99	93.40%
	PNS	3	2.83%

Evaluasi Outer Model

Tes validitas dan reliabilitas

Evaluasi outer model atau model pengukuran diterapkan untuk mengidentifikasi validitas output dan membedakan reliabilitas komposit dan alpha Cronbach untuk menentukan output reliabilitas (Ghozali & Latan, 2015). Evaluasi outer model ini juga diimplementasikan untuk menentukan nilai validitas konvergen dalam faktor pemuatan dan validitas diskriminan dalam faktor pemuatan silang. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas disajikan dalam tabel berikut.

Gambar 1. Nilai Loading Factor



Tabel 2. Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted
EE	0.736	0.880	0.786
FC	0.834	0.900	0.751
INT	0.895	0.935	0.827
PE	0.861	0.935	0.878
PFC	0.867	0.938	0.882
SI	0.852	0.910	0.772
USE	0.914	0.946	0.853

Gambar 1 menunjukkan Harapan kinerja (PE), harapan usaha (EE), pengaruh sosial (SI), kondisi yang memfasilitasi (FC), biaya yang dirasakan (PFC), niat (INT) dan penggunaan (USE) memiliki nilai loading factor lebih besar dari 0,50. Tabel 2 menunjukkan varians rata-rata yang diekstraksi (AVE) memiliki nilai > 0,50. Dengan demikian, indikator dapat dinyatakan valid sebagai pengukuran variabel laten. Selain itu pada Tabel 2 di atas juga menunjukkan semua variabel memiliki keandalan yang tinggi, seperti yang ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha > 0,70 dan Composite Reliability > 0,70. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua data memenuhi kriteria model pengukuran. Setelah data dianggap valid dan reliabel, selanjutnya dilakukan penilaian model struktural (inner model) untuk mengungkapkan hubungan antar variabel. Hasil penilaian model pengukuran ditunjukkan pada tabel 2 di atas dan tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Discriminant Validity (Fornell-Larcker) Analysis

	EE	FC	INT	PE	PFC	SI	USE
EE	0.887						
FC	0.632	0.867					
INT	0.730	0.758	0.909				
PE	0.818	0.557	0.547	0.937			
PFC	0.712	0.708	0.691	0.565	0.939		
SI	0.586	0.802	0.714	0.477	0.618	0.878	
USE	0.658	0.681	0.647	0.568	0.617	0.616	0.924

Evaluasi Inner Model

Setelah melakukan penilaian model pengukuran (outer model), maka dilakukan penilaian model struktural (inner model) untuk menguji hubungan antar variabel. Hubungan antar variabel diukur dengan menganalisis nilai koefisien jalur masing-masing variabel. Hasil koefisien jalur yang diperoleh dari evaluasi model structural kemudian digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Untuk melihat apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak diantaranya dengan memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, t-statistik, dan p-values. Adapun *rules of thumb* yang digunakan dalam penelitian ini adalah t-statistik >1,96 dengan tingkat signifikansi p-value 0,05 (5%). Hubungan-hubungan antara variabel dikatakan positif dan signifikan bilamana t statistik >1,96 dan p value <0,05

Akurasi dan Relevansi Prediktif

Kami menggunakan akurasi dan relevansi prediktif untuk melihat bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Untuk menentukan tingkat prediksi variabel, nilai *R square* dan *Q square* harus diukur. Untuk mencari nilai *Q square* perlu dilakukan langkah tambahan dengan menggunakan blindfolding ($Q^2 = 1 - SSE/SSO$). Jika nilai *Q square* > 0 maka dapat dikatakan memiliki nilai observasi yang baik, sedangkan jika nilai *Q square* < 0 maka dapat dinyatakan nilai observasi tidak baik. Adapun variabel yang memiliki *R square* 0.75, 0.50, dan 0.25 dapat dikatakan memiliki derajat analisis kuat, moderat dan lemah (Hair et al., 2019).

Tabel 4. Q square

	Q square
INT	0.571
USE	0.353

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai *Q square* pada variabel dependen (endogen) INT dan USE adalah 0,571 dan 0,353. Dengan melihat pada nilai tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki nilai observasi yang baik/bagus karena nilai *Q square* > 0 (nol) yaitu 0,321 (Chin, 1998).

Table 5. R Square

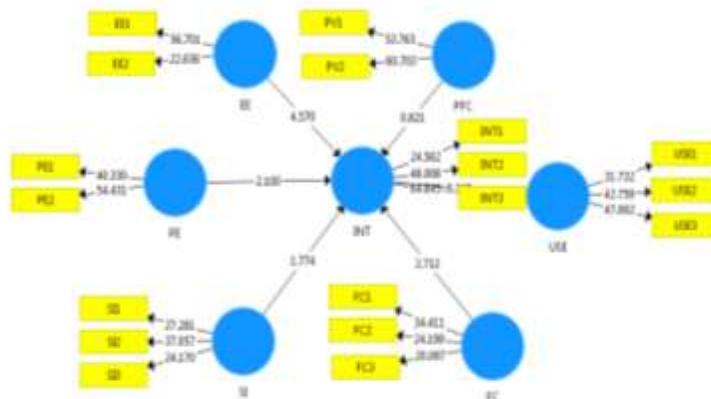
	R Square	R Square Adjusted
INT	0.710	0.696
USE	0.419	0.413

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 5 variabel niat (INT) memiliki nilai R Square > 0,50, yang menunjukkan harapan kinerja (PE), harapan usaha (EE), pengaruh sosial (SI), kondisi yang memfasilitasi (FC), biaya yang dirasakan (PFC) merupakan prediktor yang cukup kuat (moderat) untuk menentukan niat menggunakan mobile banking (INT). Sementara variabel penggunaan (USE) memiliki nilai R square < 0,50, yang menunjukkan predictor lemah untuk menentukan penggunaan mobile banking (USE).

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan bantuan software SmartPLS 3.29. Untuk melihat apakah hipotesis diterima atau ditolak dengan memperhatikan rules of thumb yang digunakan pada penelitian ini yaitu t statistik >1,96 dan p value < 0,05 (5%). Nilai tersebut dilihat dari hasil bootstrapping sebagaimana yang disajikan dalam Tabel 4 dan Gambar 2 di bawah ini.

Gambar 2. Path Coefficient and Hypothesis Test



Tabel 6. Path Coefficient and Hypothesis Test

Hipotesis	T Statistics	P Values	Keputusan
H1 EE -> INT	4.570	0.000	Diterima
H2 PE -> INT	2.100	0.036	Diterima
H3 FC -> INT	2.712	0.007	Diterima
H4 SI -> INT	1.774	0.077	Ditolak
H5 PFC -> INT	0.821	0.412	Ditolak
H6 INT -> USE	6.349	0.000	Diterima

Gambar 2 dan Tabel 6 menunjukkan dari 6 hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, 4 hipotesis (H1, H2, H3 dan H6) diterima sedangkan 3 hipotesis lainnya H4, dan H5 ditolak. Hasil pengujian variabel harapan usaha (EE), harapan kinerja (PE) dan kondisi yang memfasilitasi (FC) terhadap niat menggunakan M-Banking ditemukan mendukung hipotesis 1, 2 dan 3. Jalur antara harapan usaha (EE) dan niat, signifikan, dan positif, dengan nilai t statistik 4,57 > 1,96, p-value 0,00 < 0,05. Hubungan antara harapan usaha dan niat konsisten dengan hasil riset Raza et al., (2018) dan Kholid, MN (2019). Hal ini menunjukkan jika seseorang menganggap M-Banking mudah untuk dioperasikan, maka akan menimbulkan niat dan menghasilkan penggunaan yang sebenarnya (Lin, 2011; Ghalandari, 2012). H2 juga didukung, dimana jalur antara harapan kinerja (PE) dan niat, menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif (t statistik 2,10 > 1,96, p value 0,03 < 0,05. Hasil ini didukung oleh penelitian Kholid, (2019); Raza et al., (2018) dan Yaseen et al., (2021). Hasilnya menunjukkan jika M-banking meningkatkan kinerja pelanggan, mereka akan memilih layanan ini (Ghalandari, 2012; Yu, 2012).

H3 jalur antara kondisi yang memfasilitasi (FC) dan niat juga menunjukkan hubungan positif dan signifikan (t statistik 2,71 > 1,96, p value 0,00 < 0,05). Hasil ini menunjukkan jika seseorang memiliki pengetahuan dan sumber daya yang diperlukan, mereka akan menggunakan mobile banking (Bhatiasevi, 2015). Sebaliknya jalur antara pengaruh sosial dan niat tidak signifikan karena t statistik 1,77 < 1,96, p value 0,08 > 0,05 dan karenanya H4 ditolak. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Raza et al., (2018) dan Kholid, (2019). Logika di balik asosiasi ini adalah bahwa M-banking sangat pribadi dan mobile banking di bank syariah merupakan hal yang sensitif, sehingga kekuatan atau pengaruh apa pun oleh seseorang dibayangi oleh kebutuhan untuk menjaga kerahasiaan dan perlindungan data dan transaksi keuangan (Raza et al., 2018). Hubungan antara biaya yang dirasakan (PFC) dan niat juga tidak berpengaruh signifikan (t statistik 0,82 < 1,96, p value 0,41 > 0,05). Sementara H6 diterima, dimana jalur antara niat (INT) dan penggunaan (USE) menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif dengan nilai t statistik 6,35 > 1,96, p value 0,00 < 0,05). Hasil ini didukung oleh penelitian Raza et al., (2018). Ini menyiratkan bahwa niat perilaku sebenarnya mengarah pada penggunaan teknologi (Raza et al., 2018).

SIMPULAN DAN SARAN

Temuan empiris penelitian ini menunjukkan harapan kinerja, harapan usaha, dan kondisi yang memfasilitasi memberikan pengaruh yang signifikan

terhadap niat dan niat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Sedangkan pengaruh sosial, dan biaya yang dirasakan gagal memberikan pengaruh terhadap niat untuk menggunakan mobile banking. Menurut hasil ini, implikasi praktis menyarankan perbankan syariah perlu merancang layanan digital yang user friendly, sehingga nasabah percaya bahwa menggunakan mobile banking tidak perlu usaha ekstra. Selain itu bank syariah perlu membuat strategi penetapan harga yang dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan mobile banking, karena nasabah juga concern terhadap masalah biaya. Penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu diperbaiki pada penelitian selanjutnya. Pertama, observasi ini hanya dilakukan di wilayah Metropolitan Jakarta sehingga kajian ini tidak berlaku untuk selain wilayah Metropolitan Jakarta. Kedua, penelitian ini hanya menggunakan delapan variabel. Untuk mendapatkan hasil yang lebih signifikan, penelitian selanjutnya jenis populasi dan variabel perlu diperluas.

DAFTAR PUSTAKA

- Bhatiasevi, V. (2015). An extended UTAUT model to explain the adoption of mobile banking. *Information Development* 1-16, 1-15. <https://doi.org/10.1177/0266666915570764>
- Farah, M. F., Hasni, M. J. S., & Abbas, A. K. (2018). Mobile-banking adoption: empirical evidence from the banking sector in Pakistan. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1386-1413. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2017-0215>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPls 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Kholid, M. N. (2019). Determinants of intention to use Islamic mobile banking: Evidence from millennial generation. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 5(2), 53-62. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol5.iss2.art2>
- Nguyen, O. T. (2020). Factors affecting the intention to use digital banking in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(3), 303-310. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no3.303>
- OJK. (2020). Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan. *Ojk*, 13(April), 1-54.
- Rahmawaty, A. (2016). Perempuan dan Pemanfaatan Teknologi Internet dengan Pendekatan UTAUT. *Palastren*, 9(1), 13-42.
- Raza, S. A., Shah, N., & Ali, M. (2018). Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 357-376. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038>
- Riza, A. F., & Hafizi, M. R. (2019). Customers attitude toward Islamic mobile

banking in Indonesia: Implementation of TAM. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 1(2), 75–84.
<https://doi.org/10.20885/ajim.vol1.iss2.art1>

Tarhini, A., & Ali, M. (2015). Extending the UTAUT model to understand the customers' acceptance and use of internet banking in Lebanon A structural equation modeling approach. *Information Technology & People*, 29(4), 830–849. <https://doi.org/10.1108/ITP-02-2014-0034>

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.

Yaseen, S. G., Ali, I., Qirem, E., & Dajani, D. (2021). Islamic mobile banking smart services adoption and use in Jordan adoption. *ISRA International Journal of Islamic Finance Emerald Publishing Limited*. <https://doi.org/10.1108/IJIF-04-2021-0065>