

TRUST ON SHARIA M-BANKING: EVIDANCE ON MILENIALS GENERATIONS

Novita Safitri¹ and Wahyu Anggraini²

Islamic State University Sunan Kalijaga, Faculty Islamic Economics and Business

¹17108010031@uin-suka.ac.id.

²17108020093@uin-suka.ac.id.

³18108030001@uin-suka.ac.id.

ABSTRACT

This study aims to examine the trust of millennial generation in the role of sharia mobile banking in the ease of solving their financial problems. The increased use of smartphones has made the banking industry provide mobile banking services to facilitate and increase customer productivity. The level of trust in sharia mobile banking is measured using the Technology Acceptance Model (TAM). Based on TAM, trust is determined by Perceived Easy of Use (PEoU), Perceived Usefulness (PU), Attitude to Product (ATP), and Intention to Use (ITU). This study uses an independent survey, with a total sample of 330 sharia mobile banking users spread throughout Indonesia. Data analysis techniques used in this study used SB-SEM (Covariance Based-Structural Equation Modeling) with AMOS software. The results showed that PEoU had a positive effect on PU, PEoU had a positive effect on ATP, PU had a positive effect on ATP, ATP had a positive effect on ITU, and ITU had a positive effect on Trust. Overall millennial generation has a high level of trust in sharia mobile banking, because sharia mobile banking is easy to use and makes it easy to solve their financial problems.

Keywords: Sharia Mobile Banking, Perceived Easy of Use (PEoU), Perceived Usefulness (PU), Attitude to Product (ATP), Intention to Use (ITU), Trust.

Article History:

Received : 05 Desember 2021

Revised : 11 Desember 2021

Accepted : 13 Desember 2021

Available online : 26 Desember 2021

I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Indonesia kini telah memasuki era industri 4.0. Mayoritas penduduk Indonesia menggunakan teknologi digital dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Kepemilikan smartphone meningkat dari 39% menjadi 66% dari tahun 2015 – 2018 pada pemakai muda (18 – 34 tahun). Sedangkan pengguna smartphone yang berusia di atas 50 tahun naik dari 2% pada tahun 2015 menjadi 13% pada tahun 2018. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepemilikan smartphone di Indonesia didominasi oleh pemakai muda (Taylor dan Silver, 2019). Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2017), proporsi penduduk muda Indonesia berjumlah lebih dari 25% dari total sekitar 250 juta jiwa penduduk Indonesia dikombinasikan dengan 59,2 juta unit Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) yang berkontribusi sebesar 61,41% terhadap Produk Domesti Bruto (PDB) nasional. Dua kekuatan besar ekonomi Indonesia tersebut menjadi fokus Pemerintah sebagai strategi pengembangan ekonomi digital nasional.

Generasi milenial merupakan generasi yang melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan mereka. Hampir seluruh individu memanfaatkan smartphone untuk berinteraksi online, jual-beli dan lain sebagainya (Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018). Kegiatan jual beli online semakin meningkat. *Public Relations and Communications Manager Cupo Nation*, Olivia Putri, menjelaskan, dari studio internal pihaknya bahwa pertumbuhan pembeli online di Indonesia terjadi dalam tiga tahun terakhir. Pada tahun 2016, jumlah pembeli online mencapai 9,6 % dari jumlah populasi dan meningkat menjadi 10,7 % pada tahun 2017. Jumlah tersebut diperoleh dengan membagi jumlah populasi dan jumlah pembeli online di Indonesia setiap tahunnya. Pendapatan dari pasar e-commerce Indonesia, ada 6,1 miliar dollar AS pada tahun 2016 dan mencapai 7,5 miliar dollar AS pada tahun 2017. Data yang digunakan dalam penelitian tersebut merupakan data dari lembaga statistik internasional bernama Statista (Anonim, 2018).

Adapun perbankan syariah menjadi solusi dalam rangka mendukung akselerasi pertumbuhan ekonomi nasional. Alasannya yang pertama, perbankan syariah lebih dekat dengan sektor riil karena produk yang ditawarkan senantiasa menggunakan underlying transaction pada sektor riil sehingga dampaknya lebih nyata dalam membangun pertumbuhan ekonomi. Kedua, dalam perbankan syariah tidak terdapat produk-produk yang spekulatif (gharar) sehingga mempunyai daya tahan yang kuat terhadap krisis keuangan global. Ketiga, profit-loss sharing yang menjadi diferensiasi perbankan syariah membawa manfaat keadilan bagi semua. pihak yaitu pemilik dana, pengusaha selaku debitur maupun bank sebagai pengelola dana.

Jika dibandingkan dengan bank konvensional, usia bank syariah masih di Indonesia tergolong masih belia. Sampai Januari 2017, industri perbankan syariah telah mempunyai jaringan sebanyak 13 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 164 BPRS yang tersebar di seluruh Indonesia yang menjadikan Indonesia menjadi negara dengan bank syariah terbanyak di dunia. Menurut laporan dari BI menunjukkan bahwa pergerakan Non-Performing Financing (NPF), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank syariah dalam mengelola pembiayaan yang bermasalah yang ada dan dapat dipenuhi dengan aktiva produktif yang dimiliki oleh bank syariah cukup stabil dibawah 5%. Oleh karena itu, perlu diketahui apakah kemudahan dan manfaat dalam penggunaan e-banking syariah akan (membuat kepercayaan nasabah). Manfaat yang dirasakan oleh pengguna sharia fintech diprosikan dengan kepuasan mereka atas sebuah produk. Semakin mereka merasa

percaya artinya produk tersebut semakin memberikan manfaat dalam menjalankan bisnis. Kepercayaan merupakan reaksi afektif positif terhadap hasil dari pengalaman sebelumnya (Ganesan, 1994).

1.2. Tujuan Penelitian

Untuk itu perlu diketahui apakah kemudahan dan manfaat dalam penggunaan e-banking syariah akan (membuat kepercayaan nasabah). Manfaat yang dirasakan oleh pengguna sharia fintech diprosikan dengan kepuasan mereka atas sebuah produk. Semakin mereka merasa percaya artinya produk tersebut semakin memberikan manfaat dalam menjalankan bisnis. Kepercayaan merupakan reaksi afektif positif terhadap hasil dari pengalaman sebelumnya (Ganesan, 1994).

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teoretis

2.1.1. M-Banking

Mobile banking adalah sebuah layanan yang disediakan oleh bank melalui smartphone dengan berbagai fitur yang disediakan guna melakukan berbagai transaksi perbankan. Mobile banking hampir serupa dengan *sms banking*, namun fitur yang dimiliki *mobile banking* lebih lengkap dibandingkan *sms banking* (Abadi, 2015). Penggunaan smartphone yang meningkat membuat industri perbankan berlomba-lomba untuk memberikan layanan aplikasi mobile yang dapat meningkatkan produktivitas pengguna. Dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, perbankan memberikan dukungan akan kecepatan dan kemudahan layanan transaksi perbankan melalui pengembangan *mobile banking*. *Mobile banking* dikembangkan menggunakan teknologi GPRS (*General Package Radio Service*), GPRS merupakan teknologi penyampaian data melalui ponsel yang dapat dikirim berbentuk pesan maupun aplikasi (Wasilah, 2016).

Layanan *mobile banking* berfungsi guna memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan (kecuali penarikan uang tunai), tanpa perlu datang ke bank maupun ATM, layanan *mobile banking* memberikan akses tanpa batas bagi nasabah dalam memenuhi kebutuhan (Sumarwan, 2011). Nasabah dapat mengakses informasi dan melakukan transaksi yang diinginkan menggunakan *mobile banking* yang berkaitan dengan perbankan. Beberapa transaksi yang dapat dilakukan, seperti *transfer* dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar, pembayaran (kartu kredit, PLN, telepon, handphone, listrik, asuransi), pembelian (pulsa isi ulang, saham) (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Fitur yang disediakan pada *mobile banking* memberikan kemudahan, kenyamanan dan aksesibilitas serta *mobile banking* dianggap penting untuk menarik pelanggan (Darsow dan Listwan, 2012) dalam Gumussoy, 2016). Semua nasabah yang memiliki *smartphone* dapat bertransaksi menggunakan fasilitas tersebut dengan mudah kapan pun dan di mana saja.

2.1.2 Kepercayaan (Trust)

Menurut Rofic (2007:30), kepercayaan merupakan suatu pondasi bisnis karena transaksi antara satu dengan yang lainnya akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Individu membentuk kepercayaan mengenai teknologi informasi dipengaruhi oleh faktor individual, sosial, dan institusional dalam bertransaksi (Lewis et al., 2003). Kepercayaan dapat

didefinisikan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu dalam suatu lingkungan yang memiliki ketidakpastian (Harlan, 2014).

Konsep kepercayaan dalam penelitian ini berarti bahwa nasabah percaya dalam melakukan semua kegiatan atau transaksi yang dibutuhkan menggunakan mobile banking syariah. Jika minat yang dimiliki tinggi dalam menggunakan mobile banking syariah dan mendapatkan pengalangan yang positif saat menggunakan, maka akan timbul kepercayaan nasabah terhadap mobile banking syariah. Di mana minat merupakan kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap serta ada rasa terus ingin menggunakan dalam penggunaan teknologi (Harlan, 2014).

2.1.3 TAM (*Technology Acceptance Model*)

Technology Acceptance Model (TAM) diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986. TAM memberi penjelasan yang kuat dan sederhana untuk penerimaan teknologi dan perilaku para pengguna (Davis, 1989). Model TAM diadopsi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang menjelaskan bahwa sikap dan perilaku seseorang dalam menerima teknologi informasi ditentukan dari reaksi dan persepsi seseorang terhadap suatu hal. Faktor yang dapat mempengaruhinya adalah persepsi pengguna terhadap kemanfaatan (PU) dan kemudahan penggunaan (PEoU) teknologi informasi (Adhiputra, 2015). PEoU merupakan ukuran kepercayaan seseorang akan kemudahan dalam memahami dan menggunakan sebuah teknologi dan tidak memerlukan usaha yang besar untuk mempelajarinya (Davis et al., 1989). PU merupakan ukuran, di mana penggunaan teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat atau kegunaan bagi orang yang menggunakannya (Davis, 1989). Sikap merupakan kecenderungan tanggapan awal atas kondisi yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan pada suatu objek tertentu (Rahayu et al., 2017).

2.1.4. PEoU berpengaruh terhadap PU

Nam et al., (2016) menyebutkan bahwa poin penting dari TAM adalah PU secara langsung mempengaruhi attitude ketika PEoU mempengaruhi PU dan attitude. Artinya, PEoU menekankan pada besarnya keyakinan seseorang akan penggunaan mobile banking syariah yang mudah dan tidak menyulitkan (Davis, 1989). Selanjutnya, penggunaan mobile banking syariah akan memberikan manfaat penggunanya (PU). Tingkat keyakinan seseorang bahwa mobile banking syariah dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan kinerja mereka dipengaruhi oleh kemudahan dalam menggunakan mobile banking syariah secara keseluruhan (PEoU) (Wijayanti dan Riza, 2017). Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Wixom & Todd (2005) dan Shipps & Philips (2012) menyebutkan bahwa PEoU mempengaruhi PU. Oleh karena itu, jika penggunaan mobile banking syariah mudah digunakan (PEoU) maka manfaat atau kegunaan (PU) dari mobile banking syariah dapat dirasakan.

H1: PEoU berpengaruh positif terhadap PU

2.1.5. PEoU dan PU berpengaruh terhadap ATP

TAM menjelaskan dua konstruk spesifik yang menjadi penentu utama attitude yaitu PEoU dan PU (Chen et al., 2016). PEoU merupakan ukuran keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem mudah dalam penggunaannya (Morris dan Dillon, 1997) PEoU menunjukkan besarnya upaya yang diperlukan untuk menggunakan mobile banking syariah. Sedangkan PU menekankan pada manfaat atau kegunaan yang didapat dari mobile banking syariah (Kim et al., 2016). PEoU dan PU menjadi penentu attitude (ATP) seseorang dalam menggunakan mobile

banking syariah. Attitude merupakan perasaan positif atau negatif dan penilaian secara keseluruhan ketika seseorang menggunakan teknologi baru (Ajzen, 2002; Halilovic dan Cicic, 2011).

Sikap individu untuk menggunakan produk menjelaskan keberterimaan pada mobile banking syariah. Chuang et al. (2016) menyebutkan bahwa attitude dipengaruhi oleh PEOU dan PU. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nam et al. (2016), Wixom & Todd (2005), dan Shipps & Phillips (2012) yang menyebutkan bahwa PEOU dan PU berhubungan positif dengan attitude. Penelitian yang dilakukan oleh Shankar (2016) juga menyebutkan bahwa manfaat dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pemakaian mobile banking pada konsumen di India.

H2 : PEOU dan PU berpengaruh positif pada ATP

H3 : PU berpengaruh positif pada ATP

2.1.6. ATP berpengaruh positif pada ITU

Attitude atau sikap (ATP) didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Davis, 1989). Sikap seseorang dapat dilihat dari keinginan seseorang untuk mau menggunakan suatu sistem. Konstruk sikap dalam penelitian ini diartikan sebagai perasaan positif atau negatif pengguna mobile banking syariah yang ditunjukkan oleh penerimaan atau penolakan seseorang terhadap mobile banking syariah (R. dan Rukhviyanti 2015). Kontrol perilaku menentukan minat seseorang dalam menggunakan sistem informasi (Taylor dan Todd, 1995).

Dalam penelitian ini kontrol perilaku mengarah pada ATP dan minat (ITU) mengarah pada keinginan seseorang untuk menggunakan mobile banking syariah. Pada saat seseorang memiliki sikap positif atau menerima adanya mobile banking syariah, maka minat untuk menggunakan mobile banking syariah akan tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Malhotra dan Galletta (1999), Tan dan Teo (2000), Chau dan Hu (2002), Hung et al (2006), Gurung (2006) memaparkan bahwa sikap mempengaruhi minat perilaku dalam menggunakan teknologi. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, peneliti melakukan penelitian dengan objek penelitian yang berbeda yaitu mobile banking syariah.

H4 : ATP berpengaruh positif pada ITU

2.1.7. ITU berpengaruh positif pada *Trust*

Minat (ITU) merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan kegiatan tertentu (Jogiyanto, 2007: 29). *Trust* (kepercayaan) nasabah didefinisikan sebagai indikator kepercayaan nasabah melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya (Mahardika dan Basuki (2011). Pada penelitian ini, trust mengacu pada keyakinan pengguna mobile banking syariah akan penyediaan layanan *mobile banking* syariah yang memiliki kompetensi dan tidak akan berperilaku oportunitis.

Penelitian Foon dan Fah (2011) pada *internet banking* dan penelitian yang dilakukan oleh Man (2006) pada online banking menunjukkan bahwa trust berpengaruh pada ITU. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Pramesthi dan Haryanto (2013), Habibi dan Zaky (2016), Fakhrurozi (2018), dan Jayaningrum (2019), menyatakan bahwa trust tidak berpengaruh pada ITU. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, peneliti melakukan penelitian dengan hipotesis

sebaliknya pada penggunaan mobile banking syariah untuk mengetahui pengaruh antara ITU dan trust.

H5 : ITU berpengaruh positif pada Trust

2.2. Penelitian Terdahulu

Dalam bagian ini terdiri dari studi sebelumnya yang mendukung penelitian yang dilakukan. Sebagai berikut diapaparkan:

Tabel 1.
Penelitian Terdahulu

Penulis	Tahun	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
Foon, Y. S. dan B.C. Y. Fah.	2011	Internet Banking Adoption in Kuala Lumpur: An Application of UTAUT Model	Kuantitatif	Berpengaruh Positif
Ajzen, I.	2002	Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior	Kualitatif	Berpengaruh
Chau, P. Y. K. dan P. J. H. Hu	2002	Investigating Healthcare Professionals' Decisions to Accept Telemedicine Technology: An Empirical Test of Competing Theories	Kuantitatif	Berpengaruh positif
Hung, S., C. Chang, dan T. Yu	2006	Determinants of User Acceptance of the e-Government Services: The Case of Online Tax Filing and Payment Systems	Kuantitatif	Berpengaruh Positif
Chuang, Li-Min, Chun-Chu Liu, dan Hsiao-Kuang Kao	2016	The Adoption of Fintech Service: TAM Perspective	Kuantitatif	Berpengaruh Positif

Sumber: Data yang diolah, 2019

III. METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan pendekatan survei. Survei dipilih karena tujuan penelitian ini adalah mengukur persepsi individu pada produk mobile banking syariah yang mereka gunakan. Variabel dalam penelitian ini adalah PEoU, PU, sikap, minat, dan kepercayaan pengguna. Data yang digunakan adalah data primer karena data kuantitatif diambil langsung dari responden. Menurut Cooper dan Schindler (2011) setelah memperoleh data, langkah selanjutnya adalah mengolah data menggunakan uji statistik dan menginterpretasikan hasilnya.

3.1. Sumber Data

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna mobile banking syariah. Sampel yang digunakan adalah 330 pengguna mobile banking syariah yang tersebar di seluruh Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah cluster random sampling (Sudrajat, 2009: 125-126) menjelaskan bahwa cluster random sampling adalah pengambilan sampel secara random yang

bukan individual, tetapi kelompok-kelompok unit yang kecil. Cluster di sini dikelompokkan dalam jenis kelamin, usia, jenjang pendidikan, status pekerjaan, dan penghasilan. Sampel akan diberikan instrumen untuk mengukur pendapat mereka pada produk yang mereka gunakan, terkait PEOU, PU, sikap, minat, dan kepercayaan mereka pada produk mobile banking syariah..

3.2. Definisi Operasional Variabel

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan konstruk yang menjelaskan mengenai beberapa faktor yang menyebabkan individu merasakan manfaat dari menggunakan sebuah produk. TAM menjelaskan bahwa PEOU, PU, sikap, dan minat merupakan faktor yang mendorong keberterimaan individu pada sebuah produk. PEOU merupakan kemudahan dalam menggunakan sebuah produk, PU merupakan kegunaan sebuah produk, sikap merupakan penilaian individu dalam menggunakan sebuah produk, dan minat merupakan keinginan individu untuk menggunakan sebuah produk. Variabel dalam TAM (PEOU, PU, sikap, minat) diukur menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Davis (1989) dan digunakan juga oleh Davis et al., (1989), Mathieson (1991), dan Hu et al., (1999). Masing-masing variabel diukur menggunakan skala antara 1 sampai 5, dengan rincian jawaban Sangat Tidak Setuju (STS=1), Tidak Setuju (TS=2), Netral (N=3), Setuju (S=4), dan Sangat Setuju (SS=5).

Kepercayaan pengguna akan menjadi tolak ukur persepsi mereka pada produk mobile banking syariah. Kepercayaan merupakan semua pengetahuan yang dimiliki individu dan semua kesimpulan yang dibuat tentang objek, atribut, dan manfaatnya (Mowen dan Minor, 2002). Kepercayaan terbentuk dari pengalaman individu dalam mengoperasikan mobile banking syariah. Dalam penelitian ini PEOU, PU, sikap, dan minat menjadi determinan dari kepercayaan pengguna pada produk mobile banking syariah.

3.3. Alat Analisis

Covariance Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) merupakan metode statistikal yang digunakan untuk menguji sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit secara simultan (Joreskog dan Sorbom, 1996). CB-SEM memberikan pernyataan tentang hubungan kausalitas atau deskripsi mekanisme hubungan kausalitas (sebab-akibat). Penelitian ini telah memenuhi kriteria penggunaan CB-SEM, yaitu mengkonfirmasi teori TAM yang peneliti gunakan, besar sampel berkisar 200 – 800, kompleksitas kurang dari 100 indikator dan kriteria lainnya (Haryono, 2017: 14 – 15). Oleh karena itu, variabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung akan dianalisis menggunakan software AMOS (Analysis Of Moment Structure). AMOS berguna untuk menganalisis hubungan kausalitas dalam model struktural yang diusulkan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil

4.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Ghozali (2013) menjelaskan bahwa indikator dari variabel dikatakan valid jika nilai estimate/factor loading $>0,5$. Dari hasil pengolahan data seperti yang ditampilkan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai factor loading setiap butir indikator $>0,5$, artinya semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan pada tahap analisis selanjutnya. Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai cronbach Alpha PEOU adalah 0,957, PU 0,945, ATP 0,901, ITU 0,937, dan Trust 0,891. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruk yang

diukur adalah reliabel karena semua konstruk memiliki nilai cronbach Alpha di atas 0.6. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik dan dapat digunakan dalam tahap analisis selanjutnya.

4.1.2. Uji *Outlier* dan *Goodness of Fit*

Data penelitian dikatakan outlier jika nilai $df > 4$. Uji outlier dapat dilakukan dengan menambah atau mengurangi data yang bersifat ekstrim yang memiliki nilai df di atas 4 (Heir et. al, 2010). Dalam penelitian ini terdapat data yang outlier sebanyak 24. Hal ini mengharuskan sebanyak 24 data tersebut dibuang, akhirnya data yang semula berjumlah 330 berkurang menjadi 306. Pengujian kesesuaian model digunakan untuk menguji seberapa baik tingkat goodness of fit dari model penelitian dengan acuan (Heir et. al, 2010). Pengukuran Goodness of Fit dalam penelitian ini dinilai baik dengan nilai TLI 0,945, CFI 0,951, dan CMIN/DF 2,66 yang telah memenuhi kriteria fit. CMIN 657,024, GFI 0,842 dan RMSEA 0,074 yang hampir memenuhi kriteria fit.

4.1.2. Uji Hipotesis Penelitian

H1 : PEOU berpengaruh positif pada PU

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai CR sebesar 15,212 dan nilai P sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa H1 diterima, karena memenuhi syarat CR di atas 1,96 dan P di bawah 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa PEOU berpengaruh positif pada PU, karena kemudahan mengoperasikan m-banking syariah akan mempengaruhi hasil yang diperoleh dari penggunaan m-banking syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden merasa mudah dalam belajar dan mengoperasikan penggunaan m-banking syariah sesuai kebutuhan, sehingga memberikan manfaat dalam menyelesaikan pekerjaan secara lebih cepat, meningkatkan kinerja nasabah, serta meningkatkan keefektifan aktivitas/bisnis nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Wixom & Todd (2005) dan Shipps & Philips (2012) menyebutkan bahwa PEOU mempengaruhi PU.

H2 : PEOU berpengaruh positif pada ATP

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai CR sebesar 5,673 dan nilai P sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa H2 diterima, karena memenuhi syarat CR di atas 1,96 dan P di bawah 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa PEOU berpengaruh positif pada ATP. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna m-banking syariah merasa mudah dalam mengoperasikan dan mempelajari penggunaan m-banking syariah secara keseluruhan, sehingga nasabah memiliki sikap menerima terhadap penggunaan m-banking syariah dengan menganggap bahwa menggunakan m-banking syariah untuk pekerjaan/bisnis merupakan hal yang bijak dan ide yang bagus. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Astuti (2017) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) memiliki pengaruh positif terhadap sikap (ATP) dalam penggunaan m-banking syariah.

H3 : PU berpengaruh positif pada ATP

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai CR sebesar 9,412 dan nilai P sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa H3 diterima, karena memenuhi syarat CR di atas 1,96 dan P di bawah 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa PU berpengaruh positif pada ATP. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nasabah merasakan manfaat dari penggunaan m-banking syariah, seperti menyelesaikan pekerjaan lebih cepat, meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan keefektifan aktivitas/bisnis. Seluruh manfaat yang dirasakan

nasabah dalam penggunaan m-banking syariah secara langsung berpengaruh positif pada sikap nasabah untuk menerima layanan m-banking syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Davis (1989) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat (PU) mempunyai pengaruh langsung positif signifikan terhadap sikap (ATP). Semakin baik persepsi manfaat nasabah maka semakin baik pula sikap nasabah terhadap m-banking syariah.

H4 :ATP berpengaruh positif pada ITU

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai CR sebesar 17,334 dan nilai P 0,000 sebesar yang menunjukkan bahwa H4 diterima, karena memenuhi syarat CR di atas 1,96 dan P di bawah 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ATP berpengaruh positif pada ITU, pengaruh positif artinya apabila sikap meningkat maka minat penggunaan akan meningkat. Dalam penelitian ini sikap terbentuk dari kemudahan dan manfaat yang dirasakan pengguna m-banking syariah. Melalui kemudahan dan manfaat yang dirasakan pengguna m-banking syariah, terbentuk sikap nasabah yang menerima layanan m-banking syariah sehingga mendorong minat nasabah untuk menggunakan m-banking syariah.

H5 : ITU berpengaruh positif pada Trust

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai CR sebesar 13,124 dan nilai P sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa H5 diterima, karena memenuhi syarat CR di atas 1,96 dan P di bawah 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ITU berpengaruh positif pada Trust, pengaruh positif artinya apabila minat penggunaan meningkat maka kepercayaan pengguna akan meningkat. Nasabah dalam penelitian ini memiliki minat yang baik dalam menggunakan m-banking syariah, sehingga nasabah percaya untuk memberikan informasi pribadi dalam penggunaan m-banking syariah dan merasa penggunaan m-banking syariah adalah hal yang aman.

4.2. Pembahasan

Penelitian ini menggunakan kerangka Technology Acceptance Model (TAM) merupakan konstruk yang menjelaskan mengenai beberapa faktor yang menyebabkan individu merasakan manfaat dari menggunakan sebuah produk. TAM menjelaskan bahwa PEOU, PU, sikap, dan minat merupakan faktor yang mendorong keberterimaan individu pada sebuah produk (Davis, 1989). Penelitian ini fokus pada persepsi dan sikap pengguna mobile banking syariah yang menunjukkan kepercayaan mereka terhadap mobile banking syariah, dan hasilnya sesuai dugaan awal peneliti bahwa mobile banking syariah memudahkan pengguna dalam menjalankan bisnis/pekerjaan. Kemudian peneliti juga memberi pertanyaan terbuka untuk mengkonfirmasi alasan responden menggunakan mobile banking syariah. Berdasarkan respon pengguna dalam kuesioner, peneliti mengelompokkan jawaban responden menjadi beberapa faktor yang menjadi alasan responden menggunakan mobile banking syariah. Alasan tersebut yaitu, kemudahan mengoperasikan/menggunakan, mempermudah melakukan transaksi perbankan, efektif dan efisien, menghindari riba, menghemat biaya administrasi bulanan, dan temuan menarik dalam penelitian ini adalah tuntutan program studi yang menjadi alasan nasabah menggunakan mobile banking syariah.

Temuan yang paling penting pada penelitian ini adalah bahwa produk mobile banking syariah mendukung kemudahan penyelesaian masalah keuangan generasi milenial. Hal ini berarti mobile banking syariah memudahkan penggunaannya dalam melakukan kegiatan bisnis atau masalah keuangan lainnya. Peneliti mengelompokkan alasan tersebut kedalam beberapa

faktor. Pertama penggunaan mobile banking syariah yang lebih efektif, simpel, praktis, dan efisien, kedua karena mempermudah melakukan berbagai transaksi perbankan, ketiga kecepatan proses melakukan transaksi, keempat fleksibel, dapat digunakan kapan dan dimana saja, dan kelima nasabah merasa aman dan nyaman dalam menggunakan mobile banking syariah..

V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini menguji kepercayaan generasi milenial pada produk mobile banking syariah dalam mempermudah menyelesaikan masalah keuangan mereka. Untuk mengetahui kepercayaan generasi milenial, peneliti menggunakan konstruk Technology Acceptance Model (TAM) untuk mengetahui tingkat kepercayaan mereka pada produk mobile banking syariah. TAM menjelaskan bahwa kepercayaan pengguna pada produk mobile banking syariah dipengaruhi oleh PEOU, PU, attitude (ATP), dan minat (ITU) mereka. Persepsi pengguna mengenai kemudahan (PEOU), kegunaan (PU), perasaan positif (attitude), dan minat menggunakan pada produk mobile banking syariah tercermin dari kepercayaan yang mereka rasakan.

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian menyatakan bahwa keseluruhan hipotesis yang dirumuskan dapat diterima, sehingga dapat diartikan bahwa seluruh hipotesis yaitu H1, H2, H3, H4, dan H5 menunjukkan hasil yang signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PEOU berpengaruh positif pada PU. Artinya, semakin mudah produk digunakan dan tidak menyulitkan pada proses transaksi maka semakin tinggi kegunaan yang dirasakan pengguna pada produk mobile banking syariah. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wixom dan Todd (2005), Shipps dan Phillips (2012), Nam et al. (2016), dan Shankar (2016) yang menyebutkan bahwa PEOU mempengaruhi PU. Selain itu, PEOU berpengaruh positif pada attitude (ATP). Selanjutnya, PU berpengaruh positif pada attitude (ATP). Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila pengguna merasa bahwa produk mobile banking syariah mudah digunakan, maka akan memberikan manfaat bagi pengguna dan mempengaruhi sikap terhadap produk tersebut. Generasi milenial akan cenderung memiliki minat untuk terus menggunakan mobile banking syariah dalam memenuhi kebutuhan mereka secara efisien. Attitude (ATP) pengguna sendiri berpengaruh positif terhadap minat (ITU). Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa minat (ITU) pengguna berpengaruh positif pada kepercayaan generasi milenial pada mobile banking syariah. Artinya, apabila minat penggunaan meningkat maka kepercayaan pengguna akan meningkat, sehingga pengguna merasa percaya bahwa semua transaksi yang mereka lakukan adalah aman..

5.2. Rekomendasi

Pada era teknologi informasi ini, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi para manajer perusahaan, programmer dan developer fintech, agar meningkatkan kualitas produk mereka dan menjadi pertimbangan dalam menentukan strategi dalam memperluas pemasaran. Generasi milenial yang cenderung tidak dapat lepas dari aktivitas mereka dengan smartphone menjadi sasaran yang tepat dalam pemasaran smartphone yang dilengkapi dengan fitur mobile banking syariah di dalamnya atau memberikan perizinan yang mendukung konsumen dapat menginstal sendiri. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan acuan bagi bank-bank syariah dalam meningkatkan pelayanan serta fitur mobile banking syariah. Di mana mobile banking syariah

memiliki unsur sedekah dan kemaslahatan umat karena melakukan transaksi berdasarkan prinsip syariah dan bebas dari unsur riba, sehingga muslim yang taat akan merasa lebih baik ketika menggunakan mobile banking syariah. Seseorang akan lebih efektif, efisien, dan dimudahkan bertransaksi masalah keuangan perusahaan maupun milik pribadi apabila menggunakan mobile banking syariah dibandingkan individu yang tidak menggunakan mobile banking syariah.

Pada sisi yang lain, hasil penelitian ini cukup penting untuk memahami sikap, minat, dan kepercayaan konsumen dalam menggunakan mobile banking syariah. Peneliti menyarankan pengembangan mobile banking syariah perlu memperhatikan manfaat dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi mobile banking syariah. Selain itu, perhatian pemerintah pada pengembangan industri perbankan syariah dengan mengeluarkan UU No. 21 Tahun 2008 tentang.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Yuliana. 2017. "Pengaruh Penerimaan Teknologi Layanan Internet Banking Terhadap Minat Penggunaan Melalui Sikap pada Nasabah Bank BUMN di Kota Langsa." Dalam Tesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatra Utara.
- Abadi, Rizki. 2015. "Mengenal Mobile Banking, Apa Keunggulan dan Kekurangannya?" Dalam Cermati.com, <https://www.cermati.com/artikel/mengenal-mobile-banking-apa-keunggulan-dan-kekurangannya>, diakses tanggal 10 Agustus 2019.
- Adhiputra, M. W. 2015. "Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Penggunaan Layanan Internet Banking." Dalam Jurnal Bisnis dan Komunikasi, Vol. 2, No. 1, hlm. 52 – 63.
- Ajzen, I. 2002. "Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior." Dalam Journal of Applied Social Psychology, Vol. 32, No. 4, hlm. 665 – 683.
- Binalay, Andrew Gustnest, Silvy L. Mandey, dan Christoffel M. O. Mintardjo. 2016. "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Manado." Dalam Jurnal EMBA, Vol. 4, No. 1, hlm. 395 – 406.
- Chau, P. Y. K. dan P. J. H. Hu. 2002. "Investigating Healthcare Professionals' Decisions to Accept Telemedicine Technology: An Empirical Test of Competing Theories." Dalam Information & management, Vol. 39, No. 4, hlm. 297 – 311.
- Chen, Ming Chih, Shih Shiunn Chen, Hung Ming Yeh, & Wei Guang Tsaur. 2016. "The Key Factors Influencing Internet Finances Services Satisfaction: An Empirical Study in Taiwan." American Journal of Industrial and Business Management, Vol. 6, No. 6, hlm. 748 – 762.
- Chuang, Li-Min, Chun-Chu Liu, dan Hsiao-Kuang Kao. 2016. "The Adoption of Fintech Service: TAM Perspective". Dalam International Journal of Management and Administrative Sciences, Vol. 3, No. 7, hlm. 1 – 15.
- Cooper, D. R., dan Schindler, P. S. 2011. Business Research Methods, Eleventh Edition. New York, NY: McGraw Hill.

- Davis, Fred D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." Dalam *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3, hlm. 319 – 340.
- Davis, Fred. D., Bagozzi, R. P., dan Warshaw, P. R. 1989. "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models." Dalam *Management Science*, Vol. 35, No. 8, hlm. 982 – 1003.
- Fakhrurozi, Akhmad. 2018. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta." Dalam Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Foon, Y. S. dan B.C. Y. Fah. 2011. "Internet Banking Adoption in Kuala Lumpur: An Application of UTAUT Model." Dalam *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 4, hlm. 161 – 167.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Edisi 3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumussoy, Cigdem Altin. 2016. "Factor Affecting User' Decision to Continue Using Mobile Banking in Turkey." Dalam *International Journal of Mobile Communications*, Vol. 14, No. 4, hlm. 411 – 430.
- Gurung, Anil. 2006. "Empirical Investigation of the Relationship of Privacy, Security and Trust With Behavioral Intention to Transact in e-Commerce." Dalam *The University of Texas at Arlington*.
- Habibi, Muhammad dan Achmad Zaky. 2016. " Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah." Dalam *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 3, No. 1.
- Hair Jr, Joseph F. William C. Black, Barry J. Babin, dan Rolph E. Anderson. 2010. *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Halilovic, S., dan Cicic, M. 2011. "Antecedents of Information Systems User Behaviour: Extended Expectation-Confirmation Model." Dalam *Behaviour and Information Technology*, Vol. 32, No. 4, hlm. 359 – 370.
- Harlan, Dwimastia. 2014. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan e-Banking pada UMKM di Kota Yogyakarta." Dalam Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Haryono, Siswoyo. 2017. *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Jakarta Timur: PT Luxima Metro Media.
- Hung, S., C. Chang, dan T. Yu. 2006. "Determinants of User Acceptance of the e-Government Services: The Case of Online Tax Filing and Payment Systems." Dalam *Government Information Quarterly*, Vol. 23, No. 97, hlm. 97 – 122.
- Jayaningrum, Valentina Ayudya. 2019. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Mobile Banking pada Teknologi Pembayaran Ovo." Dalam Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Dharma, Yogyakarta.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.

- Joreskog, Karl G. dan Dag Sorbom. 1996. *Lisrel 8 : User's Reference Guide*. Scientific Software Internasional.
- Kim, Yonghee, Young-Ju Park, Jeongil Choi, & Jiyoung Yeon. (2016). The Adoption of Mobile Payment Services for "Fintech". Dalam *International Journal of Applied Engineering Research*, Vol. 11, No. 2, hlm. 1058 – 1061.
- Koihong, Xio. 2012. "An Empirical Study of Consumer's e-Commerce Initial Trust Antecedents." Dalam *International Journal of Advancements in Computing Technology (IJACT)*, Vol. 4, No. 18.
- Lewis, W., R. Agarwal, dan V. Sambamurthy. 2003. "Sources of Infuance on Beliefs about Information Technology Use: An Empirical Study of Knowledge Workers." Dalam *MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 4, hlm. 657 – 678.
- Mahardika Aditya Widjana dan Basuki Rachmat. 2011. "Factors Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation." Dalam *Journal Economics, Business and Accountancy Ventura*, Vo. 14, No. 2, hlm. 161 – 174.
- Malhotra, Yogesh dan Dennis F. Galletta. 1999. "Extending the Technology Acceptance Model to Account for Social Influence: Theoretical Bases and Empirical Validation." Dalam *Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Man, Y. K. 2006. "Factors Affecting Customers Trust in Online Trading." Dalam *Journal of Information System Management*.
- Morris, G. Michael dan Andrew Dillon. 1997. "How User Perceptions Influence Software Use." Dalam *IEEE*, Vol. 14, No. 4, hlm. 58 – 65.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nam, Kiheung, Zoonky Lee, & Bong Gyou Lee. (2016). "How Internet has Reshaped the User Experience of Banking Service?." Dalam *KSII Transactions On Internet And Information Systems*, Vol. 10, No. 2, hlm. 684 – 702.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2016. "Panduan Penyelenggaraan Digital Branch Oleh Bank Umum." Dalam [https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Documents/Pages/Forms/AllItems/PanPenyelenggaraan_Digital_Branch_DPNP_FINAL%2520FIX\).pdf](https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Documents/Pages/Forms/AllItems/PanPenyelenggaraan_Digital_Branch_DPNP_FINAL%2520FIX).pdf), diakses tanggal 10 Agustus 2019.
- Pramesthi, Febriana dan Haryanto. 2013. "Efek Perceived Ease of Use dan Confirmation Terhadap Antesedan Online Repurchase Intention." Dalam *Fokus Manajerial*, Vol. 12, No. 1, hlm. 81 – 91.
- Prasetya, Adhitya Yoga. 2013. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keinginan Konsumen Berbelanja Online Melalui Kepercayaan Konsumen." Dalam *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, Vol. 4, No. 1, hlm. 1 – 7.
- Purwanto. BM. 2002. "The Effect of Salesperson Stress Factors on Job Performance." Dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 17, No. 22. Hlm. 150 – 169.
- Rahayu, Flourensia Sapti, Djoko Budyanto, dan David Palyama. 2017. "Analisis Penerimaan e-Learning Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) Studi Kasus: Universitas Atma Jaya Yogyakarta." Dalam *JUTEI*, Vol. 1, No. 2, hlm. 85 – 95.

- R., Yudhi W. Arthana dan Novi Rukhviyanti. 2015. "Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking (m-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB)." Dalam *Jurnal Informasi*, Vol VII, No. 1, hlm. 25 – 44.
- Rofic, Ainur. 2007. "Pengaruh Dimensi Kepercayaan Terhadap Partisipasi Pelanggan e-Commerce (Studi Pada Pelanggan e-Commerce di Indonesia)." Dalam Thesis, Program Pasca Sarjana, Fakultas Ekonomi, Universitas Brawijaya, Malang.
- Shankar, Amit. 2016. "Factors Affecting Mobile Banking Adoption Behavior in India." Dalam *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 21, No. 1, hlm. 1 – 24.
- Shipps, Belinda & Brandis Phillips. 2012. "Social Networks, Interactivity and Satisfaction: Assessing Socio-Technical Behavioral Factors as an Extension to Technology Acceptance." Dalam *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, Vol. 8, No. 1, hlm. 35 – 52.
- Sudrajat, Subana. 2009. *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tan, Margaret dan Thompson S. H. Teo. 2000. "Factors Influence the Adoption of Internet Banking." Dalam *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 1, No. 5, hlm. 1 – 42.
- Taylor, Shirley dan Peter A. Todd. 1995. "Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models." Dalam *Information Systems Reserch*, Vol 6, No. 2, hlm. 144 – 167.
- Wasilah, Hikmatul. 2016. "Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syari'ah Cabang Mataram." Dalam Skripsi, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri Mataram.
- Wijayanti, Dwi Marlina dan Alex Fahrur Riza. 2017. "Apakah Sharia Fintech Mendukung Kemudahan Bisnis?." Dalam *PENULIS MADYA*.
- Wixom, Barbara H. & Peter A. Todd. 2005. "A Theoretical Integration of User Satisfaction and Technology Acceptance." Dalam *Informaton System Research*, Vol. 16, No. 1, hlm. 85 – 102.