

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku dalam Menggunakan BMT Mobile di Indonesia = Analysis of Factors that Affect Behavioral Intention to Use BMT Mobile in Indonesia

Anisah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920524119&lokasi=lokal>

Abstrak

BMT mobile merupakan bentuk adopsi teknologi mobile banking pada Baitul Maal wat Tamwil (BMT) yang bermanfaat untuk efisiensi pembiayaan usaha mikro. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kesadaran, kebutuhan perbankan, ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, persepsi kredibilitas, persepsi biaya, persepsi risiko, persepsi kepercayaan diri, ekspektasi kinerja, religiusitas, dan pengaruh sosial terhadap niat perilaku dalam menggunakan BMT mobile yang dimediasi oleh variabel sikap. Dalam mengembangkan framework penelitian ini, peneliti mengadopsi kerangka Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dan Technology Acceptance Model (TAM) yang diperkaya dengan konsep lainnya yang relevan, yakni religiusitas dan persepsi risiko. Data sampel diperoleh sebanyak 349 responden yang disebar melalui kuesioner online, baik kepada yang sudah dan belum pernah menggunakan BMT mobile. Kemudian, data yang terkumpul diolah menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) pada software SmartPLS 4. Hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat enam faktor yang mempengaruhi niat perilaku dalam menggunakan layanan BMT mobile, yaitu ekspektasi usaha, persepsi kepercayaan diri, persepsi kredibilitas, persepsi biaya, kebutuhan perbankan, dan religiusitas. Sementara itu, empat faktor lainnya, yakni ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, persepsi risiko, dan kesadaran dinilai tidak dapat secara signifikan mempengaruhi niat masyarakat dalam menggunakan BMT mobile. Berdasarkan hasil penelitian ini, BMT diharapkan dapat memperkuat sinergi bersama pemerintah dalam upaya mengencarkan digitalisasi BMT di Indonesia. Secara khusus, BMT perlu meningkatkan kemudahan penggunaan dan kredibilitas aplikasi, serta menekan biaya dari penggunaan BMT mobile.

.....BMT mobile is a form of adoption of mobile banking technology in Baitul Maal wat Tamwil (BMT) which is useful for the efficiency of micro business financing. The purpose of this study is to determine the effects of awareness, banking needs, effort expectancy, perceived credibility, perceived financial cost, perceived risk, perceived selfefficacy, performance expectancy, religiosity, and social influence towards behavioral intention which mediated by attitude. In developing this research framework, researchers adopt the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) and Technology Acceptance Model (TAM) enriched with other relevant concepts, namely religiosity and perceived risk. Sample data were obtained as many as 349 respondents distributed through online questionnaires, both to those who have and have never used BMT mobile. Then, the data collected is processed using the Structural Equation Modeling (SEM) method in the SmartPLS 4 software. The results of this study found that there are six factors that influence the intention of behavior in using BMT mobile services, namely effort expectancy, perceived self-efficacy, perceived credibility, perceived financial costs, banking needs, and religiosity. Meanwhile, four other factors, namely performance expectancy, social influence, perceived risk, and awareness, are considered unable to significantly affect the behavioral intention in using BMT mobile. Based on the results of this study, BMT is expected to strengthen the synergy with the government in an effort to intensify BMT digitalization in Indonesia. In particular, BMT needs to increase the ease of use and credibility of the

application, as well as reducing the service fee from BMT mobile.