



ANALISIS NIAT MENGGUNAKAN DIGITAL BANKING SEBAGAI LAYANAN KEUANGAN PRIBADI: TELAAH PADA WANITA TANGERANG

Thalitha Syalasya¹, Naurah Amirah Suben², dan Vevi Julvina³

Program Studi Manajemen, Fakultas Humaniora dan Bisnis, Universitas
Pembangunan Jaya

thalitha.syalasya@student.upj.ac.id

ABSTRAK

The use of digital bank services to manage personal finances is gaining popularity, including among women. The ease of access and flexibility offered attracts women to manage their finances independently. This study aims to understand women's intentions in using digital bank services to manage personal finances. By understanding the factors influencing women's intentions to use digital banking services, digital banks can devise more effective strategies to attract and retain female customers. For example, they can improve security features, improve the user interface to make it more intuitive, offer clear and tangible benefits, and leverage social networks to amplify positive influence. The results showed that these four factors had a positive influence on women's intentions in using digital bank services. This research contributes to the literature on financial technology adoption, particularly among women. This research is not only relevant for academics but also for practitioners in the digital finance industry who want to understand the dynamics of technology adoption among female users.

ARTIKEL INFO

Keywords:
Perceive Ease of Use, Perceived Risk, Perceived Usefulness, Trust, Convenience, Intention to Use, and Digital Banking.



I. Latar Belakang dan Tujuan

Bank berfungsi sebagai tempat penyimpanan uang. Seiring perkembangan zaman, bank terus berkembang dan menawarkan layanan yang lebih beragam, seperti giro, tabungan, kredit, dan investasi. Bank sentral pertama didirikan pada abad ke-17, dan bank mulai menggunakan teknologi baru seperti komputer dan ATM pada abad ke-20. Bank tradisional terus berinovasi seiring perubahan zaman, revolusi digital telah mengubah struktur industri secara signifikan, dan industri perbankan tidak luput dari dampak perubahan ini. Kemajuan teknologi digital memaksa sektor perbankan untuk beralih ke platform digital, menawarkan layanan yang lebih modern, efisien, dan inovatif yang dikenal sebagai perbankan digital. Ini mencakup internet banking dan mobile banking, memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan dan mengakses informasi rekening melalui aplikasi seluler atau platform online tanpa harus ke bank. Layanan ini sangat sesuai dengan gaya hidup modern yang cepat dan mobile.

Menurut data yang dikumpulkan oleh McKinsey, Konsumen Indonesia sangat terbuka terhadap perbankan digital. Penggunaan platform perbankan digital di Indonesia telah meningkat dua kali lipat dari negara berkembang Asia lainnya dalam tiga tahun terakhir. Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), transaksi digital banking di Indonesia mencapai Rp. 4.264,8 triliun hampir Rp. 4,3 kuadriliun sepanjang April 2023. Dengan dimulainya revolusi digital 4.0 di bidang industri, sektor teknologi informasi telah mengalami perubahan signifikan yang berdampak pada masyarakat secara keseluruhan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengumpulkan data mengenai adopsi dan niat wanita dalam menggunakan layanan bank digital untuk mengelola keuangan pribadi. Penelitian ini akan mencakup kepercayaan, kenyamanan, kemudahan serta kegunaan. Penelitian ini akan menjadi



dasar untuk mengembangkan strategi dan inovasi pelayanan yang lebih efektif dan menjamin kepuasan kepada nasabah perbankan.

II. Tinjauan Pustaka

2.1 *Perceive Ease of Use (Kemudahan Penggunaan)*

Perceive Ease of Use berkaitan dengan tingkat kesulitan yang dianggap seseorang perlu dihadapi saat menggunakan teknologi tertentu (Rauniar et al., 2014). Dalam konteks studi perilaku konsumen, ditemukan bahwa suksesnya e-commerce bergantung pada persepsi masyarakat tentang kemudahan dan manfaatnya. (Gao & Bai, 2014)
H1: Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Menggunakan Digital Banking.

2.2 *Perceived Risk (Risiko yang dirasakan)*

Perceived risk menghadirkan penilaian individu terhadap kemungkinan yang berhubungan dengan hasil positif maupun negatif dari suatu transaksi atau situasi (Kathryn dan Mary 2002) Penelitian Narko & Udayana (2017:40) juga mendefinisikan risiko yang dirasakan sebagai persepsi konsumen tentang ketidakpastian dan potensi dampak negatif yang terkait dengan menggunakan produk atau layanan.
H2: Ada pengaruh positif dan signifikan antara Risiko yang Dirasakan terhadap Niat Menggunakan Digital Banking.

2.3 *Perceived Usefulness (Kegunaan yang dirasakan)*

Kegunaan yang dirasakan adalah tentang bagaimana teknologi memberdayakan pelanggan untuk mencapai tujuan mereka. Kegunaan yang dirasakan dijelaskan oleh pelanggan sebagai besarnya keuntungan yang dirasakan pengguna saat memanfaatkan teknologi (Keni, 2020).

H3: Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kegunaan yang Dirasakan terhadap Niat Menggunakan Digital Banking.

2.4 *Trust (Kepercayaan)*

Menurut Mayer, Davis dan Shoorman (1995), kepercayaan dapat dipahami sebagai keinginan salah satu pihak untuk menjadi rentan terhadap tindakan pihak lain berdasarkan harapan tertentu tentang bagaimana pihak kedua tersebut akan bertindak dalam situasi tertentu.



H4: Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan Digital Banking.

2.5 Convenience (Kenyamanan)

Kenyamanan merupakan tingkatan akses terhadap sebuah layanan dengan mudah dan efisien yang sama atau lebih baik dari layanan lainnya. Menurut Ogboye, Akande, dan Kwarbai Suatu produk atau jasa dianggap nyaman ditunjukkan dengan adanya penghematan waktu transaksi, tenaga, dan sedikitnya kesalahan teknis. Dengan kata lain, jika seseorang bisa melakukan sesuatu dimana saja, mereka cenderung merasa lebih nyaman melakukannya dimana saja.

H5: Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kenyamanan terhadap Niat Menggunakan Digital Banking.

2.6 Intention to Use (Niat untuk Menggunakan)

Niat Menunjukkan kesediaan pelanggan untuk mencoba dan upaya masyarakat untuk menggunakan teknologi. Dalam penelitian ini, niat menggunakan merupakan ukuran kemungkinan persepsi nasabah akan menggunakan digital banking. Menurut Leri dan Theodoridis (2019), niat perilaku adalah keputusan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu di masa depan. Meskipun niat perilaku tidak selalu menyebabkan perilaku actual, niat yang lebih kuat meningkatkan kemungkinan seseorang melakukan perilaku tertentu.

H6: Ada pengaruh positif dan signifikan antara Niat terhadap Penggunaan Digital Banking.

2.7 Digital Banking (Perbankan Digital)

Perbankan digital adalah layanan keuangan yang memungkinkan Anda melakukan transaksi, pembayaran, dan mengelola keuangan secara online, tanpa perlu ke bank. Ini mencakup kegiatan seperti membayar tagihan, transfer uang, dan cek saldo - semuanya melalui internet. Perbankan digital banyak diakui sebagai sebuah inovasi yang memudahkan dan mempermudah proses pengelolaan keuangan (Selvam, S., & Chin, M., 2019).

H7: Perbankan digital berpengaruh positif terhadap kemudahan pengelolaan keuangan.

2.8 TAM (Model Penerimaan Teknologi)

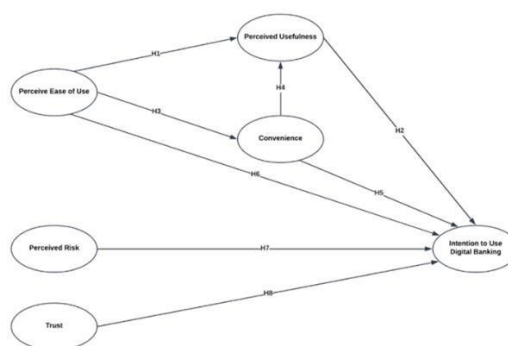
Model Penerimaan Teknologi (TAM) merupakan suatu konsep yang mencakup

pengetahuan, perilaku, dan perubahan yang terjadi ketika individu atau organisasi menerima teknologi baru (Agarwal, 2019). Model Penerimaan Teknologi (TAM) memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi dan penggunaan digital banking. Model ini menjelaskan bagaimana persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan dan kegunaan teknologi memengaruhi sikap dan perilaku mereka dalam menggunakan teknologi tersebut.

H8: Model Penerimaan Teknologi (TAM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi dan penggunaan digital banking.

III. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode focusing research yaitu penelitian yang fokus pada pengaruh sebuah variabel independen terhadap sebuah variabel dependen. Pendekatan kuantitatif adalah salah satu cara untuk mengumpulkan dan menganalisis data dalam penelitian. Penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk menumpuk data numerik untuk menyediakan informasi yang dapat diterima dan diingat. Metode ini membantu peneliti untuk mengumpulkan data, menyelesaikan masalah yang tidak disingkat, dan menyediakan informasi yang dapat dipercayai.



Data dan Objek

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner melalui Google Form. Kuesioner ini disebarluaskan kepada responden dengan kriteria yang spesifik yang mengacu pada wanita, tinggal di Tangerang Selatan, dan menggunakan digital banking. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 100 orang, yang diperkirakan cukup untuk menghasilkan data yang jelas dan relevan. Kuesioner ini berisi beberapa pertanyaan yang diperlukan untuk mengetahui perilaku, kepuasan, dan kebutuhan

layanan keuangan pribadi menggunakan digital banking. Data yang diperoleh dari kuesioner akan digunakan untuk menghasilkan analisis dan pengetahuan mengenai perilaku pengguna digital banking.

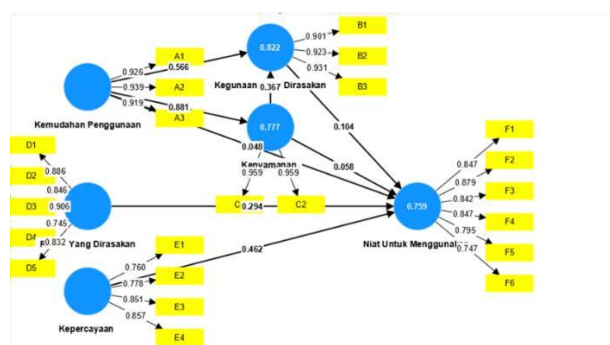
Teknik pengambilan sample menggunakan teknik nonprobability. Teknik pengambilan sampel nonprobability (non-probability sampling) teknik pengambilan sampel yang tidak acak dan tidak berdasarkan kesempatan, tetapi berdasarkan faktor-faktor lain, seperti pertimbangan, keahlian, atau keadaan (Groot, A. M., & Van der Maas, H. L., 2023). Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yang merupakan jenis nonprobability sampling. Teknik pengambilan sampel nonprobability digunakan karena penelitian mengambil sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, yang mengacu pada jenis kelamin, pekerjaan, akun bank yang dimiliki, dan bank digital yang diketahui.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti menganalisis menggunakan Smart PLS (Partial Least Squares) untuk menguji hubungan antar variabel. Analisis data Smart PLS menggunakan algoritma yang mengkombinasikan analisis faktor, analisis regresi, dan analisis struktur, yang memungkinkan pengguna untuk menghitung berbagai metode analisis data dalam satu langkah (Chin, W. W., & Newsted, S. M., 2019).

IV. Hasil dan Pembahasan

4.1. Model Pengukuran; Validitas dan Reabilitas



Untuk mengetahui akurasi model validitas dan reliabilitas, penulis menggunakan temuan silang-pemuatan, Average Variance Extracted (AVE), Cronbach Alpha (CA), dan Composite Reliability (CR). Menurut Hair et al. (2019), nilai Cross Loading harus lebih besar dari 0,5 dan idealnya lebih dari 0,7, Average Variance Extracted (AVE) harus lebih



dari 0,5, Composite Reliability (CR). harus lebih dari 0,6, dan Cronbach's Alpha (CA) harus lebih dari 0,7.

Outer Loadings

	Kegunaan Yang Dirasakan	Kemudahan Penggunaan	Kenyamanan	Kepercayaan	Niat Untuk Menggunakan	Risiko Yang Dirasakan
A1		0.926				
A2		0.939				
A3		0.919				
B1	0.901					
B2	0.903					
B3	0.921					
C1			0.909			
C2			0.909			
D1						0.886
D2						0.846
D3						0.906
D4						0.745
D5						0.832
E1				0.769		
E2				0.778		
E3				0.851		
E4				0.857		
F1					0.847	
F2					0.879	
F3					0.842	
F4					0.847	
F5					0.795	
F6					0.747	

Nilai pada tabel outer loading diatas menyatakan bahwa semua indikator sudah > 0,7. Maka berdasarkan validitas dan reliabilitas dapat diterima dan memenuhi syarat sehingga semua indikator dinyatakan valid.

Construct Reability and Validity

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Kegunaan Yang Dirasakan	0.907	0.908	0.942	0.843
Kemudahan Penggunaan	0.919	0.920	0.949	0.861
Kenyamanan	0.913	0.913	0.958	0.920
Kepercayaan	0.829	0.843	0.886	0.660
Niat Untuk Menggunakan	0.907	0.909	0.928	0.685
Risiko Yang Dirasakan	0.899	0.910	0.925	0.714

Menurut ouput diatas semua indicator valid konvergen dalam membentuk masing-masing variabel. Karena nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk seluruh variabel lebih besar dari 0,5. Selain itu, nilai Reliabilitas Composite (rho_c) dan Cronbach's Alpha diperoleh masing-masing dengan nilai lebih dari 0,6. Semua variabel yang digunakan dalam penelitian mempengaruhi validitas dan reliabilitas pengukuran variabel.

Discriminant Validity - Cross Loadings

	Kegunaan Yang Dirasakan	Kemudahan Penggunaan	Kenyamanan	Kepercayaan	Niat Untuk Menggunakan	Risiko Yang Dirasakan
A1	0.921	0.926	0.816	0.544	0.699	0.576
A2	0.926	0.939	0.822	0.601	0.664	0.703
A3	0.929	0.919	0.916	0.576	0.595	0.557
B1	0.961	0.882	0.796	0.521	0.684	0.602
B2	0.923	0.762	0.774	0.602	0.639	0.633
B3	0.931	0.805	0.815	0.640	0.665	0.640
C1	0.829	0.843	0.909	0.646	0.671	0.644
C2	0.832	0.847	0.909	0.592	0.653	0.676
D1	0.624	0.632	0.661	0.655	0.701	0.886
D2	0.688	0.714	0.742	0.732	0.745	0.845
D3	0.530	0.506	0.553	0.662	0.690	0.906
D4	0.448	0.360	0.345	0.534	0.494	0.745
D5	0.553	0.522	0.540	0.686	0.695	0.832
E1	0.581	0.595	0.629	0.760	0.597	0.594
E2	0.534	0.513	0.517	0.778	0.565	0.484
E3	0.499	0.458	0.488	0.851	0.745	0.698
E4	0.491	0.474	0.492	0.857	0.746	0.728
F1	0.463	0.437	0.457	0.774	0.847	0.640
F2	0.464	0.466	0.462	0.685	0.879	0.632
F3	0.510	0.524	0.483	0.672	0.842	0.707
F4	0.781	0.699	0.710	0.693	0.847	0.771
F5	0.563	0.514	0.544	0.647	0.795	0.581
F6	0.739	0.674	0.756	0.614	0.747	0.603

Cross loading merupakan ukuran lain dari validitas diskriminan. Nilai yang diharapkan bahwa setiap indikator memiliki loading lebih tinggi untuk konstruk yang diukur dibanding dengan nilai loading ke konstruk yang lain. Nilai output yang sudah diuji menunjukkan



bahwa variabel A, B, C, D, E dan F telah memenuhi syarat validitas diskriminan kecuali variabel F6.

R-Square

	R-square	R-square adjusted
Kegunaan Yang Dirasakan	0.822	0.818
Kenyamanan	0.777	0.775
Niat Untuk Menggunakan	0.759	0.747

Nilai R square (R^2) menunjukkan seberapa besar variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik model dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Berdasarkan nilai Output diatas, variabel "Kegunaan Yang Dirasakan" memiliki nilai R^2 tertinggi yaitu 0,822, yang berarti 82,2% variasi dalam variabel tersebut dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model.

Q Square

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,822) (1 - 0,777) (1 - 0,759)$$

$$Q \text{ Square} = 0,94551$$

GoF

	AVE	R^2
Kegunaan Yang Dirasakan	0,843	0,822
Kemudahan Penggunaan	0,861	
Kenyamanan	0,920	0,777
Kepercayaan	0,660	
Niat Untuk Menggunakan	0,685	0,759
Risiko Yang Dirasakan	0,714	

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

$$GoF = \sqrt{0,7805 \times 0,786}$$

$$Gof = 0,78324$$

F-Square

	Kegunaan Yang Dirasakan	Kemudahan Penggunaan	Kenyamanan	Kepercayaan	Niat Untuk Menggunakan	Risiko Yang Dirasakan
Kegunaan Yang Dirasakan						0.008
Kemudahan Penggunaan	0.401		3.481			0.002
Kenyamanan	0.169					0.003
Kepercayaan						0.325
Niat Untuk Menggunakan						
Risiko Yang Dirasakan						0.117

Dari nilai output terlihat bahwa variabel "Kemudahan Penggunaan" memiliki pengaruh besar terhadap "Kegunaan Yang Dirasakan" dengan nilai F square 0,401. Sedangkan



pengaruh "Kemudahan Penggunaan" terhadap "Niat Untuk Menggunakan" tergolong kecil dengan nilai F square 0,002.

Path Coefficients

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kegunaan Yang Dirasakan -> Niat Untuk Menggunakan	0.104	0.100	0.123	0.843	0.400
Kemudahan Penggunaan -> Kegunaan Yang Dirasakan	0.566	0.566	0.118	4.806	0.000
Kemudahan Penggunaan -> Kenyamanan	0.881	0.878	0.035	25.267	0.000
Kemudahan Penggunaan -> Niat Untuk Menggunakan	0.048	0.046	0.106	0.452	0.652
Kenyamanan -> Kegunaan Yang Dirasakan	0.367	0.365	0.114	3.213	0.001
Kenyamanan -> Niat Untuk Menggunakan	0.058	0.053	0.109	0.533	0.594
Kepercayaan -> Niat Untuk Menggunakan	0.462	0.463	0.117	3.935	0.000
Risiko Yang Dirasakan -> Niat Untuk Menggunakan	0.294	0.307	0.116	2.528	0.011

Nilai Output ini memiliki beberapa hubungan signifikan, termasuk pengaruh positif kemudahan penggunaan terhadap kegunaan yang dirasakan (koefisien: 0.566, p value: 0.000) dan kenyamanan (koefisien: 0.881, p value: 0.000), serta pengaruh positif kepercayaan terhadap niat untuk menggunakan (koefisien: 0.462, p value: 0.000). Risiko yang dirasakan juga memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap niat untuk menggunakan (koefisien: 0.294, p value: 0.011). Namun, beberapa hubungan tidak signifikan, seperti kegunaan yang dirasakan terhadap niat untuk menggunakan (koefisien: 0.104, p value: 0.400), kemudahan penggunaan terhadap niat untuk menggunakan (koefisien: 0.048, p value: 0.652), dan kenyamanan terhadap niat untuk menggunakan (koefisien: 0.058, p value: 0.594).

Specific Indirect Effects

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kenyamanan -> Kegunaan Yang Dirasakan -> Niat Untuk Menggunakan	0.038	0.039	0.050	0.768	0.443
Kemudahan Penggunaan -> Kenyamanan -> Niat Untuk Menggunakan	0.051	0.046	0.096	0.531	0.595
Kemudahan Penggunaan -> Kegunaan Yang Dirasakan -> Niat Untuk Menggunakan	0.059	0.054	0.072	0.818	0.413
Kemudahan Penggunaan -> Kenyamanan -> Kegunaan Yang Dirasakan	0.324	0.321	0.103	3.127	0.002
Kemudahan Penggunaan -> Kenyamanan -> Kegunaan Yang Dirasakan -> Niat Untuk Menggunakan	0.034	0.034	0.044	0.763	0.445

Dari nilai output di atas, hanya satu jalur yang menunjukkan Specific Indirect Effects yang signifikan secara statistik, yaitu jalur "Kemudahan Penggunaan -> Kenyamanan -> Kegunaan Yang Dirasakan" (koefisien: 0.324, p value: 0.002) Specific Indirect Effects tidak signifikan.

V. Kesimpulan dan Rekomendasi

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti berbagai faktor yang mempengaruhi niat wanita di Tangerang Selatan dalam memanfaatkan layanan perbankan digital sebagai sarana keuangan pribadi mereka. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode penelitian yang terfokus, data dikumpulkan melalui kuesioner online dari 100 responden wanita yang sudah menggunakan layanan perbankan digital. Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak Smart PLS. Hasil analisis menunjukkan bahwa kemudahan



penggunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap persepsi kegunaan dan kenyamanan layanan tersebut. Selain itu, kepercayaan juga ditemukan memiliki pengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan layanan perbankan digital. Di sisi lain, risiko yang dirasakan berdampak negatif terhadap niat penggunaan layanan ini. Dari beberapa jalur pengaruh yang diteliti, hanya satu yang menunjukkan efek tidak langsung yang signifikan secara statistik, yaitu kemudahan penggunaan dengan kegunaan yang dirasakan melalui kenyamanan. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana wanita di Tangerang Selatan menggunakan layanan perbankan digital. Melalui analisis kuantitatif dan metode penelitian terfokus, penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong dan menghambat niat wanita untuk menggunakan layanan perbankan digital.

VI. Daftar Pustaka

- Selvam, S., & Chin, M. (2019). Digital banking: A review. *Journal of Risk and Financial Management*, Vol.12, No 1, 1-14.
- Sugeng, S. (2024). Perbankan Digital: Pengembangan dan Penggunaan. *Journal of Banking and Finance*, Vol.10, No 2, 10-20.
- Purwanto, A., & Budiman, A. (2020). The influence of perceived usefulness, perceived ease of use, and attitude toward using e-learning on students' intention to use e-learning. *International Journal of Advanced Science and Technology*, Vol. 29, No 10, 1183-1190.
- Agarwal, R. (2019). Model Penerimaan Teknologi (TPM) dalam Digital Banking: Pendekatan Teknologi Aksepsi Model (TAM). *International Journal of Business and Management Research*, Vol 19, No1, 25-35. doi: 10.18533/ijbmr.v19i1.1468
- Groot, A. M., & Van der Maas, H. L. (2023). Nonprobability sampling in psychological research: A review of the literature. *Psychological Methods*, Vol.28, No 1, 1-14.
- Chin, W. W., & Newsted, S. M. (2019). *Smart PLS: A comprehensive guide to partial least squares structural equation modeling*. Routledge.
- Sutrisno, M. (2023). Layanan digital banking: Strategi dan inovasi pelayanan di dunia perbankan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 26, No 1, 1-10.