

MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BRAWIJAYA UNTUK MELAKUKAN TRANSAKSI PEMBAYARAN SPP

Anggriawan Setyo Wibowo
Universitas Brawijaya
Email: wawan.smith09@gmail.com

ABSTRACT

This research has a purpose to examine the factors which affect individual intention to use mobile banking. The factors which affect individual intention to use mobile banking in this research are perceived usefulness, perceived ease to use, anxiety, trust, subjective norm, and perceived behavioral control. This research is a development of previous research that uses a combination of TAM, and TRA models. Data collection method used is survey method. Sample in this research are accountance student University of Brawijaya Malang. The data were analyzed by using Partial Least Square (PLS). The result showed that anxiety and subjective norm affect an individual intention to use mobile banking. Otherwise, the construct of perceived usefulness, perceived ease of use, trust, and perceived behavioral control do not affect individual intention to use mobile banking. The implications of this research are relevant for banking institutions to consider the factors which influence an individual intention to use mobile banking in the development the information systems.

Keywords: *Mobile banking, Trust, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Use, Behavioral Intention, TAM, TRA.*

1. PENDAHULUAN

Di era informasi saat ini, perkembangan teknologi yang begitu pesat telah mempengaruhi perkembangan aktivitas baik ekonomi maupun sosial masyarakat, termasuk aktivitas dan transaksi keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu bidang yang mengikuti perkembangan teknologi informasi ini adalah industri perbankan dan organisasi bisnis. Pada dunia bisnis, perubahan tersebut dilakukan agar tujuan organisasi dapat berjalan dengan baik dan bahkan dapat meningkatkan prestasi bisnisnya. Perbankan adalah lembaga keuangan yang berperan sangat vital dalam aktivitas perdagangan nasional serta internasional yang mampu meningkatkan perkembangan ekonomi negara.

Perkembangan ekonomi berdasarkan teknologi informasi sudah menjadi paradigma global, dewasa ini setiap pelaku ekonomi telah menggunakan layanan perbankan modern untuk meningkatkan efektivitas layanan yang diberikan. Adanya persoalan penting diantara industri perbankan nasional adalah dituntut untuk bisa menjaga nasabah yang telah ada ditengah kebutuhan yang semakin beragam, baik itu dalam konteks produk maupun pelayanan untuk tetap merasa nyaman dalam melakukan transaksi. Hal ini bisa diatasi melalui beragam pelayanan yang didukung teknologi informasi.

Teknologi informasi menunjang keberhasilan operasional sebuah lembaga keuangan atau perbankan seperti bank. Dalam hal ini sudah pasti diperlukan sistem informasi yang handal yang dapat diakses dengan mudah oleh nasabahnya. *Mobile phone* merupakan contoh dari perkembangan teknologi informasi yang saat ini dimanfaatkan industri perbankan, dan diwujudkan dalam bentuk layanan *mobile banking*. Selain menggunakan basis SMS, kegiatan perbankan yang menggunakan jaringan internet melalui ponsel disebut juga dengan *mobile banking*, yang mana saat ini banyak digunakan oleh orang-orang dengan mobilitas tinggi. Selain berbasis SMS, aktivitas perbankan menggunakan internet melalui *mobile phone* juga disebut *mobile banking*.

Menurut Mallat, Rossi dan Tuunainen dalam Pratiwi (2012:2), jasa *mobile banking* merupakan modifikasi dari layanan *internet banking* yang menghubungkan bank dengan klien dari jarak jauh melalui jaringan internet. Melalui layanan *mobile banking* ini para nasabah dapat melakukan kegiatan perbankan kapan dan dimanapun mereka berada dengan mudah.

Menurut survey yang dilakukan pada delapan bank besar di Indonesia, menunjukkan bahwa jumlah pengguna *mobile banking* di Indonesia mencapai 23,65 juta orang pada 2015 dan jumlah tersebut masih berpotensi bertambah. Ini menunjukkan bagaimana penting dan berpengaruhnya penerapan teknologi informasi di dunia perbankan. Saat ini sudah banyak bank yang telah menerapkan layanan *mobile banking* untuk mengetahui informasi keuangan (*Sharing Visions*, 2015)

Layanan *Mobile Banking* sendiri merupakan salah satu bagian dari layanan *electronic banking (e-banking)* yang ditawarkan oleh perusahaan perbankan menggunakan perangkat telekomunikasi untuk menyampaikan nilai lebih dari produk simpanan tabungan nasabah. *E-banking* pada dasarnya memiliki sejumlah layanan lain yaitu ATM (*Automated Teller Machine*), kartu debit, kartu kredit, *internet banking*, *sms banking*, *call banking*, dan *phone banking*. Untuk menggunakan layanan *e-banking*, khususnya *mobile banking* tersebut nasabah tentu saja harus memiliki perangkat telekomunikasi yang menunjang fasilitas *mobile banking* dan juga rekening tabungan bank yang bersangkutan untuk menyimpan uang yang akan ditransaksikan. Manfaat menarik yang didapat dari keunikan layanan *mobile banking* ini diantaranya adalah kemudahan dalam melakukan berbagai macam transaksi tanpa harus menggunakan bantuan dari petugas bank, manfaat ini akan menarik nasabah untuk membuka akun pada bank yang bersangkutan.

Menurut Hutabarat (2010) *Mobile banking* memiliki beberapa kelebihan bagi nasabah yang bisa menjadi faktor-faktor implementasi *mobile banking*, yaitu mudah, praktis, aman, penggunaan yang bersahabat, serta nyaman. Sementara Awamleh dan Fernandes (2005) menyebutkan adanya tiga variabel yang menyebabkan nasabah menggunakan *internet banking*. Satu, kebebasan, nasabah bank dapat berinteraksi dengan bank tanpa harus berhubungan langsung dengan karyawan bank. Dua, kenyamanan, pada sisi lain kenyamanan dapat menggambarkan kesenangan seseorang untuk menggunakan layanan ini. Nasabah dapat menggunakan jasa perbankan ini dimana saja dan kapan saja selama 24 jam. Tiga, keamanan, dimensi ini mengukur persepsi nasabah mengenai keselamatan dan keandalan layanan perbankan ini.

M-Banking dapat digunakan untuk bermacam-macam transaksi, beberapa diantaranya yaitu: 1) untuk mengecek saldo rekening dan *history* transaksi bank; 2) membayar macam-macam tagihan; 3) pemindahan antar *account*. Diharapkan transaksi yang ditawarkan oleh bank semakin berkembang sesuai kebutuhan setiap nasabah, karena *m-banking* adalah *customer based* sehingga pangsa pasar yang dilayani diharapkan akan semakin luas.

Di Indonesia memiliki fenomena yang menarik mengenai *mobile banking* ini. Berdasarkan data BRTI (Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia), diperkirakan pertumbuhan pelanggan kartu SIM (*Subscribers Identification Module*) mencapai 30 - 40 persen pertahun dan pada akhir 2013 diperkirakan jumlah pelanggan kartu SIM mencapai 179 juta pelanggan. Namun jumlah nasabah yang mengadopsi layanan *mobile banking* hanya sekitar sepertiga dari jumlah pelanggan ponsel (*Celluler - news*, 2010).

Berdasarkan pada studi yang dilakukan oleh Gartner Group (2009), hanya sekitar 1 persen dari seluruh pengguna ponsel yang menggunakan ponsel mereka untuk tujuan layanan pembayaran. Fenomena ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya karena nasabah sudah merasakan kenyamanan dengan layanan yang ada. Hartono (2007:1) mengemukakan bahwa meskipun kualitas teknis sistem teknologi informasi sudah meningkat, masih saja banyak yang mengalami kegagalan dalam penerapannya.

Layanan *mobile banking* merupakan jenis layanan yang fleksibel, karena bisa digunakan untuk membantu nasabah melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja. Masih besarnya peluang untuk memasuki pasar untuk jenis layanan *mobile banking* tersebut merupakan tantangan bagi industri perbankan untuk menelusuri faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menerima penggunaan *mobile banking*. Dalam penelitian ini akan diamati faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan nasabah terhadap layanan *mobile banking*.

Technology Acceptance Model (TAM) adalah salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi dalam literatur sistem informasi manajemen. TAM dikemukakan oleh Davis (1986) yang mengembangkan kerangka pemikiran tentang minat pemanfaatan teknologi informasi. TAM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan kemudahan dalam pemakaian teknologi informasi. Teori model penelitian TAM ditambahkan dalam penelitian ini untuk mengetahui hal-hal yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam menggunakan fasilitas *m-banking* suatu perbankan.

Beberapa faktor dikatakan menjadi alasan nasabah atau masyarakat memilih transaksi dengan menggunakan *mobile banking* karena manfaat yang diberikan, yaitu kepercayaan masyarakat yang ada pada masing-masing bank melalui *m-banking*, kemudian masalah fleksibilitas yang terdapat dalam layanan *m-banking* sehingga memudahkan akses pengguna untuk memperoleh pelayanan tepat guna serta menyenangkan. Selain itu, layanan *m-banking* memudahkan akses nasabah sehingga nasabah merasa memiliki *privacy* yang aman serta tepat guna. Di sisi lain, layanan *m-banking* diberikan untuk membuat pelayanan yang menyenangkan bagi nasabah.

Dengan kata lain, perkembangan *mobile banking* di Indonesia sedemikian cepat tak lain karena layanan *m-banking* mampu memberikan keleluasaan dan kepraktisan/kemudahan transaksi keuangan dalam hal cek saldo, pembayaran tagihan, pemindahan uang, maupun layanan keuangan lainnya dalam satu “sentuhan jari”. Cukup tekan PIN dari ponsel, maka transaksi bisa dijalankan dari mana saja sejauh jaringan terhubung.

Layanan keuangan lain yang dimaksud dalam konteks tersebut salah satunya adalah layanan pembayaran pendidikan berupa SPP secara praktis melalui *m-banking*. Dewasa ini banyak dari beberapa perguruan tinggi yang ingin memudahkan mahasiswa atau calon mahasiswa untuk bertransaksi melalui *m-banking*, salah satunya adalah Universitas Brawijaya Malang.

Dalam hal ini ada simbiosis mutualisme yang terjadi antara perbankan dan perguruan tinggi. Di satu sisi, layanan perbankan mampu meningkatkan kepercayaan dan kualitas yang dimiliki oleh bank, sedangkan di sisi lain dengan adanya *m-banking* mampu mempermudah akses mahasiswa bertransaksi secara mudah, nyaman dan aman sehingga juga mampu menumbuhkan kepercayaan mahasiswa terhadap sistem informasi yang sedang bekerjasama antara perbankan dan perguruan tinggi.

Masih rendahnya pemanfaatan *mobile banking* sebagai layanan pembayaran SPP di Universitas Brawijaya nampaknya sejalan dengan pendapat yang menyatakan bahwa keberhasilan *mobile banking* bergantung dari bagaimana nasabah dapat menerima sistem tersebut (Ramadhani, 2008). Adapun *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah salah satu model yang dibangun dengan tujuan untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna terhadap penerimaan penggunaan teknologi (Wibowo, 2006). *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model perilaku yang menjelaskan mengenai penerimaan teknologi.

Oleh karena itu dengan adanya kebebasan, kenyamanan dan keamanan dalam menggunakan *mobile banking* ini, bank dapat memberikan berbagai kemudahan transaksi perbankan yang mana dapat menumbuhkan kepuasan dalam diri nasabah tersebut. Merujuk

pada beberapa penjabaran tersebut di atas, penulis memiliki ketertarikan untuk menganalisis lebih jauh tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat pemanfaatan dan penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa untuk melakukan transaksi pembayaran SPP sebagai biaya pendidikan yang dibayarkan setiap satu semester sekali.

Penelitian ini dilakukan untuk mencapai beberapa tujuan utama yaitu 1) Untuk mengetahui apakah kepercayaan mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa FEB UB untuk melakukan transaksi pembayaran SPP. 2) Untuk mengetahui apakah persepsi kegunaan mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa FEB UB untuk melakukan transaksi pembayaran SPP. 3) Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa FEB UB untuk melakukan transaksi pembayaran SPP. 4) Untuk mengetahui apakah sikap penggunaan berpengaruh penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa FEB UB untuk melakukan transaksi pembayaran SPP.

Penelitian ini dapat memberikan bukti empiris bahwa model pendekatan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory Acceptance Model* (TAM) merupakan model yang baik untuk diterapkan dalam penelitian terkait minat penggunaan *mobile banking*.

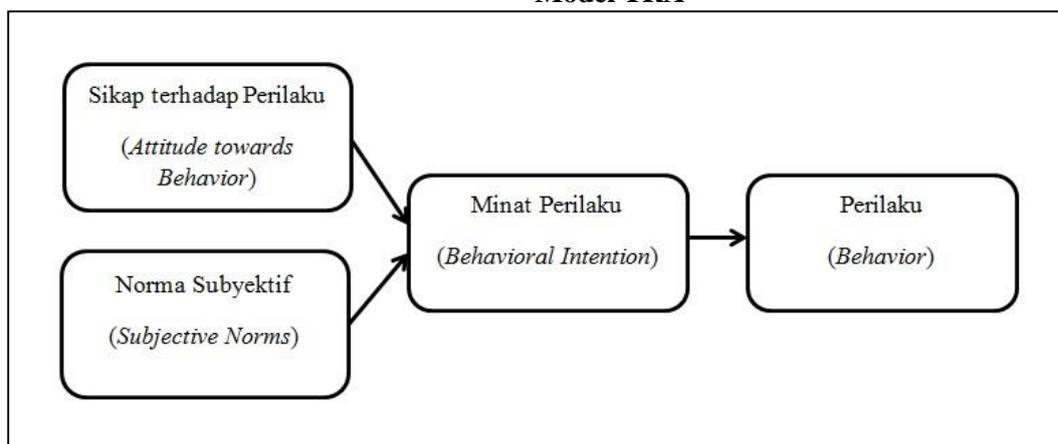
2. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 *Theory of Reasoned Action* (TRA)

Teori tindakan beralasan (*the theory of reasoned action*-TRA) dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980). Teori ini merupakan suatu teori yang berhubungan dengan sikap dan perilaku individu dalam melaksanakan kegiatan. TRA (*Theory of Reasoned Action*) didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif seseorang individu (pengaruh evaluasi) tentang kinerja sikap yang ditargetkan. TRA (*Theory of Reasoned Action*) menjelaskan bahwa minat dari seseorang untuk melakukan (atau tidak melakukan) suatu perilaku yang merupakan penentu langsung dari tindakan atau perilaku seseorang.

TRA (*Theory of Reasoned Action*) terbagi dalam tiga komponen yaitu, niat perilaku, sikap dan norma subyektif. Pada tahap awal, perilaku (*behavior*) diasumsikan oleh minat (*intention*). Pada tahap berikutnya minat-minat dapat dijelaskan dalam bentuk sikap terhadap perilaku dan norma-norma subyektif. Tahapan ketiga mempertimbangkan subyektif dalam bentuk kepercayaan-kepercayaan tentang konsekuensi suatu perilaku tentang ekspektasi-ekspektasi normatif dari orang-orang yang relevan. Secara keseluruhan, berarti perilaku seseorang dapat dijelaskan dengan mempertimbangkan kepercayaan-kepercayaannya.

Gambar 2.1
Model TRA



Sumber: Hartono (2007:35)

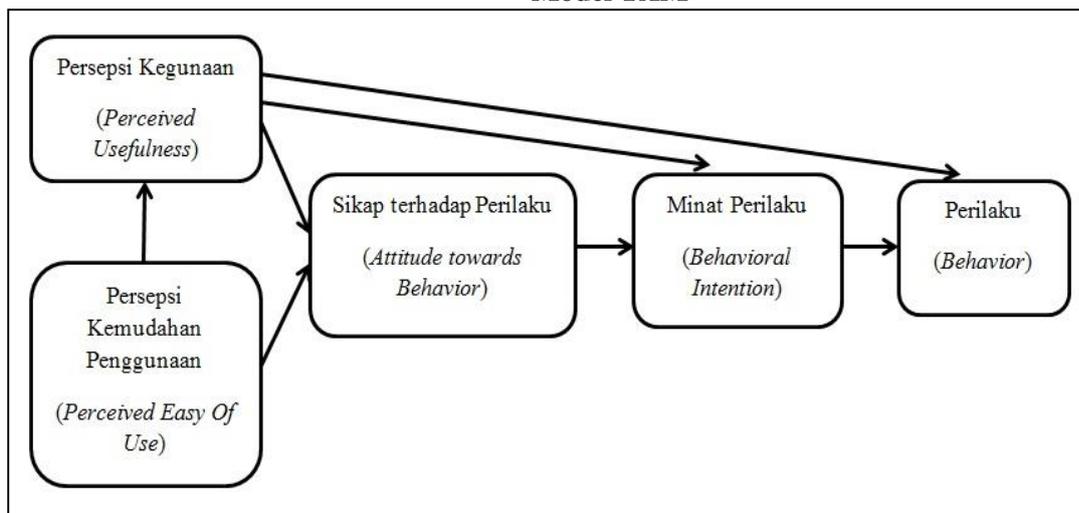
Berdasarkan TRA, perilaku khusus seseorang dilakukan berdasarkan *behavioral intention* (minat berperilaku) dalam memainkan perilaku, dan *behavioral intention* secara

bersama-sama ditentukan oleh *attitude* (sikap) seseorang dan *subjective norm*. *Behavioral intention* (minat menggunakan) adalah suatu ukuran tentang kekuatan tujuan seseorang untuk melakukan tindakan khusus. *Attitude* (sikap) adalah perasaan positif dan negatif seseorang tentang penentuan tujuan dan target perilaku. *Subjective norm* adalah persepsi seseorang tentang pendapat umum apakah ia harus atau tidak harus melakukan perilaku seperti yang dibicarakan banyak orang.

2.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Theory Acceptance Model (TAM) diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989 sebagai adaptasi dari *Technology of Reasoned Action* (TRA). *Technology Acceptance Model* (TAM) menawarkan landasan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai perilaku pemakai dalam penerimaan dan penggunaan sistem informasi (Davis, 1989). Menurut Mutmainah (2006) TAM menunjukkan kegunaan dan kemudahan penggunaan akan mempengaruhi niat individu dalam menggunakan teknologi informasi, dengan determinan *attitudinal*, dipisahkan masing-masing menjadi perilaku pemakaian (*usage*) dengan dua perangkat variabel persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang diterapkan pada berbagai konteks penerimaan teknologi.

Gambar 2.2
Model TAM



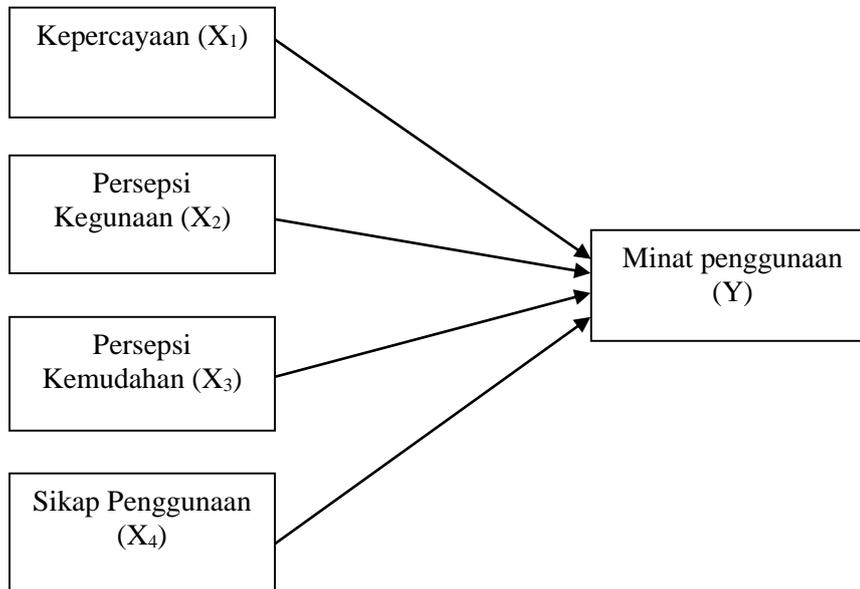
Sumber: Hatono (2007;112)

Wiyono et al., (2008:2) mengemukakan beberapa kelebihan TAM sebagai berikut 1) TAM merupakan model perilaku yang bermanfaat untuk menjawab kegagalan penerapan sistem teknologi informasi karena tidak adanya minat para pengguna untuk menggunakannya; 2) TAM dibangun dengan dasar teori yang kuat; 3) TAM telah diuji dengan banyak penelitian dan sebagian besar hasilnya mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik; dan 4) Model TAM merupakan model parsimoni yaitu model sederhana dan valid.

2.3 Model Penelitian dan Pengembangan Hipotesis

Model dalam penelitian ini dapat kita lihat pada gambar 2.3 di bawah ini. Model ini menunjukkan hubungan teoritis dari penelitian ini yang masing-masing hubungan merupakan hipotesis dari penelitian. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 2.3
Model Konsep Penelitian



2.3.1 Konsep Minat Berperilaku

Minat berperilaku adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya (Jogiyanto, 2007). Perilaku (*behaviour*) adalah tindakan yang dilakukan seseorang. Dalam konteks penggunaan system informasi, perilaku (*behaviour*) adalah penggunaan sesungguhnya (*actual usage*) dari teknologi (Jogiyanto, 2007).

2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Kepercayaan (*trust*) adalah keyakinan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajibannya secara baik dan sesuai dengan yang diharapkan (Atha, 2011). Gefen (2002) menjelaskan kepercayaan merupakan suatu kesediaan untuk membuat dirinya peka ke dalam tindakan yang diambil oleh pihak yang dipercaya yang didasarkan keyakinan.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan teknologi, diantaranya penelitian Harlan (2014) terdapat pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-banking* pada UMKM di kota Yogyakarta. Al-Gunain (2010) melakukan penelitian pada nasabah bank syari'ah mandiri cabang Yogyakarta dan dihasilkan bahwa kepercayaan mempengaruhi kemauan nasabah untuk mencoba teknologi *mobile banking*. Menurut Tjini (2013) menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan *internet banking*. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti mencoba untuk meneliti:

H₁ : Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

2.3.3 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kegunaan adalah sejauh mana seorang individu percaya dengan adanya teknologi akan meningkatkan produktivitas dan kinerja pekerjaan mereka. Taylor dan Todd (1995) sebagaimana dikutip Mubiyantoro (2013) mendefinisikan persepsi kegunaan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Dengan kata lain konstruk ini mengutamakan pada kegunaan suatu teknologi yang mana teknologi tersebut dalam pemanfaatannya dapat meningkatkan kinerja dan produktifitas seseorang.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan teknologi, diantaranya penelitian Mahendra (2014) mendapati hasil bahwa persepsi kegunaan mempengaruhi minat individu dalam penggunaan *mobile banking*. Penelitian ini dilakukan di Bank Mandiri Kota Malang dengan sampel sebesar 217 sampel. Sedangkan pada penelitian Maharsi dan Mulyadi (2007) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi penggunaan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Menurut David (2013) melakukan penelitian terhadap nasabah bank BCA dengan menggunakan sampel sebanyak 210 orang menghasilkan persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti mencoba untuk meneliti :

H₂ : Persepsi Kegunaan Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*.

2.3.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Bankin*.

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy of usefulness*) adalah dimana seseorang percaya dengan menggunakan teknologi akan terbebas dari usaha yang berlebih atau mudah untuk digunakan. Igarria (2000) sebagaimana dikutip Anggraini (2012) menyebutkan bahwa semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, maka akan semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Ramadhani (2008) sebagaimana dikutip Anggraini (2012) mengartikan bahwa persepsi kemudahan akan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan penggunaannya, melainkan untuk mempermudah penggunaannya dalam menyelesaikan pekerjaannya. Sehingga, dengan menggunakan sistem seseorang akan lebih mudah dalam melakukan pekerjaannya dibandingkan dengan seseorang yang mengerjakan pekerjaannya secara manual.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan teknologi, diantaranya penelitian yang dilakukan Maharsi dan Mulyadi (2007) melakukan penelitian terhadap 100 orang pada nasabah bank yang menyediakan layanan *internet banking* dan penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan dengan minat untuk menggunakan *Internet banking*. Menurut David (2013) yang melakukan penelitian terhadap nasabah bank BCA, Persepsi kemudahan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan. Harlan (2014) mendapati terdapat pengaruh yang signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-banking* di kota Yogyakarta. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti mencoba untuk meneliti :

H₃ : Persepsi Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

2.3.5 Pengaruh Sikap Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Sikap Penggunaan (*Attitude Towards Use*) adalah kepercayaan seseorang untuk mau menggunakan sebuah sistem. Davis (1989) menjelaskan sikap merupakan perasaan positif atau negatif seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Kepercayaan terhadap berbagai informasi akan menghasilkan sikap yang baik oleh pengguna *mobile banking* yang akan meningkatkan sikap secara tidak langsung (Sulistiyarini, 2013). Dalam penelitian ini sikap diartikan sebagai perasaan positif atau negatif pengguna *mobile banking* yang akan ditunjukkan oleh perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap *mobile banking*.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan teknologi, diantaranya penelitian yang dilakukan David (2013) melakukan penelitian terhadap nasabah bank BCA menemukan sikap penggunaan mempengaruhi secara signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Mahendra (2014) melakukan penelitian terhadap nasabah bank Mandiri menggunakan sampel sebanyak 217 menemukan pengaruh yang signifikan antara sikap terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking*. Sulistiyarini (2013) juga melakukan penelitian terhadap nasabah bank Mandiri dan bank BCA kota Malang menemukan bahwa sikap mempengaruhi individu dalam menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti mencoba untuk meneliti :

H₄ : Sikap Penggunaan Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

3. METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) sebagaimana dikatakan oleh Singarimbun (2006:5) "Penelitian penjelasan adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa". Penelitian penjelasan bertujuan untuk menjelaskan hubungan, pengaruh dan perbedaan gejala-gejala yang diteliti. Sugiyono (2005:11) mendefinisikan penelitian eksplanatori sebagai penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan-kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Bentuk pengamatan yang akan dilaksanakan dalam penelitian ini adalah bentuk survey. Kerlinger (1973) dalam Sugiyono mengemukakan bahwa, penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya (FEB UB). Kemudian yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa FEB UB yang pernah menggunakan *mobile banking* atau mengetahui tentang *mobile banking*. Dalam penelitian ini peneliti tidak mengetahui data secara pasti mengenai mahasiswa FEB UB yang pernah menggunakan *mobile banking* atau mengetahui tentang *mobile banking*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling* yang mana teknik penentuan sampel dilakukan dengan pertimbangan tertentu.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada mahasiswa FEB UB yang berjumlah 110 responden selama kurang lebih 3 minggu dengan menyebarkan kuisoner secara langsung. Setelah dilakukan penghitungan jumlah kuisoner yang kembali sebanyak 101 buah dan kemudian terdapat 5 kuisoner yang tidak dapat digunakan karena bias. Dengan demikian

respon rate dalam penelitian ini adalah 91% dan kuisioner yang dapat diolah sebanyak 96 buah sebagai sampel dalam penelitian ini.

Teknik pengolahan data dengan menggunakan metode SEM berbasis *Partial Least Square* (PLS). *Software* PLS pada penelitian ini menggunakan *software* yang dikembangkan di *University of Hamburg* Jerman yang diberi nama *SmartLS*. Untuk penelitian ini digunakan *SmartPLS* versi 3.2.4 yang merupakan versi terbaru dari *SmartPLS*

4.1 Evaluasi Model

Berikut ini akan dipaparkan hasil dari model pengukuran pengukuran (*outer model*) yang dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

4.1.1 Validitas Konvergen

Penilaian dalam pengujian ini dapat dilihat dari nilai AVE yang lebih dari 0,5 dan faktor loading lebih dari 0,7. Pada penelitian ini nilai AVE pada setiap variabel atau konstruk telah melebihi 0,5 sehingga setiap variabel telah memenuhi validitas konvergen.

Goodness of Fit (GOF)

Nilai R-square menunjukkan bahwa 69,3% variabel Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Y) dipengaruhi oleh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Sikap Penggunaan, sedangkan sisanya 30,7% di pengaruhi oleh variabel lain di luar yang diteliti.

4.1.2 Validitas Diskriminan

Berdasarkan nilai *cross loading*, dapat diketahui bahwa semua indikator yang menyusun masing-masing variabel dalam penelitian ini (nilai yang dicetak tebal) telah memenuhi *discriminant validity* yaitu lebih besar dari 0,7 dan karena memiliki nilai *outer loading* terbesar untuk variabel yang dibentuknya dan tidak pada variabel yang lain. Dengan demikian semua indikator di tiap variabel dalam penelitian ini telah memenuhi *discriminant validity*.

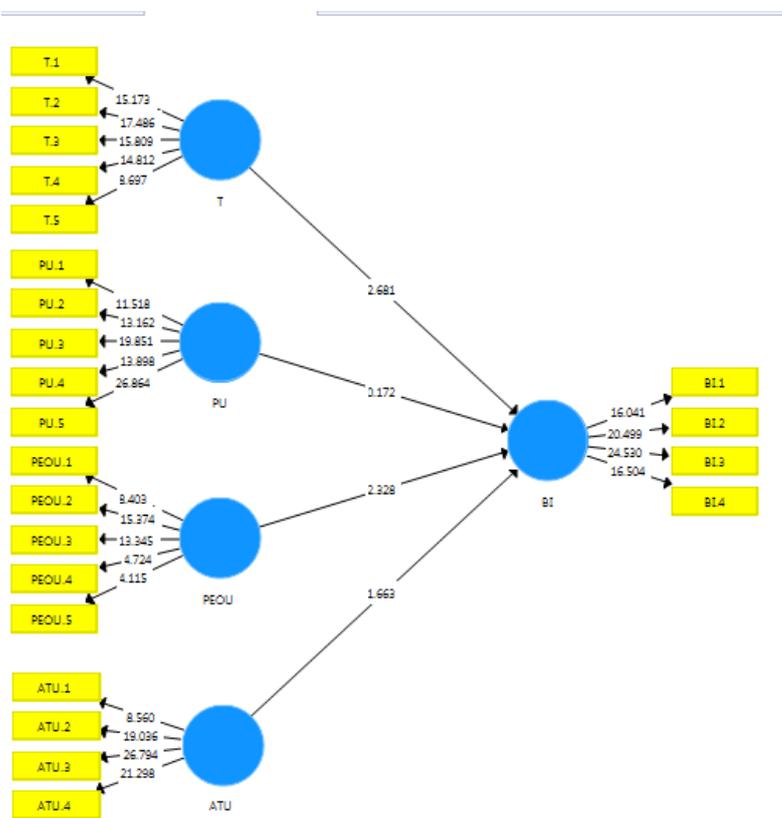
4.1.3 Reliabilitas

Konstruk yang dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach alpha* di atas 0.7 meskipun 0.6 masih dapat diterima. dalam penelitian ini setiap konstruk telah melebihi 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

4.2 Pengujian Model (*Inner Model*)

Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen uji-t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

Gambar 4.1
Model Struktural (Inner Model)



Sumber: Data Primer (diolah)

Nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Skor koefisien *path* atau *inner model* yang ditunjukkan oleh nilai *t-statistic*, harus di atas 1,96 untuk hipotesis dua ekor (*two-tailed*) untuk pengujian hipotesis pada *alpha* 5 persen.

Tabel 4.1
Total Effect

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
ATU -> BI	0.269	0.301	0.162	1.663	0.097
PEOU -> BI	0.316	0.299	0.136	2.328	0.020
PU -> BI	0.023	0.013	0.135	0.172	0.864
T -> BI	0.302	0.299	0.112	2.681	0.008

Sumber: Data Primer(Diolah)

Melihat hasil pada Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa hanya ada 2 konstruk yang menunjukkan signifikansi pada minat penggunaan yaitu persepsi kepercayaan (*trust*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy of usefulness*).

5. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat untuk menggunakan *mobile banking* untuk melakukan transaksi pembayaran SPP ditentukan oleh variabel kepercayaan (*trust*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy of usefulness*). Hasil ini mendukung model TAM. Dalam penelitian ini, kepercayaan memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan persepsi kemudahan penggunaan. Kepercayaan mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* dikarenakan mahasiswa telah sangat mempercayai pihak perbankan selaku penyedia layanan dengan melihat history dari bank yang mereka gunakan. Dengan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap sistem *mobile banking* dapat mengurangi tingkat ketidaknyamanan mereka untuk melakukan transaksi pembayaran *mobile banking* untuk melakukan transaksi pembayaran SPP. Dalam penelitian ini, peneliti tidak berhasil membuktikan bahwa minat penggunaan *mobile banking* ditentukan oleh persepsi kegunaan dan sikap penggunaan. Dalam hal ini mahasiswa FEB UB belum terlalu merasakan manfaat dalam menggunakan *mobile banking* untuk melakukan transaksi pembayaran SPP dikarenakan kenyamanan yang lebih tinggi untuk membayar langsung pada *teller* di bank sembari berkumpul bersama teman setelah libur semester.

5.2 Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini hanya menggunakan dua model keprilakuan psikologi sosial, yaitu TAM dan TRA dengan beberapa konstruk yang digunakan, antara lain kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap penggunaan pada minat untuk menggunakan *mobile banking*. Namun peneliti tidak menambahkan konstruk lain yang berpengaruh seperti persepsi risiko. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk mempertimbangkan kembali untuk memperluas model keprilakuan atas penerimaan teknologi. Pada penelitian ini, fokus peneliti hanya memfokuskan pada melakukan transaksi pembayaran SPP. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk mempertimbangkan fokus penelitian yang lain seperti transaksi jual-beli secara online. Penelitian ini menggunakan responden yang pernah menggunakan *mobile banking* atau mengetahui tentang *mobile banking*. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk mempertimbangkan penggunaan responden yang aktif menggunakan *mobile banking* sehingga faktor keinginan dan kenyamanan tidak melemahkan konstruk lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Vol. 50 No. 2, pp. 179-211.
- Al-Somali, Sabah Abdullah, Gholami, Roya, & Clegg, Ben. 2009. An investigation into the acceptance of online banking in Saudi Arabia. *Technovation*, 29(2), 130-141.
- Anggraini, Rosalina Yuri. 2012. Penerimaan Internet Banking: Technology Acceptance Model (TAM) yang Dimodifikasi. Skripsi. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Malang.
- Artha, U. 2011. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Inovasi Pribadi, dan Kesesuaian Terhadap Sikap Penggunaan ECommerce. Skripsi. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Malang.
- Chacha. 2010. "Mobile Banking", accessed on December 22, 2013 from chacha.blogspot.com
- Chan, S.-C., & Lu, M.-t. 2004. Understanding Internet banking Adoption and Use Behavior: A Hong Kong Perspective. *Journal of Global Information Management*, 12, 21-43.
- Chang, Y. T. 2003. Dynamics of Banking Technology Adoption: An Application to Internet Banking. Departement of Economics, Workshop Presentation. Coventry. UK: University of Warwick.
- Cheng, T. C. Edwin, Lam, David Y. C., & Yeung, Andy C. L. 2006. Adoption of internet banking: An empirical study in Hong Kong. *Decision Support Systems*, 42(2006), 1558-1572. doi: 10.1016/j.dss.2006.01.002.
- Davis, Fred D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3 (Sep., 1989), pp. 319-340. Published by: Management Information Systems Research Center, University of Minnesota.
- David, Kurniawan. 2013. Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan *Mobile Banking* dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* dan *Theory of Reasoned Action*. Skripsi. Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Hutabarat, R.M. 2010. "Mobile Banking Security Based WAP", accessed on December 22, 2013 from <http://anakkebo.wordpress.com/2010/03/23/mobile-banking-security-analysis-based-wap-ronald-m-hutabarat-113040275/>
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2002. *Metodologi Penelitian untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPF.
- Jogiyanto, H.M. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta : ANDI.
- Jogiyanto, H. M., Abdillah, Willy. 2009. *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPF.
- Jogiyanto, H. M. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman Pengalaman*. Edisi pertama. Yogyakarta: BPF.
- Kasmir, SE, MM. 2002. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Laudon, Kenneth C, and Jane P. Laudon. 2005. *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Lederer. A. L, Maupin. D. J, Sena. M. P, Zhuang. Y. L. 2000. The Technology Acceptance Model and World Wide Web. *Decision Support System* 29 (2000) 269-282.

- Maholtra, Naresh K. 2002. *Basic Marketing Research: Applications to Contemporary Issue*. New York: Prentice Hall.
- Mahendra, Thatit. 2013. Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Modified Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). Skripsi. Malang: Program Sarjana Universitas Brawijaya.
- Malhotra, Y. 1999. Extending the technology acceptance model to account for social influence: Theoretical bases and empirical validation, *Journal of Technology Acceptance Model*. 1 14
- Maharsi, S., & Mulyadi, Y. 2007. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9, 18-28.
- Mobile Banking. "Jumlah Pengguna e-Commerce", accessed on July 02, 2014 from <http://sharingvision.com/2014/03/peluang-emas-di-2014/>
- Pikkarainen, Tero et al. 2004. Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model. *Internet Research*, 14(3). 224 235
- Pratiwi, D.P. 2012. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Pengalaman terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Banking dengan Dimediasi Niat Penggunaan Mobile Banking Nasabah Bank BCA di Surabaya*.
- Ramadhani, R. 2008. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah terhadap Layanan Internet banking di Semarang: dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Skripsi. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Yogyakarta. Yogyakarta.
- Singarimbun, Masri, and Sofian Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiarto. 1992. *Tahap Awal dan Aplikasi Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. 2008. *Prosedur Penelitian*, Edisi Keenam. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sulistiyarini, Suci. 2013. Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). Skripsi. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Malang.
- Sunyoto, Danang. 2007. *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat*. Yogyakarta: Amara Nooks.
- Undang-Undang RI. 1998. *Perbankan*
- Wardiana, W. 2002. *Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia*, *Jurnal Teknologi Informasi*.
- Wibowo, A. 2007. Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur. Jakarta.
- Wibisono, G. 2008. "Aplikasi M-Banking (Kelemahan dan Kelebihan)", accessed on December 22, 2013 from <http://mitacani-cozyblog.blogspot.com/2008/09/aplikasi-m-banking-kelemahan-dan.html>
- Widyarini, L.A., Putro, A.Y.W.T. 2008. Analisis Hubungan Faktor-faktor Technology Acceptance, Trust dan Risk pada Niat Nasabah Bank untuk Menggunakan Internet Banking. The 2nd National Conference UKWMS. Surabaya 6 September.
- Wikipedia. 2013. "Teknologi Informasi", accessed on December 18, 2013 from http://id.wikipedia.org/wiki/Teknologi_informasi