

Analisis faktor yang mempengaruhi intensi menggunakan perbankan digital pada masyarakat muslim di Indonesia = Analysis of factors affecting intention to use digital banking in muslim communities in Indonesia

Mohamad Iqbal Muzhaffar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20520715&lokasi=lokal>

Abstrak

Disrupsi teknologi yang semakin pesat berdampak pada kehidupan sehari-hari melalui transformasi dan digitalisasi setiap lini industri, tak terkecuali industri perbankan. Potensi untuk lebih meningkatkan industri ini telah didukung baik dalam persiapan sistem teknologi maupun sumber daya manusianya. Masyarakat Indonesia sudah tidak asing dengan adanya layanan berbasis digital yang menjadi alat untuk mendukung mereka, lebih dari 50% masyarakat Indonesia adalah pengguna smartphone. Penelitian ini lebih spesifik meneliti masyarakat muslim di wilayah Jabodetabek, karena adanya potensi besar bagi perbankan digital untuk bisa lebih fokus menasar pasar masyarakat muslim. Perlu halnya untuk memaksimalkan potensi yang telah ada, dengan saling memahami karakteristik dan kebutuhan antara pengguna layanan dan pemberi layanan, yang dalam hal ini adalah masyarakat dan Intitusi Perbankan. Sehingga penelitian ini lebih fokus membahas faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan layanan perbankan digital. Kerangka konseptual dikembangkan melalui tinjauan literatur terdahulu, dengan menggunakan model Technology Acceptance Model (TAM) yang diperluas. Data dikumpulkan dari 242 responden muslim yang berdomisili di wilayah Jabodetabek, dan telah memiliki akun pada aplikasi perbankan digital. Analisis yang digunakan dengan pendekatan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan kenyamanan penggunaan adalah faktor yang paling berpengaruh positif pada niat untuk menggunakan perbankan digital. Namun, persepsi resiko, kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, tidak menunjukkan hubungan yang positif melalui mediasi sikap. Kemudian sikap dan tingkat ketakwaan menunjukkan signifikansi negatif terhadap niat untuk menggunakan perbankan digital. Studi ini juga dilakukan dengan metode wawancara sebagai bahan lanjutan penelitian terhadap variabel religiusitas, yang menunjukkan bahwa adanya minat responden memiliki keinginan untuk menggunakan perbankan digital syariah. Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada perusahaan perbankan atau Intitusi terkait yang terlibat dalam proses pengembangan layanan perbankan digital di Indonesia, khususnya untuk mengetahui determinan yang mempengaruhi niat menggunakan perbankan digital. Penelitian ini memiliki keterbatasan yang masih dapat diteliti lebih lanjut dalam penelitian selanjutnya.

.....Rapid technological disruption has an impact on everyday life through the transformation and digitization of every line of industry, including the banking industry. The potential to further improve this industry has been supported both in the preparation of the technology system and in its human resources. Indonesian people are familiar with digital-based services that are a tool to support them, more than 50% of Indonesians are smartphone users. This research is more specific in examining the Muslim community in the Jabodetabek area, because there is great potential for digital banking to be able to focus more on targeting the Muslim community market. It is necessary to maximize the existing potential, by understanding the characteristics and needs of service users and service providers, which in this case are the community and banking institutions. So this study focuses more on discussing the factors that influence the intention to use

digital banking services. The conceptual framework was developed through a review of the previous literature, using an extended Technology Acceptance Model (TAM). Data was collected from 242 Muslim respondents who live in the Greater Jakarta area, and already have an account on a digital banking application. The analysis used is the SEM-PLS approach. The results showed that perceived usefulness and convenience of use were the most positive factors on the intention to use digital banking. However, perceived risk, trust, perceived ease of use, did not show a positive relationship through attitude mediation. Then the attitude and level of religiosity showed a negative significance to the intention to use digital banking. This study was also conducted using the interview method as a follow-up material for research on the religiosity variable, which shows that there is an interest in respondents who have a desire to use Islamic digital banking. This research can provide insight to banking companies or related institutions involved in the process of developing digital banking services in Indonesia, in particular to determine the determinants that affect the intention to use digital banking. This study has limitations that can still be investigated further in future research.