

Minat Penggunaan M-Banking Bank Konvensional di Kabupaten Sumbawa: Implementasi Technology Acceptance Model

Firman¹, Muhammad Nurjihadi²

¹Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa, firmanmanfir59@mail.com

²Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa, m.nurjihadi@uts.ac.id

Keywords:

*usage intention,
mobile banking,
Structural Equation Modeling
Partial Least Square (SEM-
PLS),
Technology Acceptance Model
(TAM)*

ABSTRACT

This study aims to examine the public's interest in using m-banking in conventional banks in Sumbawa Regency. The Technology Acceptance Model (TAM) was employed as the underlying framework, and the research was conducted using a field survey method. Data for this study were collected online through convenience sampling using a self-registered questionnaire. The data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Squares (PLS). The findings indicate significant influences between attitude toward using, perceived ease of use, perceived usefulness, and smartphone self efficacy on m-banking usage intention. Perceived ease of use, perceived usefulness, and user experience have a significant impact on m-banking usage intention. Additionally, smartphone self efficacy also influences the perceived ease of use in m-banking, but it does not have an effect on the perceived usefulness. These findings provide a better understanding of the factors influencing the public's interest in using m-banking in conventional banks in Sumbawa Regency.

Kata Kunci

*minat penggunaan,
mobile banking,
Structural Equation Modeling
Partial Least Square (SEM-PLS),
Technology Acceptance Model
(TAM)*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji minat masyarakat dalam penggunaan m-banking pada bank konvensional di Kabupaten Sumbawa. *Technology Acceptance Model (TAM)* digunakan sebagai kerangka dasar penelitian yang kemudian dilakukan dengan metode survey lapangan. Data dalam penelitian ini dikumpulkan secara online dengan metode *convenience sampling* dengan *self-registered questionnaire*. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Squares (PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara sikap penggunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kemampuan menggunakan smartphone dengan minat penggunaan m-banking. Persepsi positif terhadap kemudahan penggunaan, manfaat yang diperoleh, dan pengalaman penggunaan m-banking berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan m-banking. Selain itu, kemampuan menggunakan smartphone juga memiliki pengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan m-banking, namun tidak berpengaruh terhadap persepsi manfaat penggunaan m-banking. Hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan m-banking pada bank konvensional di Kabupaten Sumbawa.

Korespondensi Penulis:

Muhammad Nurjihadi

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa

Jl. Raya Olat Maras, Moyo Hulu, Kabupaten Sumbawa – NTB

Telpon: +62 818 0577 5723

Email: m.nurjihadi@uts.ac.id

1. PENDAHULUAN

Ekonomi digital dipandang sebagai penentu arah ekonomi global dimana untuk menjadi negara maju, suatu perekonomian harus bisa mengadaptasi diri dengan perkembangan ekonomi digital tersebut [1]. Ekonomi digital ditandai dengan peningkatan perkembangan bisnis yang pesat karena transaksi perdagangan dilakukan dengan menggunakan layanan internet sebagai media dalam berkomunikasi, kolaborasi dan bekerjasama, baik antar perusahaan (*business to business/B2B*), maupun perusahaan dengan pelanggan (*business to consumer/B2C*). Salah satu sektor yang dengan cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital ini adalah sektor perbankan[2].

Dalam hal ini, m-banking atau perbankan melalui ponsel pintar telah muncul sebagai salah satu inovasi yang signifikan. Keberadaan m-banking memiliki urgensi ekonomi yang kuat karena dapat memberikan aksesibilitas dan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan[3]. Di Indonesia, perkembangan ekonomi digital telah mengalami lonjakan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat, dan penetrasi ponsel pintar juga semakin meluas di berbagai daerah, termasuk di Kabupaten Sumbawa. Pada tahun 2021, pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 196 juta orang, dengan tingkat penetrasi mencapai 72,9%. Angka ini meningkat pada tahun 2023 dimana 212,9 juta orang terakses internet dengan penetrasi internet sebesar 77%[4]. Fenomena ini menunjukkan potensi yang besar bagi sektor perbankan untuk memanfaatkan teknologi digital guna mengoptimalkan layanan mereka.

Sektor perbankan memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara. Bank sebagai lembaga keuangan memiliki fungsi dalam menghimpun dana dari masyarakat dan mendistribusikannya kembali dalam bentuk kredit kepada sektor-sektor produktif. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi digital, sektor perbankan juga harus beradaptasi agar tetap relevan dan mampu bersaing. Transformasi digital menjadi suatu keharusan bagi bank-bank konvensional untuk memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah, serta untuk tetap menjadi pilihan utama dalam menyediakan layanan perbankan[3]. Bank, dalam pengertian umum, adalah lembaga keuangan yang bertindak sebagai perantara dalam kegiatan ekonomi dengan menyediakan layanan keuangan. Di Indonesia, terdapat berbagai bentuk dan jenis bank, seperti bank umum, bank perkreditan rakyat, bank syariah, dan lain sebagainya[5][6]. Digitalisasi sektor perbankan telah membawa perubahan dalam cara bank beroperasi dan berinteraksi dengan nasabah. Bank-bank kini menghadirkan layanan perbankan secara online melalui internet banking dan m-banking. Internet banking memungkinkan nasabah untuk mengakses dan mengelola rekening mereka melalui internet, sedangkan m-banking memungkinkan akses ke layanan perbankan melalui ponsel pintar. Digitalisasi sektor perbankan ini penting untuk memastikan kelangsungan bisnis bank, meningkatkan efisiensi operasional, dan memberikan pengalaman nasabah yang lebih baik[3].

Perkembangan internet banking dan m-banking di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang pesat. Bank-bank di Indonesia telah meluncurkan aplikasi m-banking mereka untuk memberikan akses perbankan yang lebih mudah dan cepat bagi nasabah[5]. Tingkat adopsi m-banking di Indonesia juga terus meningkat seiring dengan peningkatan penetrasi ponsel pintar dan penggunaan internet. M-banking memiliki fitur-fitur penting yang memudahkan pengguna dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Fitur-fitur tersebut mencakup transfer dana antarbank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, pengecekan saldo, dan lain sebagainya. Keberadaan fitur-fitur ini memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang ke kantor cabang bank. Oleh karena itu, m-banking memiliki potensi besar untuk meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia dan memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat. Hal ini telah terbukti berhasil mempercepat proses peningkatan kapasitas inklusi keuangan masyarakat, khususnya di Kawasan pedesaan yang pada tahun 2019 memiliki tingkat inklusi 68,49% menjadi 82,9% pada tahun 2022[7].

Adopsi m-banking dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah faktor teknologi, di mana ketersediaan infrastruktur telekomunikasi yang memadai menjadi prasyarat penting[8]. Selain itu, faktor sosial dan budaya juga berperan dalam adopsi m-banking. Tingkat literasi digital, kepercayaan terhadap keamanan transaksi online, serta preferensi terhadap cara tradisional dalam melakukan transaksi keuangan dapat mempengaruhi minat dan adopsi m-banking[9]. Sejumlah penelitian sebelumnya telah dilakukan untuk menganalisis adopsi m-banking di Indonesia. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor seperti persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kualitas layanan, kepercayaan, dan faktor sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat dan niat pengguna dalam menggunakan layanan m-banking[10]. Dalam konteks Indonesia, kepercayaan terhadap keamanan transaksi online dan kualitas layanan menjadi faktor utama yang memengaruhi minat penggunaan m-banking.

Meskipun adopsi m-banking telah meningkat di berbagai wilayah perkotaan di Indonesia, penting untuk mendorong adopsi m-banking juga di pedesaan, termasuk Kabupaten Sumbawa. Pedesaan seringkali menghadapi tantangan aksesibilitas terhadap layanan perbankan tradisional. Dalam konteks ini, m-banking dapat menjadi solusi yang efektif untuk memperluas akses terhadap layanan keuangan bagi masyarakat pedesaan[9]. Studi sebelumnya juga menunjukkan adanya hubungan antara minat penggunaan m-banking dan tingkat adopsi m-banking[8]. Minat penggunaan m-banking dapat menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan individu untuk mengadopsi layanan tersebut[10]. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan m-banking menjadi kunci dalam meningkatkan adopsi m-banking di Kabupaten Sumbawa. Sehubungan dengan hal tersebut, studi tentang minat penggunaan m-banking di Kabupaten Sumbawa penting untuk dilakukan guna memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang preferensi, kebutuhan, dan tantangan yang dihadapi oleh masyarakat dalam menggunakan layanan tersebut. Hasil dari studi ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi dan kebijakan yang sesuai guna mendorong adopsi m-banking yang lebih luas dan meningkatkan inklusi keuangan di Kabupaten Sumbawa.

Penelitian ini menggunakan model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model (TAM)* untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Kabupaten Sumbawa dalam mengadopsi m-banking. TAM adalah model teoritis yang telah banyak digunakan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi dan penggunaan teknologi[11]. TAM mengidentifikasi persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan sebagai dimensi penting dalam mempengaruhi minat penggunaan teknologi[12]. Dengan menggunakan TAM, penelitian ini dapat mengidentifikasi faktor-faktor seperti persepsi kemudahan penggunaan aplikasi m-banking dan

persepsi kegunaan dalam melakukan transaksi keuangan melalui m-banking yang relevan dalam konteks Kabupaten Sumbawa.

TAM dipilih sebagai model dalam penelitian ini karena model ini dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang signifikan dalam mempengaruhi minat penggunaan m-banking, seperti faktor-faktor teknologi, sosial, dan budaya[12]. Hasil penelitian yang menggunakan TAM diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berharga bagi bank-bank konvensional di Kabupaten Sumbawa dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan fitur-fitur m-banking yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta meningkatkan literasi digital dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan perbankan digital. Dengan demikian, penggunaan TAM sebagai model dalam penelitian ini memberikan kerangka kerja ilmiah yang solid untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi m-banking, dengan tujuan meningkatkan inklusi keuangan dan mengoptimalkan potensi ekonomi digital di Kabupaten Sumbawa.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dikembangkan dari model TAM. Survey lapangan dilakukan untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Populasi penelitian ini adalah pengguna *mobile banking* di Kabupaten Sumbawa. Metode kuantitatif merupakan sebuah metode penelitian yang memiliki landasan filsafat positivisme yang digunakan untuk bisa meneliti suatu populasi serta sampel tertentu, pengumpulan data memakai instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, yang memiliki tujuan untuk bisa menguji sebuah hipotesis yang telah dibuat sebelumnya[13]. Karena jumlah pasti populasi tidak dapat diketahui, maka sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan metode *margin of error* yang ditetapkan sebesar 10%, yang berarti penelitian ini membutuhkan minimal 100 orang responden[14]. Metode sampling yang digunakan adalah *convenience sampling*, di mana responden dipilih secara praktis berdasarkan ketersediaan dan aksesibilitas mereka sebagai pengguna *mobile banking* di Kabupaten Sumbawa. Metode *self-registered questionnaire* digunakan, di mana responden dapat mendaftar sendiri untuk mengisi kuesioner penelitian.

Data dalam penelitian ini berbentuk data primer yang dikumpulkan melalui survey lapangan. data primer adalah jawaban dan sejumlah pertanyaan kepada responden. data diperoleh dari responden melalui kuesioner, focus group, dan panel, atau juga data dari wawancara peneliti dengan informan[14]. Proses pengumpulan data ini dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuisisioner yang disusun berdasarkan referensi yang sudah terbukti validitas dan reliabilitasnya. Sebelum disebar, kuisisioner tersebut diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu untuk memastikan bahwa ia dapat digunakan dalam penelitian ini secara akurat. Kuesioner penelitian ini didistribusikan secara online menggunakan Google Form. Dalam kuesioner tersebut, jawaban responden diukur dengan menggunakan skala Likert dengan empat skala. Hal ini memungkinkan responden untuk memberikan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap pernyataan-pernyataan terkait penggunaan m-banking. Skala Likert ini digunakan karena ia terbukti dapat memudahkan pengumpulan data serta menyediakan sarana untuk melakukan analisis yang lebih terstruktur.

Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Squares (PLS)* dengan bantuan aplikasi smart-PLS. SEM memungkinkan pengukuran variabel laten yang kompleks. Dalam penelitian ini, terdapat variabel laten seperti persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan minat penggunaan m-banking. Selain itu, SEM juga memungkinkan analisis model struktural yang kompleks. SEM memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan langsung dan tidak langsung antara variabel-variabel tersebut. Lebih dari itu, SEM memiliki instrument analisis *Bootstrapping*, yaitu metode yang digunakan untuk menguji signifikansi statistik dari parameter-parameter yang diperoleh dari model SEM. Dalam penelitian ini, penggunaan metode *bootstrapping* akan memberikan validitas statistik yang lebih kuat terhadap hasil analisis SEM, sehingga dapat memberikan kepercayaan yang lebih tinggi terhadap hasil penelitian[15].

Hipotesis dalam penelitian ini dikembangkan dari literatur yang telah lebih dahulu menggunakan kerangka TAM sebagai model penelitian seperti [11][9][8]. Berdasarkan literatur-literatur tersebut, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

- H1: Terdapat pengaruh positif antara sikap penggunaan (*usage attitude*) terhadap minat penggunaan m-banking pada bank konvensional di Kabupaten Sumbawa.
- H2: Terdapat pengaruh positif antara persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap sikap penggunaan m-banking pada bank konvensional di Kabupaten Sumbawa.
- H3: Terdapat pengaruh positif antara persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap persepsi manfaat penggunaan (*perceived benefit*) m-banking pada bank konvensional di Kabupaten Sumbawa.
- H4: Terdapat pengaruh positif antara persepsi manfaat penggunaan (*perceived benefit*) terhadap sikap penggunaan m-banking pada bank konvensional di Kabupaten Sumbawa.
- H5: Terdapat pengaruh positif antara persepsi penggunaan (*perceived usage*) terhadap minat penggunaan m-banking pada bank konvensional di Kabupaten Sumbawa.
- H6: Terdapat pengaruh positif antara kemampuan menggunakan smartphone (*smartphone proficiency*) terhadap persepsi kemudahan penggunaan m-banking pada bank konvensional di Kabupaten Sumbawa.

H7 Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kemampuan menggunakan smartphone (smartphone proficiency) terhadap persepsi manfaat penggunaan m-banking pada bank konvensional di Kabupaten Sumbawa.

3. HASIL

Seluruh hipotesis dalam penelitian ini telah diuji dengan menggunakan SEM PLS. sebelum melakukan pengujian statistik, data terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya dengan menghitung nilai convergent validity dan discriminant validity. Seluruh rangkaian proses tersebut dijelaskan secara bertahap dan sistematis dalam bagian hasil ini. Lebih dari itu, profil responden juga akan dijelaskan lebih dahulu untuk dapat memberi gambaran yang utuh mengenai hasil penelitian.

3.1. Deskripsi Data Responden

Penelitian ini menggunakan kuisioner yang disebarakan secara online kepada nasabah pengguna *Mobile Banking* di Kabupaten Sumbawa dengan beberapa klasifikasi responden yaitu gender, usia, profesi dan bank yang digunakan untuk memperkuat dan melengkapi penelitian. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 pengguna *Mobile Banking*. Pengambilan data kepada pengguna *Mobile Banking* menggunakan Google Form yang di distribusikan secara online. Adapun responden dalam penelitian ini adalah orang yang mempunyai rekening tabungan pada bank konvensional dan pernah menggunakan layanan *mobile banking* minimal satu kali. Berikut adalah uraian umum dari responden penelitian ini:

Tabel 1 Deskripsi Data Responden

Deskripsi	Jenis	Frekuensi	(%)
gender	Laki-laki	46	46%
	Perempuan	54	54%
Usia	18-20	20	20%
	21-23	55	55%
	24-26	12	12%
	27-29	6	6%
	30-32	4	4%
	34	2	2%
	46	1	1%
Profesi	Mahasiswa	69	69%
	Pegawai	3	3%
	Petani/peternak	3	3%
	Swasta	19	19%
	Wirausaha	5	5%
	IRT	1	1%
Bank	BNI	64	64%
	BRI	25	25%
	MANDIRI	11	11%

Sumber : Olah Data Primer

3.2. Hasil Analisis data

Hasil Analisis Data dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan langkah-langkah analisis dalam aplikasi SmartPLS. Adapun hasil analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut:

A. Uji Validitas Konstruk

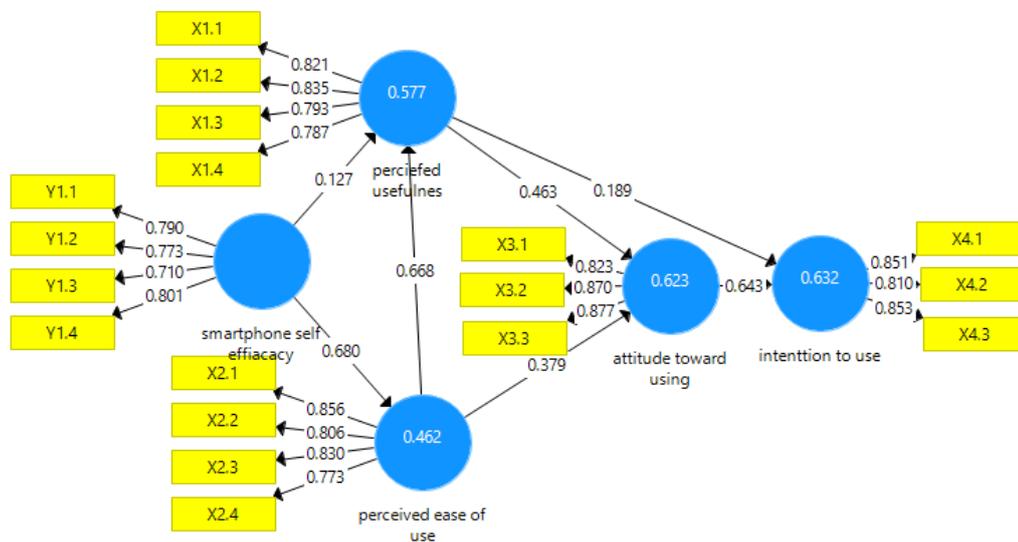
Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu kuisioner penelitian valid sehingga mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut[13]. Validitas instrumen dalam SmartPLS ditentukan dengan memperhatikan tabel *Convergent Validity* (Outer Loadings) dan *Discriminant Validity* (nilai *Cross Loadings* dan nilai *Average Variance Extracted/AVE*)[16]. Hasil pengujian validitas data pada penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Validitas Konvergen (*Convergent validity*), merupakan sebuah konsep dalam penelitian yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk tertentu dalam penelitian adalah konsisten dan akurat. Untuk memastikan convergent validity, diperlukan adanya konsistensi dalam pengukuran suatu konstruk melalui indikator-indikator yang digunakan. Jika

indikator-indikator yang berbeda dalam penelitian mengukur konstruk yang sama, seharusnya ada korelasi yang signifikan antara indikator-indikator tersebut[16].

Dalam analisis SEM, validitas konvergen dievaluasi dengan menguji loadings atau beban faktor (faktor loading) antara indikator-indikator dan konstruk yang diukur. Faktor loading mengindikasikan sejauh mana indikator-indikator berkontribusi dalam mengukur konstruk yang sama. Semakin tinggi nilai faktor loading, semakin tinggi validitas konvergen indikator tersebut. Ada beberapa metode yang umum digunakan untuk mengevaluasi convergent validity dalam analisis SEM. Salah satu metode yang paling umum adalah Average Variance Extracted (AVE). AVE mengukur sejauh mana konstruk yang diukur menjelaskan variasi dalam indikator-indikatornya. Jika AVE bernilai 0.5 atau lebih, itu menunjukkan bahwa sebagian besar variasi dalam indikator-indikator dijelaskan oleh konstruk yang diukur, yang menandakan adanya validitas konvergen[15].

Selain itu, *convergent validity* dapat pula diukur dengan melihat signifikansi dan nilai t-statistik pada faktor loading. Jika faktor loading signifikan secara statistik dan nilainya lebih besar dari 0.5, maka itu menunjukkan adanya validitas konvergen yang baik. Validitas konvergen yang baik penting dalam penelitian karena menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan secara konsisten mengukur konstruk yang diinginkan. Dengan memiliki validitas konvergen yang kuat, dapat dipastikan bahwa hasil analisis yang dilakukan menggunakan SEM akurat dan dapat dipercaya. Suatu instrument dinyatakan valid apabila memiliki nilai *outer loading* >0,50 atau yang lebih ideal jika >0,70. sebaliknya instrument dinyatakan tidak valid apabila memiliki nilai *outer loading* di bawah dari yang ditentukan[13]. Dalam penelitian ini peneliti memakai standar 0,70 untuk nilai *outer loading*-nya. Adapun hasil estimasi model pada PLS Algorithm sebagai berikut:



Gambar 1: *Output Algorithm*, nilai *convergent validity* variabel

Sumber: Hasil penelitian, diolah dengan SmartPLS

Pada gambar hasil *outer loading* di atas dapat dilihat bahwa model sudah memenuhi syarat *Convergent Validity* yakni nilai *Outer Loading* untuk semua variabel manifest > 0.70. dengan demikian, seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

- 2) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*), sebuah instrument akan dinyatakan valid jika korelasi antara suatu konstruk (variabel) dengan indikatornya lebih besar dari pada ukuran variabel dengan indikator lainnya, maka hal tersebut menunjukkan bahwa variabel laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik dari pada ukuran blok lainnya[13].

Dari tabel 2 berikut dapat dilihat bahwa korelasi variabel laten dengan masing – masing indikatornya lebih tinggi dibandingkan variabel laten ketika dipasangkan dengan indikator yang lain. Hal ini menunjukkan variabel laten memprediksi indikator masing-masingnya lebih baik dibandingkan dengan prediksi korelasi indikator dengan atau terhadap variabel lainnya.

Tabel 2. Nilai *Discriminant Validity* (nilai *Cross Loadings*)

	<i>attitude toward using</i>	<i>intention to use</i>	<i>perceived ease of use</i>	<i>perceived usefulness</i>	<i>smartphone self efficacy</i>
X1.1	0,634	0,528	0,643	0,821	0,530
X1.2	0,570	0,526	0,562	0,835	0,399
X1.3	0,653	0,588	0,623	0,793	0,443
X1.4	0,558	0,524	0,606	0,787	0,503
X2.1	0,582	0,482	0,856	0,664	0,603
X2.2	0,515	0,477	0,806	0,507	0,457
X2.3	0,674	0,559	0,830	0,597	0,616
X2.4	0,591	0,507	0,773	0,675	0,523
X3.1	0,823	0,647	0,593	0,602	0,623
X3.2	0,870	0,672	0,632	0,725	0,462
X3.3	0,877	0,698	0,645	0,594	0,534
X4.1	0,628	0,851	0,478	0,479	0,509
X4.2	0,636	0,810	0,492	0,557	0,424
X4.3	0,703	0,853	0,584	0,640	0,595
Y1.1	0,463	0,341	0,539	0,439	0,790
Y1.2	0,537	0,581	0,517	0,506	0,773
Y1.3	0,496	0,531	0,487	0,387	0,710
Y1.4	0,443	0,433	0,548	0,448	0,801

Sumber: Hasil penelitian, diolah dengan SmartPLS

- 3) *Average Variance Extracted* (AVE) Berikut ini merupakan hasil dari proses pengukuran menggunakan proses *Average Variance Extracted*:

Tabel 3. *Discriminant Validity* (Output AVE)

No	Variabel	AVE	Keterangan (AVE >0,5)
1	Smartphone Self Efficacy	0,734	Valid
2	Perceived Ease To Use	0,703	Valid
3	Perceived Usefulness	0,667	Valid
4	Attitude Toward Using	0,655	Valid
5	Intention to use	0,592	Valid

Sumber: Hasil penelitian, diolah dengan SmartPLS

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai AVE untuk *Smartphone Self Efficacy*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude Toward Using* dan *Intention to Use* memiliki nilai AVE > 0,5, sehingga semua faktor dalam penelitian ini dinyatakan substansial atau Valid. AVE berguna dalam mengevaluasi sejauh mana suatu konstruk dapat diandalkan dalam menjelaskan variasi dalam indikator-indikatornya. Semakin tinggi nilai AVE, semakin besar kontribusi konstruk terhadap variasi dalam indikator-indikatornya, dan semakin kuat validitas konstruk tersebut. AVE dapat digunakan untuk mengukur validitas konstruk dalam analisis SEM, memastikan bahwa konstruk-konstruk dalam model memberikan kontribusi yang cukup dalam menjelaskan data yang diamati[15].

B. Pengujian Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Pengujian hipotesis antar variabel yaitu pengaruh variabel independen pada variabel dependen dilakukan dengan menggunakan metode *resampling bootstrapping*. Uji statistik bootstrapping adalah metode yang digunakan

dalam analisis Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji keandalan dan signifikansi statistik dari model SEM yang diestimasi. Metode ini melibatkan pengambilan sampel berulang dengan pengembalian dari data yang ada untuk menghasilkan distribusi sampling yang diperoleh kembali (*resampled*). Dalam analisis bootstrapping, sampel berulang tersebut digunakan untuk menghasilkan berbagai estimasi parameter yang berbeda[16].

Proses bootstrapping dimulai dengan membuat banyak sampel berulang dengan jumlah yang sama dengan ukuran sampel asli. Setiap sampel ulang ini dihasilkan dengan cara mengambil observasi secara acak dari data yang ada, dengan pengembalian. Dalam SEM, sampel ulang ini digunakan untuk memperoleh estimasi parameter yang kemudian digunakan untuk menghasilkan distribusi sampling dari parameter tersebut. Distribusi sampling yang dihasilkan dari bootstrapping dapat digunakan untuk menghitung interval kepercayaan dan melakukan uji statistik lainnya, seperti menghitung standar error, nilai t, dan nilai p. Metode ini memberikan informasi yang lebih akurat tentang keandalan dan signifikansi statistik dari parameter-parameter dalam model SEM, terutama ketika asumsi yang mendasari analisis statistik klasik tidak terpenuhi[15].

Dengan menggunakan bootstrapping, peneliti dapat menguji hipotesis, membandingkan model alternatif, dan memperoleh estimasi parameter yang lebih stabil dan dapat diandalkan. Selain itu, bootstrapping juga membantu dalam mengevaluasi kesesuaian model, memperoleh interval kepercayaan yang lebih akurat, dan menguji signifikansi statistik tanpa harus mengandalkan asumsi distribusi tertentu[16]. Dalam analisis SEM, bootstrapping telah menjadi metode yang umum digunakan karena dapat mengatasi masalah ketidakterdistribusian atau asumsi asimetri dalam data, serta memberikan keandalan dan validitas statistik yang lebih baik. Metode bootstrapping memungkinkan peneliti untuk membuat kesimpulan yang lebih kuat dan menghasilkan hasil yang lebih dapat dipercaya dalam pengujian hipotesis dan interpretasi model SEM.

Dari hasil uji boothstraping yang ditunjukkan pada tabel 4 dibawah ini, statistik uji yang digunakan adalah P Values dengan tingkat signifikansi < 0,05. Dasar yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah nilai *Path Coefficients* pada PLS. Hasil keluaran *Path Coefficients* pada PLS *Bootstrapping* adalah sebagai berikut:

Tabel 4. nilai *Path Coefficient* dalam boothstrapping statistics

	<i>Original sample</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>T statistics</i>	<i>P Values</i>
Attitude toward using →intention to use	0.643	0.641	0.107	6.032	0.000
Perceived ease of use →attitude toward using	0.379	0.390	0.122	3.103	0.002
Perceived ease of use →perceived usefulness	0.668	0.676	0.086	7.773	0.000
Perceived usefulness→attitude toward using	0.463	0.453	0.117	3.964	0.000
Perceived usefulness→intention to use	0.189	0.195	0.087	2.172	0.030
Smartphone self efficacy →perceived ease of use	0.680	0.683	0.059	11.501	0.000
Smartphone self efficacy→perceived usefulness	0.127	0.120	0.090	1.409	0.160

Sumber: Hasil penelitian, diolah dengan SmartPLS

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat dilihat pada kolom *original sampling*, besaran pengaruh variabel yang satu terhadap variabel lainnya pada semua hipotesis adalah positif. Hal ini bermakna bahwa seluruh hipotesis memiliki hubungan antar variabel yang positif, dimana jika variabel independent naik satu tingkat, maka variabel dependen akan naik sebesar nilai original sampel[15]. Sedangkan berdasarkan nilai P values dapat dilihat bahwa selain pada H7 yang mengukur pengaruh *smartphone self efficacy* terhadap *perceived usefulness*, seluruh hipotesis lain yang diuji dalam penelitian ini memiliki nilai P Values < 0.05. Angka P Values < 0.05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel-variabel yang diamati[16].

Hasil analisis statistik *bootstrapping* sebagaimana ditunjukkan pada tabel diatas menunjukkan beberapa temuan penting dalam hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan m-banking pada bank konvensional di Kabupaten Sumbawa. Temuan pertama menunjukkan bahwa H1 diterima, yaitu sikap penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Hal ini sejalan dengan temuan-temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa sikap positif terhadap penggunaan suatu teknologi dapat memengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi layanan tersebut[9]. Dalam konteks m-banking, jika pengguna memiliki sikap positif terhadap penggunaan m-banking, mereka cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakan layanan tersebut.

Selain itu, H2 dalam penelitian ini juga diterima dimana variabel persepsi kemudahan terbukti berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan. Hal ini mendukung temuan-temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam membentuk sikap pengguna terhadap suatu teknologi. Semakin mudah penggunaan m-banking dirasakan oleh pengguna, semakin positif sikap mereka terhadap penggunaan layanan tersebut[10]. Selanjutnya, H3 dalam penelitian ini juga diterima, dimana variabel persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dapat memengaruhi persepsi pengguna terhadap manfaat yang akan diperoleh dari penggunaan suatu teknologi[8]. Semakin mudah penggunaan m-banking dirasakan, semakin besar persepsi manfaat yang dirasakan oleh pengguna.

Temuan berikutnya dalam penelitian ini adalah bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan pada sikap penggunaan (H4 diterima). Hasil ini sejalan dengan temuan-temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat menjadi faktor penting dalam membentuk sikap pengguna terhadap suatu teknologi[11]. Jika pengguna merasakan manfaat yang signifikan dari penggunaan m-banking, mereka akan cenderung memiliki sikap yang positif terhadap layanan tersebut. Selanjutnya, H5 dalam penelitian ini juga diterima, dimana variabel persepsi penggunaan berpengaruh signifikan pada minat penggunaan. Temuan ini mendukung temuan-temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa persepsi penggunaan, yang melibatkan penilaian pengguna terhadap pengalaman penggunaan teknologi, dapat memengaruhi minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Jika pengguna memiliki pengalaman yang positif dalam menggunakan m-banking, mereka cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk terus menggunakan layanan tersebut[11].

Temuan menarik pada penelitian ini dapat dilihat pada H6 dan H7 yang mana menunjukkan bahwa kemampuan menggunakan smartphone (*smartphone self efficacy*) memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan, namun tidak terbukti signifikan dalam mempengaruhi persepsi manfaat. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan individu dalam menggunakan smartphone secara efektif dapat mempengaruhi persepsi mereka tentang sejauh mana m-banking mudah digunakan namun hal itu tidak berpengaruh pada persepsi mereka tentang manfaat dari penggunaan m-banking tersebut. Hasil-hasil penelitian ini mendukung dan melengkapi temuan-temuan penelitian sebelumnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan m-banking. Faktor-faktor seperti sikap penggunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi penggunaan memiliki peran penting dalam membentuk minat penggunaan m-banking[11]. Penting untuk mencatat bahwa temuan terkait kemampuan menggunakan smartphone menunjukkan bahwa aspek individu juga dapat mempengaruhi persepsi pengguna terhadap penggunaan layanan m-banking.

4. KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, telah dikaji minat masyarakat dalam penggunaan m-banking pada bank konvensional di Kabupaten Sumbawa dengan menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis survey lapangan dengan menggunakan model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model/TAM*) dan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara beberapa faktor yang memengaruhi minat penggunaan m-banking di Kabupaten Sumbawa.

Temuan penting dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh positif dan signifikan dari sikap penggunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi penggunaan terhadap minat penggunaan m-banking. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap kemudahan penggunaan, manfaat yang diperoleh, dan pengalaman penggunaan m-banking dapat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan minat masyarakat untuk mengadopsi dan menggunakan layanan perbankan digital. Selain itu, kemampuan menggunakan smartphone juga memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan m-banking. Dalam konteks ini, penggunaan smartphone yang efektif dan kemampuan individu dalam mengoperasikan smartphone secara memadai dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kemudahan penggunaan layanan m-banking.

Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan m-banking, bank-bank konvensional di Kabupaten Sumbawa dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan layanan m-banking yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Peningkatan literasi digital dan peningkatan kualitas layanan m-banking juga penting dalam mendorong adopsi dan penggunaan m-banking di wilayah ini. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memperluas pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan m-banking pada bank konvensional, serta memberikan dasar untuk pengembangan strategi yang dapat meningkatkan inklusi keuangan dan memanfaatkan potensi ekonomi digital di Kabupaten Sumbawa.

5. REFERENSI

- [1] World Bank, "Beyond Unicorns," Jakarta, 2021. doi: 10.1596/36018.
- [2] N. W. Sayekti, "Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia," *Pus. Penelit. Badan Keahlian DPR RI*, vol. X, no. 05, p. 19, 2018, [Online]. Available: http://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-X-5-I-P3DI-Maret-2018-163.pdf.
- [3] N. Kholis, "Perbankan Dalam Era Baru Digital," *Economicus*, vol. 12, no. 1, pp. 80–88, 2020, doi: 10.47860/economicus.v12i1.149.

- [4] World bank, *The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19*. 2022.
- [5] A. I. Mutiasari, "Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital," *J. Ekon. Bisnis Dan Kewirausahaan*, vol. 9, no. 2, pp. 32–41, 2020, doi: 10.47942/iab.v9i2.541.
- [6] S. Iska, *Sistem perbankan syariah di Indonesia dalam perspektif fikih ekonomi*, First. Fajar Media, 2012.
- [7] OJK, "Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan," 2022.
- [8] M. Ikrar, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E- Banking," Universitas Islam Indonesia, 2017.
- [9] M. H. Nasution and Sutisna, "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP INTERNET BANKING," *J. Nisbah*, vol. 1, no. 1, pp. 62–73, 2015.
- [10] S. Jamidan, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UII Dalam Menggunakan Internet Banking," Universitas Islam Indonesia, 2016.
- [11] F. Munoz-Leiva, S. Climent-Climent, and F. Liébana-Cabanillas, "Determinants of Intention to Use the Mobile Banking Apps: An Extension of the Classic TAM Model," *SSRN Electron. J.*, 2019, doi: 10.2139/ssrn.3489124.
- [12] N. Marangunić and A. Granić, "Technology acceptance model: a literature review from 1986 to 2013," *Univers. Access Inf. Soc.*, vol. 14, no. 1, pp. 81–95, 2015, doi: 10.1007/s10209-014-0348-1.
- [13] I. Ghozali, *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis dan Ilmu Sosial Lainnya*, First. Yoga Pratama, 2016.
- [14] M. Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. 2015.
- [15] J. F. Hair, M. Sarstedt, L. Hopkins, and V. G. Kuppelwieser, "Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research," *Eur. Bus. Rev.*, vol. 26, no. 2, pp. 106–121, 2014, doi: 10.1108/EBR-10-2013-0128.
- [16] P. Barrett, "Structural equation modelling: Adjudging model fit," *Pers. Individ. Dif.*, vol. 42, no. 5, pp. 815–824, 2007, doi: 10.1016/j.paid.2006.09.018.