



**ANALISIS ADOPSI PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* MENGGUNAKAN
MODEL UTAUT MODIFIKASI DENGAN BUDAYA SEBAGAI MODERATOR
DI KALIMANTAN TIMUR**

Gina Ayyudia Khairani ¹⁾, Refi Rifaldi Windya Giri ²⁾
Universitas Telkom

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Dikirim : 28 Juni 2020
Revisi pertama : 03 Juli 2020
Diterima : 09 Juli 2020
Tersedia online : 04 Agustus 2020

Kata Kunci: Mobile Banking, Model UTAUT Modifikasi, Dimensi Budaya Hofstede, SEM-PLS, Warp PLS 6.0

*Email : ginaayyu68@gmail.com ¹⁾,
rifaldi@telkomuniversity.ac.id ²⁾*

Perkembangan pesat teknologi saat ini berdampak pada seluruh aspek kehidupan, salah satunya pada sektor perbankan. Riset DBS Bank di Indonesia menunjukkan 41% frekuensi transaksi perbankan tahun 2018 adalah transaksi mobile banking. Kalimantan Timur sendiri sebagai salah satu provinsi dengan pendapatan perkapita dan pengeluaran konsumsi yang tinggi, penggunaan internet masih rendah, berdasarkan riset APJII 2018 tercatat berada di posisi kedua terendah dalam penggunaan internet.

Penelitian ini menggunakan model UTAUT modifikasi budaya berdasarkan teori culture dimension Hofstede menggunakan metode quota sampling dengan jumlah 300 responden non-pengguna mobile banking. Teknik analisis data menggunakan SEM-PLS (Partial Least Square) dengan software WarpPLS 6.0

Hasil penelitian menyebutkan bahwa faktor-faktor yang paling mempengaruhi minat nasabah di provinsi Kalimantan Timur dalam mengadopsi layanan mobile banking secara berurutan adalah Effort expectancy, Performance expectancy, dan Social influence. Behavioral Intention berpengaruh positif dan signifikan terhadap Usage Behavior. Variabel moderator budaya Individualism/Collectivism (IDV) memperkuat hubungan Behavioral Intention (BI) dan Usage Behavior (UB).

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan pesat teknologi dalam berbagai bidang saat ini berdampak ke hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat. Teknologi yang semakin canggih membuat masyarakat memasuki era digital. Salah satu teknologi yang berkembang saat ini yaitu perangkat mobile yang memungkinkan masyarakat untuk menggunakan teknologi dengan bebas dan mudah. Perkembangan inovasi pada bidang teknologi salah satunya dibidang perbankan. Bank mulai menggunakan berbagai macam teknologi dalam bisnis nya untuk menyediakan kualitas layanan yang lebih baik kepada nasabahnya. Salah satu teknologi dalam bisnis perbankan yakni mobile banking.

INDEF (Institute for Development Economy and Finance) mengutip riset DBS Bank yang menunjukkan sebanyak 41% frekuensi transaksi perbankan nasabah pada 2018 adalah transaksi mobile banking. Dimana persentase tersebut meningkat signifikan dibandingkan 2010 di mana hanya 6% dari frekuensi transaksi perbankan merupakan transaksi mobile banking. Frekuensi transaksi perbankan yang menggunakan ATM (Automated Teller Machine) pada 2018 sebesar 37%, sedikit menurun dibandingkan 2017 sebesar 38%. Namun jika dibandingkan dengan 2010 di mana 62% frekuensi transaksi perbankan adalah transaksi dengan menggunakan ATM, angka ini menunjukkan penurunan 40,32%. Transaksi perbankan dengan menggunakan *Electronic Banking (E-Banking)* di Indonesia baik secara frekuensi maupun volume terus mengalami peningkatan. Untuk tahun 2014 saja volume *E-Banking* sudah mencapai Rp 6.447 triliun atau naik 17,32 persen dibanding tahun sebelumnya.

Menurut perhitungan BPS pada tahun 2010, Kalimantan Timur sendiri tercatat sebagai provinsi yang memiliki tingkat Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) tertinggi diantara provinsi lain di Indonesia dan 2019 berada di posisi ke 7, dalam kurun 9 tahun terakhir, Kalimantan Timur selalu berada di posisi sepuluh teratas sebagai provinsi dengan PDRB tertinggi di Indonesia dan berada di posisi kedua sebagai provinsi dengan rata-rata pendapatan bersih sebulan pekerja berusaha sendiri pada kelompok umur 25-54 tahun (2017) dengan pendapatan rata-rata sebesar Rp2.876.500 per bulan (BPS, 2019). Sejalan dengan pendapatan, Kalimantan Timur berada diposisi ketiga sebagai provinsi dengan Pengeluaran perkapita tertinggi dengan rata-rata pengeluaran perkapita perbulan mencapai Rp1.632.234,. (BPS, 2018). Hal tersebut menggambarkan perekonomian Provinsi Kalimantan Timur yang baik.

Dilihat dari sisi budaya, menurut Hofstede (2010) berdasarkan survei terhadap masyarakat di Indonesia. Indonesia memiliki tingkat budaya *individualism* yang rendah dibandingkan 4 tingkat budaya lainnya berdasarkan teori Hofstede, hal ini menggambarkan tingkat kolektivitas di Indonesia yang tinggi, adanya preferensi tinggi dalam lingkup sosial dimana individu diharapkan untuk menyesuaikan diri dengan cita-cita masyarakat dan kelompok-kelompok di mana mereka berada, khususnya di daerah dengan tingkat kepadatan penduduk yang rendah. Kalimantan Timur sendiri termasuk pada wilayah dengan tingkat penduduk rendah dengan jumlah penduduk 1,4% dari jumlah keseluruhan penduduk di Indonesia (BPS, 2018), menandakan

tingkat kolektivitas di Kalimantan Timur tinggi, hal tersebut pun dapat mempengaruhi bagaimana masyarakat mengadopsi suatu teknologi.

Maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor apa saja yang mendorong nasabah untuk mengadopsi penggunaan *mobile banking* di Kalimantan Timur. Dalam penelitian ini, penulis pun menggunakan salah satu model yang pada umumnya digunakan untuk mengetahui karakteristik perilaku terhadap adopsi suatu teknologi baru yaitu model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dengan modifikasi budaya Hofstede (2010), dimana dimensi budaya *power distance*, *collectivism/individualism*, *masculinity/femininity*, *uncertainty avoidance*, dan *long term orientation/short* sebagai variabel moderasi pada penelitian ini. Kemudian penelitian ini pun meneliti perilaku non-pengguna *mobile banking* pada nasabah di 4 bank ternama di Indonesia berdasarkan total asset tertinggi 4 tahun terakhir dari tahun 2016-2019, diantaranya BRI, Bank Mandiri, BCA, dan BNI.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi perilaku penggunaan online dalam mengadopsi *mobile banking* pada masyarakat di Kalimantan Timur.
2. Faktor apa saja yang paling berpengaruh terhadap perilaku penggunaan online dalam mengadopsi *mobile banking* pada masyarakat di Kalimantan Timur.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang bisa mempengaruhi perilaku penggunaan online dalam mengadopsi *mobile banking* pada masyarakat di Kalimantan Timur.
2. Mengidentifikasi factor-faktor yang paling berpengaruh terhadap perilaku penggunaan online dalam mengadopsi *mobile banking* pada masyarakat di Kalimantan Timur.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rmanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan. Kegunaan penelitian ini diantaranya:

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ekonomi dan pengembangan ilmu manajemen bisnis khususnya di bidang perekonomian digital dan sebagai referensi atau bahan acuan penelitian di masa yang akan datang khususnya penelitian yang berkaitan dengan niat perilaku nasabah dalam mengadopsi suatu teknologi secara umum ataupun mengadopsi *mobile banking*.

2. Aspek Praktis

- a. Penelitian ini sebagai referensi untuk perbankan di Indonesia untuk menemukan alasan apa yang mendorong konsumen mereka untuk menggunakan teknologi *mobile banking*

- b. Sebagai masukan bagi perusahaan perbankan untuk meningkatkan layanan dan mengembangkan penggunaan layanan *mobile banking* sesuai dengan kebutuhan konsumen

KAJIAN PUSTAKA

Mobile Banking

Menurut Kurniawati et al. (2017), *mobile banking* merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, *transfer*, *history* dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu.

UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)

Pada penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penerimaan teknologi, UTAUT mampu menjelaskan sekitar 70% dalam mengukur niat perilaku dalam penggunaan teknologi dan 50% dari variasi pengguna teknologi. Model UTAUT menggunakan empat faktor penentu utama penggunaan dan niat (*performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions*) (Taiwo & G. Downe, 2013).

Unified Theory of Adoption and Use of Technology (UTAUT) Modifikasi

Pada penelitian ini menggunakan UTAUT yang dimodifikasi faktor budaya oleh Hofstede cultural dimension (*individualism / collectivism, uncertainty avoidance, long / short term orientation, masculinity / femininity and power distance*) sebagai variabel moderator yang memoderasi antara behavioral intention dengan usage behavior.

Budaya (Culture)

Hofstede mengidentifikasi 5 karakteristik model yang mengukur suatu budaya dalam masyarakat:

1. *Individualism / Collectivism Individualisme*

Individualism / collectivism didefinisikan sebagai sejauh mana masyarakat memperkuat prestasi individu atau kolektifitas dari individu itu sendiri. Masyarakat yang menjaga hubungan dekat antara individu dan bertanggung jawab untuk sesama anggota kelompok dapat dikatakan memiliki tingkat individualism yang tinggi, begitu pula sebaliknya.

2. *Power distance*

Power Distance (PD) adalah berfokus pada tingkat kesetaraan atau ketidaksetaraan antara individu-individu dalam masyarakat disuatu negara. Dalam budaya power distance, setiap orang memiliki hierarki sosial masing-masing.

3. *Uncertainty Avoidance*

Sejauh mana orang merasa terancam oleh ketidak-pastian dan ambiguitas dan mencoba untuk menghindari situasi tersebut.

4. *Masculinity / Feminity*

Sejauh mana mengukur tingkat maskuli sejumlah berdasarkan atribut, perilaku, dan peran dari nilai-nilai seperti ketegasan, kinerja, keberhasilan, dan persaingan.

5. *Long Term Orientation*

Situasi dimana individu berorientasi kepada masa depan dan melihat peluang di masa depan tersebut dengan memperhitungkan tingkat keberhasilan individu tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Berdasarkan metode penelitian ini berjenis Kuantitatif. Berdasarkan Tujuannya berjenis Kausal. Berdasarkan Keterlibatan Peneliti, peneliti tidak mengintervensi data. Berdasarkan Unit Analisis, penelitian ini menganalisis Individu. Berdasarkan Waktu Pelaksanaannya, penelitian ini berjenis Cross Section.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat atau objek pada penelitian ini adalah nasabah non pengguna *mobile banking* di Kalimantan Timur dengan waktu penelitian dilakukan dalam jangka waktu enam bulan, yakni dari Oktober 2019 hingga Maret 2020.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank non pengguna *mobile banking* yang berada di Kalimantan Timur. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Hair et al., (2010:102) yaitu lima kali dari jumlah variabel yang akan dianalisis, dan ukuran sampel yang lebih dapat diterima yaitu memiliki perbandingan 10:1. Pengambilan minimum sampel pada penelitian ini adalah 5x60 (jumlah pertanyaan yang digunakan untuk responden) = 300 sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data bisa dilakukan melalui kuesioner, interview, observasi, ataupun gabungan dari ketiga teknik tersebut (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan kuesioner, data primer didapatkan dengan menyebarkan kuisisioner melalui Google Docs. Data sekunder penelitian ini didapatkan dari situs internet, buku, dan jurnal-jurnal terdahulu.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan analisis faktor. Secara spesifik, penelitian ini menggunakan model PLS-SEM (Partial Least Squares Structural Equation Modelling) dengan analisis tahapan pada PLS-SEM menggunakan software komputer WarpPLS dengan pengukuran model Outer Model & Inner Model. Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Indicator Reliability

Loading Factor untuk tiap indikator variabel pada penelitian ini telah memenuhi syarat. Untuk tahap pengembangan konstruk dan skala pengukuran atau pengembangan instrumen penelitian, nilai faktor loading 0,4 dianggap cukup (Ghozali & Latan, 2017:89).

Internal Consistency Reliability

Berdasarkan hasil data penelitian ini, Composite Reliability dalam konstruk (*Rule of thumb*) penelitian ini lebih besar dari 0,7 sehingga konstruk penilaian ini bisa dikatakan reliabel, untuk menilai reliabilitas konstruk harus memiliki Composite Reliability lebih besar dari 0,7 (Ghozali & Latan, 2017:89).

Convergent Validity

Berdasarkan hasil pengolahan data bisa dilihat bahwa setiap indikator mempunyai nilai AVE (Average Variance Extracted) diatas nilai Rule of thumb yaitu 0.5. nilai AVE direkomendasikan harus lebih besar dari 0.50 mempunyai arti bahwa 50% atau lebih variance dari indikator dapat dijelaskan (Ghozali & Latan. 2016:88).

Discriminant Validity

Hasil pengolahan data dengan menggunakan WarpPLS 6.0 untuk melihat perbandingan nilai AVE dan Sq. Rts. AVE. Tabel menunjukkan nilai AVE dan Sq. Rts. AVE yang telah diolah dengan Warp PLS pada bagian perhitungan lebih besar dari 0.5 dan lebih tinggi dari semua nilai AVE. Dapat dikatakan seluruh indikator dalam penelitian ini valid.

Pengujian Hipotesis

Dengan menguji hipotesis menggunakan WarpPLS 6.0 dapat dilihat dari angka path coefficient dan nilai p-value tersebut. Path coefficient menunjukkan bahwa hubungan positif atau negatif antar variabel sedangkan p-value menandakan taraf signifikannya. Nilai signifikansi yang digunakan yaitu two-tailed, dengan nilai p-value 0.10 (significance level = 10%), 0.05 (significance level = 5%, dan 0.01 (significance level = 1%). (Ghozali & Latan, 2017:256).

Pembahasan

Berdasarkan hasil data yang telah diolah, hasil penelitian yang diperoleh yakni pengalaman sebelumnya (*Prior Experience*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan menggunakan internet (*Internet Skill*) dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.881 dan *p-value* <0.001, yang berarti semakin banyak pengalaman yang dimiliki oleh responden dalam menggunakan internet melalui media seperti komputer, laptop, *smartphone*, ataupun perangkat lainnya maka akan semakin meningkat pula kemampuan responden dalam menggunakan internet. Menurut Van Daursen dan Van Dijk (2010) *Prior Experience* dalam penelitian ini menjadi variabel

anteseden dan internet skill dianggap sebagai *self efficacy* dalam menggunakan teknologi.

Selanjutnya pengalaman penggunaan sebelumnya (*prior experience*) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas aplikasi (*application quality*) dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.504 dan *p-value* <0.001, hasil ini menjelaskan bahwa dengan semakin banyaknya pengalaman responden dalam menggunakan internet, maka akan tinggi pula harapan responden terhadap kualitas suatu aplikasi pada layanan *mobile banking*. Pernyataan ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Giri & Pratama (2016) bahwa salah satu faktor penting dalam meningkatkan responden untuk mendapatkan pengalaman secara online adalah dengan cara berhubungan secara langsung dengan web/aplikasi itu sendiri atau dapat juga disebut *application quality*.

Kemampuan dalam menggunakan internet (*Internet Skill*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (*Trust*) dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.41 dan *p-value* <0.001. Sehingga hasil dari penelitian ini mampu menjelaskan bahwa semakin tinggi kemampuan responden dalam menggunakan internet maka akan mempengaruhi tingkat kepercayaan responden untuk mengadopsi *mobile banking*. Ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Giri & Saad (2015), dan Giri & Pratama (2016).

Kualitas aplikasi (*application quality*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harapan kinerja (*performance expectancy*) dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.622 dan *p-value* <0.001, hasil ini menjelaskan semakin besar kualitas aplikasi yang dirasakan oleh responden akan menentukan seberapa besar harapan yang diharapkan dari manfaat yang akan dirasakan responden ketika mengadopsi layanan *mobile banking*. Pernyataan ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Giri & Saad (2015), Giri & Pratama (2016) dan Giri & Rifaldhi (2017).

Hasil penelitian ini juga menunjukkan kualitas aplikasi (*application quality*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harapan usaha (*effort expectancy*) dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.567 dan *p-value* <0.001, sehingga hasil ini menjelaskan bahwa dengan semakin baiknya kualitas suatu aplikasi, maka akan memudahkan responden dalam mengadopsi layanan *mobile banking*. Pernyataan ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Giri & Pratama (2016), Giri & Saad (2015) dan Qeisi & Al-Abdallah (2014).

Pengalaman penggunaan sebelumnya (*prior experience*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harapan usaha (*effort expectancy*) dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.277 dan *p-value* <0.001, hasil ini menunjukkan bahwa dengan semakin banyaknya pengalaman responden, maka semakin tinggi harapan responden untuk mendapatkan manfaat kemudahan ketika akan menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Giri & Pratama (2016).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman sebelumnya (*Prior Experience*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengaruh sosial (*Social Influence*) dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.267 dan *p-value* <0.001 yang dapat diartikan bahwa semakin banyak pengalaman yang dimiliki responden dalam menggunakan internet maka semakin tinggi kesadaran responden tentang adanya peran orang lain (keluarga, teman, sahabat, pihak bank, dll) yang mampu memberikan

pengaruh kepada responden dalam mengadopsi layanan *mobile banking*. Ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Giri & Pratama (2016).

Dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.133 dan *p-value* <0.001 menunjukkan bahwa kemampuan internet (*Internet Skill*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harapan kinerja (*Performance Expectancy*). Hasil ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kemampuan responden menggunakan internet maka semakin tinggi manfaat yang akan diperoleh sesuai dengan kinerja yang diharapkan pada layanan *mobile banking*. Ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Giri & Pratama (2016).

Hasil penelitian selanjutnya, harapan usaha (*Effort Expectancy*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) dengan *path coefficient* sebesar 0.435 dan *p-value* <0.001. Sehingga penelitian ini mampu menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan yang diharapkan responden maka semakin tinggi niat responden untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Ini berarti bahwa nasabah di Kalimantan Timur cenderung memperhatikan tentang tingkat kesederhanaan (*Simplicity*) atau kesulitan (*Difficulty*) dalam menggunakan *mobile banking*. Hal ini mendukung penelitian *mobile banking* oleh Alalwan et al., (2017).

Pengaruh sosial (*Social Influence*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku (*Behavioral Intention*) dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.233 dan *p-value* <0.001, maka hasil ini menjelaskan bahwa dengan adanya pengaruh dari lingkungan sekitar seperti sahabat, keluarga, pihak bank dan sebagainya maka akan mempengaruhi niat responden dalam mengadopsi layanan internet banking. Pernyataan ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Chian-Son Yu (2012).

Dengan hasil *path coefficient* sebesar 0.036 dan *p-value* 0.259 menunjukkan bahwa kepercayaan (*Trust*) memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*). Hasil ini menjelaskan bahwa dengan semakin tingginya kepercayaan responden terhadap layanan *mobile banking*, semakin tinggi keinginan responden untuk menggunakan layanan *mobile banking*, namun kepercayaan responden tidak mempengaruhi niat responden untuk mengadopsi *mobile banking*. Hasil ini berbeda dengan yang dilaporkan oleh Alalwan et al., (2017).

Hasil selanjutnya menunjukkan bahwa kualitas aplikasi (*Application Quality*) memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap perilaku penggunaan (*Usage Behavioral*) dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.209 dan *p-value* <0.001 yang dapat diartikan bahwa semakin tinggi kualitas dari suatu aplikasi *mobile banking* maka semakin tinggi perilaku responden dalam penggunaan *mobile banking*.

Harapan kinerja (*Performance Expectancy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku (*Behavioral Intention*) dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.244 dan *p-value* <0.001, hasil tersebut menjelaskan bahwa manfaat dari harapan kinerja dalam menggunakan layanan *mobile banking* akan mempengaruhi niat responden dalam berperilaku untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Hal tersebut mendukung penelitian Alalwan et al. (2017). Secara teoritis, sebagian besar studi yang telah menerapkan UTAUT sebagai landasan teori dalam model konseptual mereka telah mengkonfirmasi ekspektasi kinerja sebagai faktor signifikan yang mempengaruhi niat perilaku (Alalwan et al., 2014; Luo et al., 2010; Martins et al., 2014; Riffai et al., 2012; Yu, 2012; Zhou et al., 2010).

Hasil penelitian selanjutnya, niat perilaku (*Behavioral Intention*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan (*Usage Behavioral*) dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.661 dan *p-value* <0.001. Hal ini mampu menjelaskan bahwa semakin tinggi niat responden untuk menggunakan layanan *mobile banking* maka semakin tinggi perilaku responden untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Ini mendukung penelitian mengenai *mobile banking* yang dilakukan oleh Yu, C (2012) dimana berdasarkan teori model psikologis, perilaku individu dalam menggunakan teknologi dapat diprediksi dan dipengaruhi oleh niat individu.

Kemudian variabel moderator culture dikembangkan oleh Hofstede (2010) dalam penelitian ini, di mana variabel *Masculinity/Feminity (MF)*, *Power Distance*, *Uncertainty Avoidance*, *Long-Term Orientation* tidak memoderasi hubungan antara variabel *Behavioral Intention* dan *Usage Behavioral*. *Individualism/Collectivism* terbukti memengaruhi hubungan antara *Behavioral Intention* dan *Usage Behavior* dengan koefisien jalur 0,118 dan *p-value* 0,017. Hal ini dapat menjelaskan bahwa responden cenderung memprioritaskan aspek kolektif dari pengaruh orang-orang di sekitar mereka yang dapat memunculkan niat untuk mengadopsi layanan *mobile banking*. Menurut Hofstede (1980) dalam bukunya, menyatakan bahwa pentingnya kolektivitas atau kebersamaan akan cenderung mengadopsi teknologi. Komunitas yang memiliki kolektivitas akan menunjukkan minat pada pendapat orang lain tentang teknologi (Zakour, 2004). Ini mendukung penelitian Baptista & Oliveria (2015).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan model UTAUT Modifikasi Budaya, faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah bank di Kalimantan Timur dalam menggunakan *mobile banking* sebagai berikut:

- a. Variabel *Performance Expectancy* secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh *internet skill* dan *application quality*, variabel *Effort Expectancy* secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh *prior experience* dan *application quality*, variabel *Social Influence* secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh *prior experience*, variabel *Trust* secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh *internet skill*, yang secara positif namun tidak signifikan mempengaruhi niat perilaku (*Behavioral Intention*).
- b. *Effort expectancy* (EE) berpengaruh terhadap perilaku minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Variabel moderator budaya *Individualism/Collectivism* (IDV) memperkuat hubungan *Behavioral Intention* (BI) dan *Usage Behavior* (UB).
- c. Berdasarkan kesimpulan tersebut maka faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah di provinsi Kalimantan Timur dalam mengadopsi layanan *mobile banking* secara berurutan adalah *Effort expectancy* sebesar 43.5%, *Performance expectancy* sebesar 24.4% dan *Social influence* sebesar 23.3%.

Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, terdapat beberapa saran yang diusulkan oleh penulis untuk pihak perbankan sebagai penyedia layanan *mobile banking* untuk nasabah khususnya di provinsi Kalimantan Timur dalam mengadopsi layanan *mobile banking*, yaitu:

- a. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman sebelumnya atau *prior experience* (PRE) merupakan faktor yang paling mempengaruhi kemampuan untuk menggunakan *internet* atau *internet skill* (IS) pada nasabah di Kalimantan Timur. Hal ini dapat diartikan bahwa dengan pengalaman yang telah dimiliki oleh nasabah sebelumnya dalam penggunaan perangkat keras (komputer, laptop, smartphone, dll) akan dapat meningkatkan kemampuannya dalam menggunakan internet, program, atau sistem-sistem lainnya. Sebaiknya pihak penyedia layanan *mobile banking* maupun pihak perbankan memberikan edukasi mengenai bagaimana penggunaan internet khususnya pada *mobile* sehingga dapat membantu nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan melalui *mobile application*.
- b. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas aplikasi Aplikasi (*Application Quality*) merupakan faktor yang paling mempengaruhi kedua terhadap Harapan Kinerja (*Performance Expectancy*) dan harapan usaha atau *effort expectancy* (EE). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah di Kalimantan Timur yang belum menggunakan layanan *mobile banking* sangat memperhatikan kemudahan dan manfaat yang didapatkan dalam mengakses layanan *mobile banking*. Dengan demikian sebaiknya pihak penyedia layanan maupun pihak perbankan membuat aplikasi layanan *mobile banking* dengan menyajikan informasi yang lengkap agar mudah dipahami oleh nasabah pada saat nasabah menggunakan layanan tersebut, sehingga nasabah mengetahui layanan apa saja yang ditawarkan dan memudahkan nasabah dalam penggunaan layanan tersebut agar menjadi lebih bermanfaat dalam aktivitas perbankan nasabah.
- c. Agar *mobile banking* mudah digunakan, pihak bank sebaiknya menciptakan desain aplikasi *mobile banking* dengan UI/UX (Desain visual) yang informatif dan inovatif, mudah dioperasikan, dapat diandalkan (*reliable*). Meningkatkan keamanan aplikasi sehingga dapat dipercaya, juga dengan meningkatkan fungsionalitas aplikasi, performa dan stabilitas. Disamping itu penyedia layanan perlu mengontrol interaksi pengguna *mobile banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2017. *Statictable*. [online]. <https://www.bps.go.id/statictable/2018/03/13/1999/rata-rata-pendapatan-bersih-berusaha-sendiri-menurut-provinsi-dan-kelompok-umur-ribu-rupiah-2017.html>. [20 September, 2019]
- Bratawisnu, M.K., Giri, R.R.W., Rinaldi, R., Association Perception Customer Feedback With Text Network Analysis In Social Media (Case Study On Internet Banking Bri, Bca, Mandiri In Indonesia) (2017) 2017 5th International Conference On Information And Communication Technology, Icoic7 2017, Art. No. 8074694

- Giri, R.R.W., Santoso, B.R., Mustikasari, A., Bratawisnu, M.K. 2017. Consumer Perceptual Mapping Towards E-Banking Channel: (A Study Of Bank Bri Customer In Indonesia). 2017 5th International Conference On Information And Communication Technology, Icoic7 2017, Art. No. 8074686.
- Giri, R.R.W., Wellang, K.M., Impact Of Website Design, Trust, And Internet Skill On The Behaviour Use Of Site Internet Banking In Bandung Raya: A Modification Of The UTAUT Model (2016) *Pertanika Journal Of Social Sciences And Humanities*, 24 (July), Pp. 35-50.
- Ghozali. I., & Latan, H. (2016). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 5.0, Third Edition*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hofstede, G., & Minkov, M. (2010). Long-term versus Short-term Orientation: New Perspectives. *Asia Pacific Business Review*, 493-504.
- Kinerja Bank. (2019). Bank Rankings. [online]. https://www.kinerjabank.com/bank_rankings?utf8=%E2%9C%93&data_type=5total_aset&periode%5Bkuartal%5D=1&periode%5Byear%5D=2019&commit=Filter. [23 September 2019]
- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., dan Arif, A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 4(1), 24-29.
- Taiwo, A. A., & Downe, A. G. (2013). The Theory of User Acceptance and Use of Technology (UTAUT): A Meta-Analytic Review of Empirical Findings. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 48-58.
- Venkatesh, Viswanath, Morris, Michael G., Davis, Gordon B., and Davis, Fred D.. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Widowati, Hari. (2019). Data Publish. [Online]. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/08/transaksi-digital-menggeser-peran-kantor-cabang-dan-atm-bank>. [20 September, 2019]