

Memprediksi Minat M-Banking Bank Syariah dengan Pendekatan TAM dan TPB: Studi Generasi Milenial di Bantul

Tyas Utami Pangastuti

Perbankan Syariah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
utyas6699@gmail.com

Alex Fahrur Riza

Perbankan Syariah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
alex.riza@uin-suka.ac.id

Received: 25 November 2022, Accepted: 14 December 2022, Published: 9 May 2023

ABSTRACT

The rapid development of information technology today has changed the lifestyle of people who want everything to be effective and efficient. Especially in the millennial generation, which is the generation most familiar with banking technology. The purpose of this research is to find out the attitudes of the millennial generation towards m-banking at Syariah Bank. This research uses a combination of the Technology Acceptance Model (TAM) and the Theory of Planned Behavior (TPB). This research uses a causal research design with a quantitative research type. The population in this research is the millennial generation in Bantul Regency. Sampling was done with the purposive sampling method with a sample size of 121 respondents. The data analysis technique used is structural equation modeling with partial least squares (SEM-PLS) using the Smart-PLS 3.0 application. The results of this research show that the perception of ease of use has a positive effect on the perception of usability. Perceptions of ease of use and usefulness have a positive effect on attitude. Attitude and perception of behavioral control have a positive effect on interest. While the perception of usefulness and subjective norms do not have a positive effect on the interest in using Sharia Bank mobile banking.

Keywords: M-Banking Syariah Bank, Millennial Generation, TAM, TPB

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi informasi saat ini telah mengubah pola hidup masyarakat yang menginginkan segala sesuatu serba efektif dan efisien. Terutama pada generasi milenial sebagai generasi yang paling akrab dengan teknologi perbankan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adopsi generasi milenial terhadap m-banking bank Syariah. Penelitian ini menggunakan kombinasi model Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). Penelitian ini menggunakan desain riset kausal dengan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial di Kabupaten Bantul. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 121 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling dengan Partial Least Square (SEM-PLS) menggunakan aplikasi Smart-PLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan. Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap. Sikap dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat. Sementara persepsi kegunaan dan norma subjektif tidak berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan mobile banking bank syariah.

Kata Kunci: M-Banking Bank Syariah, Generasi Milenial, TAM, TPB

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi berpengaruh besar terhadap kehidupan manusia, dimana komunikasi yang dilakukan dapat lebih efektif dan efisien, karena tidak dibatasi ruang dan waktu (Herawati, 2019). Dalam lingkungan bisnis, berbagai pihak memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya agar dapat memberikan pelayanan yang optimal. Salah satu tanda perkembangan teknologi dalam industri layanan keuangan adalah *fintech* (Saputra dan Riza, 2023). Faktanya, perbankan menanggapi perkembangan ini dengan menciptakan digital banking, dimana perbankan mendigitalkan seluruh transaksi dan pelayanan tradisional dalam sebuah aplikasi. Dengan menggunakan teknologi digital untuk melayani konsumen, pelayanan perbankan menjadi lebih efisien dan sangat sangat membantu perbankan untuk memperoleh keunggulan kompetitif (Riza *et al.*, 2022).

Layanan mobile banking sangat berpotensi di Indonesia, mengingat jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2022-2023 telah mencapai 215,63 juta dari populasi 266,91 juta jiwa (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibanding tahun sebelumnya. Terlebih pengguna internet dengan rentang usia 20 tahun sampai 40 tahun (generasi milenial) dapat dikatakan sebagai mayoritas penduduk Indonesia yang menggunakan internet. Fenomena milenial menjadi topik yang sering diperbincangkan karena keunikannya. Generasi ini tidak dapat terlepas dari teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet. Kelompok usia yang disebut generasi milenial ini dapat dikatakan sebagai mayoritas pengguna internet. Generasi ini merupakan generasi pertama yang menghabiskan waktu di lingkungan digital dan teknologi informasi yang dapat memengaruhi pola hidup dan pekerjaannya (Bennett *et al.*, 2008; Wesner & Miller, 2008).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Profil Kependudukan Kabupaten Bantul 2019, jumlah generasi milenial dengan usia 20 tahun hingga 40 tahun berada pada kisaran angka 272.578 jiwa dari 949.325 jumlah warga di Kabupaten Bantul. Sebesar 28,71% penduduk seharusnya sudah melek akan teknologi yang diluncurkan oleh lembaga keuangan, sehingga generasi tersebut dapat berpotensi untuk mengadopsi layanan digital seperti mobile banking bank syariah. Salah satu upaya yang dilakukan oleh perbankan guna meningkatkan pengguna m-banking di Kabupaten Bantul yaitu dengan cara menggandeng Dinas Pendidikan dan Olahraga Kabupaten Bantul untuk melakukan sosialisasi digital banking kepada seluruh pegawai di Kabupaten Bantul. Dalam sosialisasi tersebut, Arief Wijayanto selaku Pemimpin Cabang PT Bank BPD DIY mengatakan bahwa saat ini seharusnya semua metode dalam bertransaksi sudah dialihkan ke transaksi nontunai serta semua kalangan harus terbiasa dengan transaksi tersebut.

Untuk mengetahui minat penduduk di Kabupaten Bantul dalam mengadopsi m-banking bank syariah serta banyaknya manfaat yang telah disediakan m-banking bank syariah, dalam penelitian ini menggunakan kombinasi model pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Kedua teori TAM (Davis *et al.*, 1989) dan TPB (Ajzen, 1991) dikembangkan dari teori yang sama, yaitu teori tindakan beralasan (TRA) yang telah ditemukan untuk diterapkan pada perilaku seseorang dalam konteks penggunaan teknologi. Selain itu, kedua teori ini menyatakan

bahwa minat terhadap perilaku merupakan predictor yang kuat bagi perilaku pengguna teknologi. Model TAM dan TPB digabungkan dengan tujuan agar mampu menggambarkan topik penelitian yang kompleks dan untuk mengatasi keterbatasan teori tunggal serta menghasilkan sinergi dari kombinasi teori-teori ini. Hal ini akan meningkatkan kekuatan penjelas dan kesesuaian model (Yang & Su, 2017). Penelitian Indrayana et al. (2016) menunjukkan bahwa hasil integrasi model TAM-TPB mampu menjelaskan 85.1% pengaruhnya terhadap intensi penggunaan e-money.

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari konstruk TAM (persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan) terhadap konstruk TPB (sikap, persepsi kontrol perilaku, norma subyektif, dan minat perilaku) generasi milenial di Kabupaten Bantul untuk menggunakan m-banking bank syariah.

M-banking merupakan inovasi yang memuat metode untuk mengakses layanan perbankan melalui perangkat seluler dimana pelanggan menggunakan perangkat tersebut untuk berinteraksi dengan Lembaga keuangan (Luo et al., 2010). M-banking merupakan layanan perbankan berupa aplikasi yang memungkinkan nasabah bank menggunakan jaringan internet yang disediakan operator seluler melalui ponsel untuk memperoleh informasi dan melakukan transaksi keuangan (Riza dan Hafizi, 2019). Dimana generasi milenial merupakan pengguna terbanyak teknologi internet (Halimah dan Riza, 2022). Generasi milenial ialah generasi yang lahir pada era 80 hingga 90an. Generasi yang identik dengan keberanian, inovatif, kreatif, dan modern ini juga disebut dengan *connected or digital generation* yang merupakan salah satu istilah populer generasi milenial (Riza, 2019). Namun, terdapat perdebatan terkait generasi milenial ini, dimana Putra (2016) menyajikan pengelompokan generasi yang terdiri dari pendapat beberapa peneliti dengan asal negara yang berbeda-beda. Salah satunya dari Howe & Strauss berpendapat generasi milenial lahir pada tahun 1982-2000. Selain itu Martin dan Tulgan berasumsi generasi milenial lahir di tahun 1981-1999.

TAM merupakan adaptasi dari TRA (*Theory Reason Action*) yang secara spesifik digunakan untuk menjelaskan penerimaan suatu teknologi, TAM diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986. TAM menjelaskan bahwa niat individu untuk menggunakan teknologi informasi ditentukan oleh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan yang terintegrasi dengan sikap individu (Davis, 1989). Tujuan TAM adalah menjelaskan faktor penentu penerimaan teknologi berbasis informasi secara umum dan menjelaskan perilaku pemakai akhir (enduser) teknologi informasi dengan variasi yang cukup luas dan populasi pemakai (Riza et al., 2022).

TPB juga merupakan pengembangan dari TRA, dimana Ajzen (1991) mengembangkan model TPB dengan menambah variabel persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) yang belum ada pada model TRA. Variabel ini berguna untuk mengendalikan tindakan individu yang terbatas karena kurangnya sumber daya yang digunakan untuk bertindak (Aji et al, 2020). TPB) menunjukkan bahwa tindakan manusia diarahkan oleh tiga macam kepercayaan. Secara keseluruhan, kepercayaan-kepercayaan perilaku (*behavioral beliefs*) menimbulkan suatu sikap (*attitude*) antara menyukai dan tidak menyukai terhadap perilaku, kepercayaan-kepercayaan normatif (*normative beliefs*) menghasilkan tekanan sosial atau norma-norma subjektif (*subjective norms*), dan kepercayaan-kepercayaan kontrol (*control beliefs*) akan

memberikan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*).

Persepsi kemudahan penggunaan menurut Davis (1989) yaitu sejauh mana seseorang yakin dengan mengoperasikan suatu sistem akan merasa terbebas dari kesulitan. Semakin mudah digunakannya suatu teknologi, semakin besar keuntungan yang akan diperoleh yang kemudian berpengaruh pada meningkatnya kinerja individu tersebut (Riza 2019). Ketika seseorang yakin bahwa menggunakan m-banking bank syariah adalah hal yang mudah, maka pengguna akan dapat merasakan manfaat dan mampu meningkatkan performa kinerjanya tetap akan menggunakan sistem tersebut (Sutanto, 2018; Yudhi et al., 2015; Amalia (2018). Serta, semakin seseorang merasa dimudahkan dalam mengoperasikan m-banking bank syariah, maka semakin banyak orang yang akan berfikir positif sehingga dapat memengaruhi sikap perilakunya dalam memanfaatkan m-banking bank syariah. Senada dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh yang positif pada sikap perilaku (Indrayana et al., 2016; Oktapiani, 2017; Sulistiyarini, 2012).

H1: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan m-banking bank Syariah

H2: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan m-banking bank Syariah

Menurut Davis (1989) kegunaan adalah sebagai sejauh mana seseorang yakin ketika memanfaatkan suatu sistem mampu meningkatkan performa kinerjanya. Ketika individu merasa produktivitas maupun prestasi kerjanya meningkat karena memanfaatkan mobile banking bank syariah, maka akan membentuk suatu kepercayaan yang dapat memengaruhi sikap positif individu dalam menentukan perilakunya (Salisa et al., 2019; Oktapiani, 2017). Persepsi kegunaan dapat diukur melalui bagaimana seseorang merasakan manfaat dari suatu sistem. Apabila sistem tersebut dirasa bermanfaat oleh penggunanya, maka pengguna akan berminat untuk menggunakan sistem tersebut secara terus menerus (Wijayanti dan Riza, 2017; Riza, 2019; Aji et al., 2020).

H3: Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan m-banking bank Syariah

H4: Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan m-banking bank Syariah

H5: Sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan m-banking bank Syariah

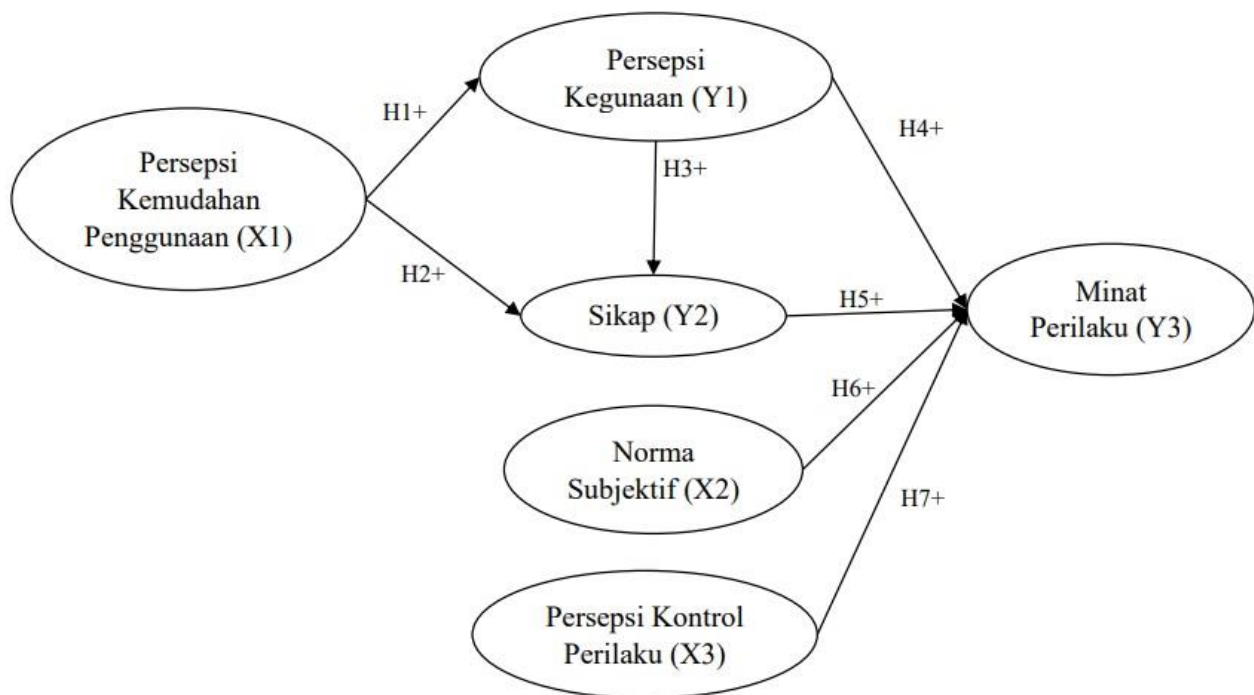
Norma subyektif merupakan pandangan atau persepsi individu pada keyakinan-keyakinan orang lain yang kemudian berdampak pada intensi individu dalam pertimbangannya untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan (Ajzen, 1991). Ketika seseorang menganggap bahwa pengaruh keluarga, kolega, teman dan individu lain yang dianggap penting, maka dapat memengaruhi kecenderungan minat penggunaan m-banking bank Syariah (Indrayana et al., 2016; Salisa et al., 2019).

Ajzen (1991) mendefinisikan persepsi kontrol perilaku sebagai pandangan individu tentang mudah atau tidaknya untuk melaksanakan suatu tindakan tertentu yang bisa dipengaruhi oleh faktor eksternal maupun faktor internal. Sehingga, semakin besar

motivasi pada perilaku, maka semakin besar juga dalam menentukan minat seseorang. Jika seseorang memiliki persepsi yang positif terhadap penggunaan mobile banking bank syariah, semakin berminat pula seseorang tersebut untuk memanfaatkan mobile banking bank Syariah (Herawati, 2019; Aji *et al.*, 2020).

H6: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat penggunaan m-banking bank Syariah

H7: Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat penggunaan m-banking bank Syariah.



Gambar 1. Model Penelitian

METODE

Penelitian ini menggunakan desain riset kausal dengan jenis penelitian kuantitatif menggunakan metode survei lapangan. Pada penelitian ini, penulis menggunakan generasi milenial di Kabupaten Bantul sebanyak 272.578 jiwa (berdasarkan data Profil Kependudukan Kabupaten Bantul 2019). Menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan syarat: a.) Domisili di Kabupaten Bantul b.) Rentang tahun kelahiran antara 1980-2000 c.) Pernah atau sedang menggunakan mobile banking bank syariah. Berdasarkan metode Hair *et al.* (2010) maka diperoleh 121 responden dengan jumlah 22 indikator penelitian. Pada penelitian ini, hasil analisis deskriptif diperoleh melalui perhitungan dengan aplikasi SPSS.23 dan untuk Analisis *inner model* dan *outer model* menggunakan SEM-PLS (*Structural Equation Modeling-Partial Least Square*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil responden dalam penelitian ini menunjukkan karakteristik demografi dari individu yang mengisi kuesioner. Reponden dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling. Yakni pengguna m-banking bank syariah di Kabupaten Bantul dari generasi milenial dengan rentang kelahiran tahun 1980 hingga 2000. Berdasarkan data yang diperoleh dari Profil Kependudukan Kabupaten Bantul 2019, jumlah generasi milenial berada pada kisaran 28,71% dari penduduk Kabupaten Bantul. Sehingga teknik ini paling tepat untuk mendapatkan responden dengan kriteria-kriteria yang sesuai dengan apa yang ingin diteliti Analisis karakteristik demografi responden menjelaskan mengenai jenis kelamin, tahun kelahiran, pendidikan terakhir, status pekerjaan, serta jumlah pendapatan pada pengguna mobile banking bank syariah dapat dilihat dalam table di bawah ini.

Tabel 1. Demografi Responden

Variabel	Deskripsi	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	34	28,1%
	Perempuan	87	71,9%
Tahun Kelahiran	1980-1985	6	5%
	1986-1990	8	6,6%
	1991-1995	18	14,9%
	1996-200	89	73,6%
Pekerjaan	Mahasiswa/Pelajar	74	61,2%
	Karyawan Swasta	25	20,7%
	PNS/POLRI/BUMN	9	7,4%
	Profesional	7	35,8%
	Wiraswasta	6	5%
Penghasilan	< Rp.1.500.000	65	53,7%
	Rp.1.500.001-Rp.3.000.000	44	36,4%
	Rp.3.000.001-Rp.6.000.000	3	2,5%
	Rp.6.000.001-Rp.10.000.000	9	7,4%
Bank Syariah Penyedia Layanan M-Banking	BSI	188	89,3%
	BCA Syariah	119	8,3%
	BTN Syariah	135	2,5%

Sumber: Data hasil olahan SPSS

Adapun Responden dalam penelitian ini adalah 121 nasabah bank Syariah di Bantul. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini cukup bervariasi dengan demografi yang tersebar, serta provider digital banking yang bermacam. Data penelitian ini menunjukkan sampling yang cukup baik dengan responden yang tersebar karakteristiknya. Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa persebaran responden secara

demografi cukup merata di berbagai kalangan masyarakat, baik dari sisi jenis kelamin (Laki-laki 28,1% Perempuan 71,9%). Untuk usia responden cukup tersebar di kalangan generasi millennial. Adapun bidang pekerjaan mayoritas masih pelajar dan kemudian dilanjutkan oleh karyawan swasta. Sedangkan dari sisi penghasilannya cenderung masih di kalangan menengah ke bawah. Responden dalam penelitian ini mayoritas menggunakan bank BSI.

Sebelum melakukan uji hipotesis dan uji model, perlu dilakukan uji reliabilitas dan validitas instrumen untuk memperoleh data yang reliabel dan valid (Cooper & Schindler, 2011). Peneliti melakukan dua jenis uji validitas penelitian, yaitu validitas konten dan validitas konstruk. Melalui uji validitas konten dapat diperlihatkan bahwa keseluruhan isi dari definisi suatu konstruk telah terwakili oleh kuesioner yang digunakan (Neuman, 2006, hlm. 193). Dalam penelitian ini pengujian validitas konstruk dengan menggunakan software SPSS 23. Untuk melihat korelasi dalam validitas konvergen (*convergent validity*) dan validitas diskriminan (*discriminant validity*) maka digunakanlah uji *confirmatory factor analysis* (CFA). Analisis faktor merupakan metode multivariat yang digunakan untuk menganalisis variabel yang diduga memiliki ketertarikan satu sama lain.

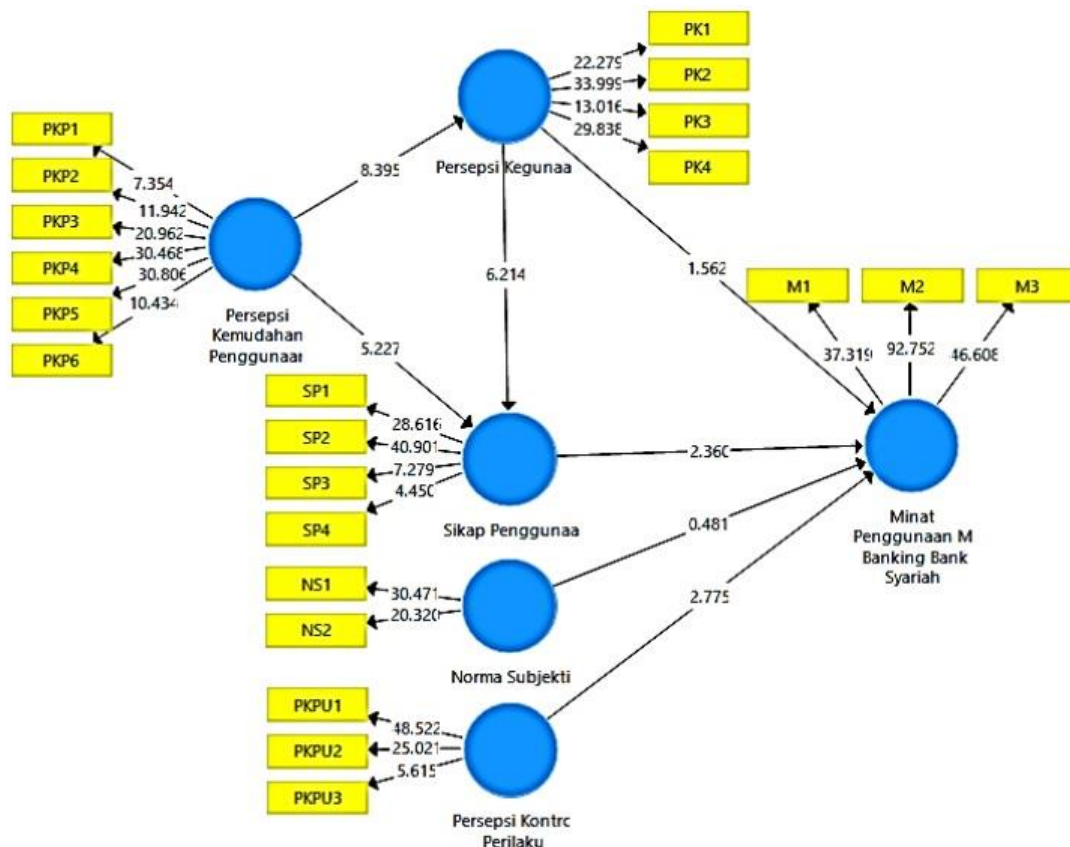
Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Reliabilitas	AVE	Indikator	Outer Loading	Validitas Diskriminan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	CR: 0,896 CA: 0,860	0,592	PKP1	0,585	0,815
			PKP2	0,726	
			PKP3	0,813	
			PKP4	0,864	
			PKP5	0,844	
			PKP6	0,751	
Norma Subjektif	CR: 0,903 CA: 0,785	0,823	NS1	0,916	0,907
			NS2	0,898	
Persepsi Kontrol Perilaku	CR: 0,853 CA: 0,753	0,664	PKPU1	0,905	0,770
			PKPU2	0,868	
			PKPU3	0,647	
Perspesi Kegunaan	CR: 0,894 CA: 0,842	0,678	PK1	0,821	0,824
			PK2	0,868	
			PK3	0,756	
			PK4	0,845	
Sikap Penggunaan	CR: 0,813 CA: 0,713	0,532	SP1	0,849	0,729
			SP2	0,880	
			SP3	0,613	
			SP4	0,509	

Minat Penggunaan	CR: 0,945	0,851	M1	0,902	0,923
	CA: 0,912		M2	0,946	
			M3	0,918	

Sumber: Data hasil olahan SEM-PLS

Pada Tabel 2 telah memenuhi syarat dari AVE, dengan nilai AVE >0,5 pada semua variabel. Hasil pengujian dari *outer loading*, terdapat satu indikator pada variabel persepsi kemudahan penggunaan, satu indikator pada variabel persepsi kontrol perilaku, dan dua indikator pada sikap penggunaan yang memiliki nilai yang kurang dari 0,7. Namun, menurut Abdillah dan Hartono (2015) sepanjang nilai AVE tersebut >0,5, maka indikator tersebut masih bisa dipertahankan. Sehingga, dari hasil pengujian ini menyatakan bahwa validitas konvergen telah terpenuhi. Validitas diskriminan telah terpenuhi dengan alasan setiap variabel memiliki nilai >0,7. Nilai variabel minat adalah 0,923 (>0,7), nilai norma subjektif adalah 0,907 (>0,7), nilai persepsi kegunaan adalah 0,824 (>0,7), nilai persepsi kemudahan penggunaan adalah 0,770 (>0,7), nilai persepsi kontrol perilaku adalah 0,815 (>0,7), dan sikap penggunaan sebesar 0,729 (>0,7). Nilai Cronbach's Alpha dapat diketahui nilai setiap variabel > 0,6. Selain itu, nilai Composite reliability pada tiap variabel >0,7. Dengan terpenuhinya kedua persyaratan tersebut, maka data dan hasil pengukuran yang dilakukan dinyatakan reliabel.



Gambar 2. Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Pada Gambar 2 menunjukkan bahwa nilai path coefficient terbesar ditunjukkan oleh pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kegunaan sebesar 8,395. Kemudian nilai pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan sebesar 6,214. Pada pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan sebesar 5,227. Nilai pengaruh selanjutnya pada variabel persepsi kontrol perilaku terhadap minat dengan nilai sebesar 2,775. Selanjutnya pada sikap penggunaan terhadap minat memiliki nilai pengaruh sebesar 2,360. Nilai pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat sebesar 1,562. Sementara nilai pengaruh terkecil ditunjukkan oleh variabel norma subjektif terhadap minat dengan nilai sebesar 0,481.

Dari uji *path coefficient*, menyatakan bahwa setiap variabel penelitian ini mempunyai nilai pengaruh dengan angka positif. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin besar nilai *path coefficient*, maka pengaruh antar variabel semakin kuat. Uji model fit menggunakan R square pada persepsi kegunaan sebesar 0,317 yang artinya sebesar 31,7% dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan penggunaan dengan 68,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Pada variabel sikap penggunaan, dinyatakan bahwa R square sebesar 0,572. Artinya, variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan dapat memengaruhi sikap penggunaan sebesar 57,2% dan sisanya 42,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Sementara R square untuk variabel minat sebesar 0,414. Artinya, variabel minat menggunakan mobile banking bank syariah dipengaruhi oleh variabel persepsi kegunaan, sikap penggunaan, norma subjektif, dan persepsi control perilaku sebesar 41,4% dan sisanya 58,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Nilai Q square diperoleh angka 0,829 sebagai nilai Qsquare. Artinya, data yang terdapat dalam penelitian ini dapat dijelaskan oleh model penelitian ini sebesar 82,9% dengan 17,1% dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian ini. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini dinyatakan memiliki *goodness of fit* yang baik.

Hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini dapat dijawab dengan melihat tstatistic dan nilai p-values. Agar hipotesis penelitian dapat diterima, maka nilai tstatistic harus >1,96 dan nilai p-values <0,02. Tabel di bawah ini merupakan hasil uji hipotesis melalui uji inner model.

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis

Path	Original	T-Statistic	P-Values	Ket.
Persepsi Kemudahan Penggunaan => Persepsi Kegunaann (H1)	0,563	8,090	0,000	Diterima
Persepsi Kemudahan Penggunaan => Sikap Penggunaan (H2)	0,402	5,044	0,000	Diterima
Persepsi Kegunaan => Sikap Penggunaan (H3)	0,452	6,164	0,000	Diterima

Perspsi Kegunaan => Minat Penggunaan (H4)	0,157	1,574	0,116	Ditolak
Sikap Penggunaan => Minat Penggunaan (H5)	0,242	2,408	0,016	Diterima
Norma Subjektif => Minat Penggunaan (H6)	-0,043	0,445	0,657	Ditolak
Persepsi Kontrol Perilaku => Minat Penggunaan (H7)	0,362	2,583	0,010	Diterima

Sumber: Data hasil olahan SEM-PLS

Penelitian ini mengukur tingkat penerimaan konsumen terhadap m-banking, yang diproksikan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Model ini bertujuan untuk memprediksi penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi (Haryanto, 2018; Salisa et al., 2019; Herawati, 2019). Berdasarkan Tabel 3 diatas, dapat disimplkan bahwa H1, H2, H3, H5 dan H7 dinyatakan "diterima". Sedangkan H4 dan H6 dinyatakan "ditolak". Penelitian ini mengkonfirmasi penelitian sebelumnya tentang persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan. Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap. Sikap dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat. Sementara persepsi kegunaan dan norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan mobile banking bank syariah.

Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana nasabah percaya bahwa tidak membutuhkan usaha yang besar saat menggunakan suatu sistem. Yakni m-banking bank syariah mudah dalam pengoperasiannya karena hanya memerlukan usaha yang minimum untuk mempelajarinya. Semakin mudah dalam penggunaan sistem tersebut, maka semakin besar pula manfaat yang dirasakan dan diterima dari penggunaan teknologi yang akan berpengaruh pada peningkatan kinerja penggunanya. Pada realitanya, generasi milenial yang menggunakan m-banking bank syariah di Kabupaten Bantul merasa mudah dan fleksibel sehingga memperoleh manfaat diantaranya dapat mengelola keuangan.

Manfaat lain yang diperoleh dari kemudahan pengoperasian m-banking bank syariah adalah dapat digunakan sebagai alat transaksi pembayaran, kebutuhan bisnis, maupun untuk memenuhi tuntutan kerja pengguna. Terutama di zaman yang serba cashless dan cardless yang dianggap praktis oleh generasi milenial. M-banking bank syariah juga memberikan kemudahan kepada nasabah melalui fitur pembelian dan pembayaran secara lebih cepat dan lebih mudah. Dimana fitur ini dimanfaatkan oleh generasi milenial untuk membeli pulsa atau paket internet agar dapat tetap terbuhung dengan jejaring sosial yang menjadi kebiasaannya. Selain itu, jangka waktu penggunaan m-banking bank syariah juga dapat menentukan mudah atau tidaknya sistem tersebut. Rata-rata generasi milenial di Kabupaten Bantul sudah menggunakan m-banking bank syariah selama 1 sampai 3 tahun. Waktu tersebut dianggap sudah cukup dalam mempelajari mudahnya pengoperasian mobile banking bank syariah sehingga dapat merasakan manfaat secara lebih luas.

Pada dasarnya, semakin seseorang merasa dimudahkan dalam penggunaan

sistem, maka semakin banyak pula yang berpikir positif akan sistem tersebut. Pengguna mobile banking bank syariah dalam penelitian ini merasa percaya bahwa mengoperasikan sistem ini tidak sulit. Sehingga mereka berpikir akan terus menggunakan sistem tersebut. Perubahan terhadap sikap individu ini dapat dikatakan sebagai tindakan yang bijak dalam menggunakan sistem, khususnya pada penggunaan mobile banking bank syariah. Aplikasi mobile banking setiap bank syariah (BSI, BCA Syariah, BTN Syariah, atau yang lainnya) tentu saja berbeda, baik dari tampilan, fitur, tata letak, cara registrasi/log in, maupun cara bertransaksi. Namun, generasi milenial telah dikenal sebagai generasi yang melek teknologi, sehingga tidaklah sulit untuk memahami suatu sistem yang sudah ada maupun sistem yang baru. Pernyataan ini didukung dengan beberapa alasan yang tercantum dalam kuesioner penelitian ini yang menyatakan bahwa dengan adanya m-banking bank syariah fleksibel dan mudah dalam pengoperasiannya.

Tak hanya itu, generasi ini juga termasuk dalam generasi yang cenderung konsumtif (Indonesian Millennials Report 2019). Agar lebih memudahkan dalam transaksinya, responden penelitian ini memanfaatkan m-banking bank syariah untuk top up e-money, baik Shoppe Pay, Dana, OVO, dan sebagainya. Dengan adanya manfaat ini, dapat memengaruhi evaluasi seseorang terhadap mobile banking tersebut, serta dapat mengontrol secara berkala pada transaksinya. Pada penelitian ini, mayoritas responden memberikan pernyataan setuju bahwa mobile banking bank syariah memberikan manfaat bagi penggunanya. M-banking bank syariah dianggap memberikan keefektifan bagi penggunanya, yaitu generasi milenial di Kabupaten Bantul. M-banking secara umum diyakini dapat mempengaruhi profitabilitas dan kinerja secara positif (Riza dan Hafizi, 2019). M-banking dan digital finance memiliki peran penting dalam revolusi industri 4.0 (Wijayanti dan Riza, 2017; Riza, 2021).

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa semakin meningkatnya sikap penggunaan mobile banking bank syariah, maka minat penggunaannya juga semakin naik. Pada penelitian ini sikap berarti perasaan positif atau negative maupun suka atau tidaknya pada mobile banking bank syariah. Sikap positif dapat ditunjukkan dengan keputusan pengguna terhadap mobile banking bank syariah merupakan gagasan yang bagus dan suatu solusi yang bijak dalam pengelolaan keuangan.

Sikap dapat menjadi salah satu faktor penting dalam penentuan sikap seseorang. Dalam penelitian ini, generasi milenial menganggap bahwa m-banking bank syariah memberikan efek positif pada pengelolaan keuangan mereka. Sikap generasi milenial dalam menggunakan internet cenderung lebih mencolok dibandingkan generasi yang lain, termasuk dalam pengelolaan uang secara digital. Ketika akan bertransaksi, generasi ini lebih yakin pada konten dan informasi yang dibuat oleh perorangan (*word of mouth communication*). Sehingga generasi milenial memiliki rasa percaya diri pada kemampuan finansialnya sendiri dan dapat menimbulkan minat pengguna untuk terus memanfaatkan layanan m-banking bank syariah.

Hasil penelitian ini mendukung riset terdahulu yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku memengaruhi secara positif pada minat untuk memanfaatkan teknologi. Dari hasil olah data statistik dapat dilihat sebagian besar responden setuju atas kendali yang dimilikinya untuk menggunakan m-banking bank syariah. Generasi milenial Kabupaten Bantul menganggap dirinya mampu dalam mengoperasikan m-banking bank syariah untuk pengelolaan keuangan, baik yang dipelajari dari pengetahuan maupun

keterampilan yang dimilikinya. Berdasarkan hasil tersebut, ketika generasi milenial di Kabupaten Bantul merasa memiliki kemampuan dalam mengoperasikan m-banking bank syariah, kemudian dapat meningkatkan minat pengguna dalam mengakses m-banking bank syariah. Sehingga, persepsi kontrol perilaku dalam penelitian ini dapat dikatakan sebagai kesukaan atau kesulitan pengguna m-banking bank syariah untuk melakukan kegiatan perbankan.

Kenyataannya, generasi milenial di Kabupaten Bantul mampu memanfaatkan m-banking bank syariah untuk menyelesaikan pekerjaan maupun untuk kegiatan perbankan. Hal ini dapat disebabkan responden pada penelitian ini didominasi oleh pelajar yang cenderung memiliki kemampuan serta memahami manfaat dari m-banking bank syariah. Selain itu, mereka mempunyai sumber daya yang memadai baik dari gadget, pelatihan, modul, maupun informasi tambahan melalui social media mengenai m-banking bank syariah yang sudah menjadi ciri dari generasi milenial itu sendiri. Pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki pengguna m-banking bank syariah menjadi faktor penting dalam memengaruhi sikap mereka untuk berniat menggunakan m-banking bank Syariah.

Meskipun hipotesis keempat dan keenam ditolak, namun sesuai dengan penelitian Aboelmaged & Gebba (2013) tentang minat mengadopsi mobile banking dan penelitian Ardhiani (2015) tentang penerimaan pengguna untuk memanfaatkan website dengan model TAM dan TPB. Penelitian Hidayatulloh et al. (2019) mengenai model TAM dan TPB yang bertujuan untuk menentukan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap media sosial yang digunakan untuk online business. Beberapa penelitian terdahulu tersebut menyatakan bahwa persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh pada minat untuk memanfaatkan suatu sistem atau teknologi.

Kemudian, penelitian ini menunjukkan norma subjektif tidak memiliki pengaruh pada minat menggunakan m-banking bank syariah. Meskipun kepercayaan terhadap orang lain pada dasarnya dapat memengaruhi intensi seseorang, sehingga dapat menjadi pertimbangan untuk berperilaku. Preferensi orang lain tersebut dapat dijadikan penilaian untuk memutuskan sebuah tindakan. Seharusnya, generasi milenial di Kabupaten Bantul sebagai pengguna m-banking bank syariah selalu mempertimbangkan saran maupun nasehat dari orang-orang terdekat atau orang yang dapat memengaruhi perilakunya. Pengaruh berupa saran dapat muncul dari orang-orang yang dianggap penting oleh pengguna, bisa rekan kerja maupun atasannya. Selain itu dapat timbul dari orang-orang yang dapat memberikan pengaruh besar pada responden. Namun, pada penelitian kali ini saran dari orang-orang tersebut belum mampu memengaruhi minat generasi milenial di Kabupaten Bantul untuk terus mengakses m-banking bank syariah.

Faktor yang lain disebabkan oleh jangka waktu dalam penggunaan m-banking bank syariah. Generasi milenial yang merupakan pengguna m-banking bank syariah yang telah mempunyai pengalaman dalam mengoperasikan sistem tersebut dapat mempunyai anggapan tersendiri, bisa jadi dari informasi yang dapat dipercaya atau tidak, dari segi keamanannya maupun yang lainnya. Sehingga, lebih percaya dengan pengalaman diri sendiri dibandingkan saran orang lain.

SIMPULAN

Setelah dilakukan analisis mengenai minat penggunaan m-banking bank syariah pada generasi milenial di Kabupaten Bantul. Dapat ditarik kesimpulan, ketika nasabah merasakan kemudahan dalam mengoperasikan m-banking bank syariah, maka pengguna akan merasakan manfaatnya. Manfaat yang diterima pengguna dalam mengoperasikan m-banking bank Syariah mampu menentukan sikap pengguna untuk menggunakan sistem tersebut. Nasabah akan memiliki sikap positif pada penggunaan m-banking bank Syariah, ketika merasakan kemudahan dalam mengoperasikan m-banking. Sikap penggunaan menunjukkan pengaruh yang positif pada minat penggunaan m-banking bank syariah. Gagasan maupun ide yang positif dalam menentukan sikap dalam penggunaan mobile banking bank syariah mampu memengaruhi minat pengguna untuk terus menggunakan sistem tersebut. Persepsi kontrol perilaku memengaruhi secara positif terhadap minat dalam penggunaan mobile banking bank syariah. Artinya generasi milenial di Kabupaten Bantul sebagai pengguna m-banking bank syariah telah memiliki sumber daya yang memadai untuk terus mengoperasikan m-banking bank syariah.

Meskipun berbagai manfaat yang telah diberikan mobile banking bank syariah terhadap penggunanya, namun belum mampu memengaruhi minat generasi milenial di Kabupaten Bantul untuk terus menggunakan sistem ini. Norma subjektif tidak berpengaruh positif pada minat dalam penggunaan mobile banking bank syariah. Hal ini berarti bahwa persepsi dari orang-orang sekitar belum mampu membentuk minat untuk terus mengakses m-banking bank syariah. Pada penelitian ini diduga terdapat faktor lain selain pengaruh dari orang sekitar, yaitu dari pengalaman pribadi pengguna m-banking bank syariah.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk penelitian dimasa mendatang. Dimana penelitian selanjutnya sebaiknya lebih memperluas sampel untuk lebih menggeneralisasi di daerah lainya, serta memodifikasi model dengan teori-teori lain seperti UTAUT2 dan TAM3. Bank Syariah sebaiknya lebih meningkatkan promosi agar nasabah semakin meningkat. Bank syariah juga perlu melengkapi fitur-fitur yang terdapat pada m-banking maupun manfaat lain yang sesuai dengan kebutuhan pengguna saat ini dengan tujuan untuk meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan m-banking bank Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aboelmaged, M., & Gebba, T. R. (2013). Mobile Banking Adoption: An Examination of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *International Journal of Business Research and Development*, 2 (1), 35–50. <https://doi.org/10.24102/ijbrd.v2i1.263>
- Aji, H.M., Berakon, I. & Riza, A.F. (2020). The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*. 12 (6). 1180-1196. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0203>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Amalia, S. N. A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology Syariah Paytren Sebagai Salah Satu Alat Transaksi

- Pembayaran: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 9(1), 64–79.
- APJII. (2023). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020, 1–146.
- Bennett, S., Maton, K., & Kervin, L. (2008). The “Digital Natives” Debate: A Critical Review of The Evidence. *British Journal of Educational Technology*, 39 (5), 775–786.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35, 982–1003.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior*. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (Seventh Ed)*
- Halimah, I.H. & Riza, A.F. (2022). Millennials Response on The Existence of The First Sharia Electronic Money in Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*. 7 (2), 151-168. <https://doi.org/10.23971/jaq.v7i2.5760>
- Haryanto. (2018). Niat Adopsi Teknologi Informasi: Sebuah Kajian Empiris Online Business. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 18(2), 165–180. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2014.v18.i2.139>
- Herawati, J. (2019). Produk Secara Online Menggunakan Facebook Berdasarkan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior (Studi Kasus pada Mahasiswa di Kota Yogyakarta). *Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika*, 16(1). 208–224.
- Indrayana, B., Seminar, K. B., & Sartono, B. (2016). Faktor Penentu Minat Penggunaan Instagram Untuk Pembelian Online Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 138–147. <https://doi.org/10.17358/jabm.2.2.138>
- Luo, R., Han, L., Zhang, J., & Shim, J. P. (2010). (2010). Examining multidimensional trust and multi- faceted risk in initial acceptance of emerging technologies: An empirical study of mobile banking services. *Decision Support Systems*, 49(2), 222–234.
- Oktapiani, R. (2017). Interpretasi Model Penerimaan Sistem Ujian Online Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory Planned of Behavior (TPB) Di SMK Pasim Plus Kota Sukabumi. *Swabumi*, 5, 1–9.
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. 1952, 123–134.
- Riza, A.F. (2019). Customer acceptance of digital banking in Islamic bank: Study on millennial generation. *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAIE)*. 2 (1), 66-74. <https://journal.uii.ac.id/CIMAIE/issue/view/1261>
- Riza, A. F. (2021). The potential of digital banking to handle the Covid-19 pandemic crisis: Modification of UTAUT model for Islamic finance industry. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol7.iss1.art1>

- 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>
- Riza, A.F., Khoiruddin, A.Y. & Ibrahim, H. (2022). Digital Banking: Opportunity or Challenge for Sharia Finance Industry? *Journal of Islamic Economy and Community Engagement*, 3 (1), 206-221.
- Salisa, N. R., Aeni, I. N., & Chamid, A. A. (2019). Analisis Faktor-faktor Penerimaan Penggunaan Sistem Keuangan Desa: Pendekatan TAM dan TPB. *Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 34–53. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i1.829>
- Saputra, B. & Riza, A.F. (2023). Adopsi Payment Gateway Syariah: Peran Pengetahuan Riba Sebagai Moderasi. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 2 (1), 1-16. <https://doi.org/10.14421/jbmib.2023.021-02>
- Sutanto, P. H. (2018). Evaluasi Media dan Bahan Belajar sibejo.com dan quipper school.com dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Seminar Nasional Teknologi Dan Bisnis*, 154–161.
- Wesner, M. S., & Miller, T. (2008). Boomers dan Millennials Have Much in Common. *Organization Development Journal*, 26(3), 89–96.
- Wijayanti, D.M. & Riza, A.F. (2017). Sharia fintech: Positive innovation in consumer perspective. *International Seminar Academic Network on Competition Policy*. (1) 101-120. http://eprints.undip.ac.id/66376/1/Prosiding_PKPU.pdf#page=103
- Yang, H. H., & Su, C. H. (2017). Learner behaviour in a MOOC practice-oriented course: In empirical study integrating TAM and TPB. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 18(5), 35–63. <https://doi.org/10.19173/irrodl.v18i5.2991>
- Yaghoubi, N.-M., & Bahmani, E. (2010). Factors Affecting the Adoption of Online Banking- An Integration of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *International Journal of Business and Management*, 5(9), 159–165. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v5n9p159>
- Yudhi, Arthana, & Rukhviyanti, N. (2015). Pengaruh Minat Individu terhadap Penggunaan Mobile Banking (M-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Informasi*, 7(1), 25–44.