

## Determinan Penggunaan *Digital Banking* Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan *Technology f Acceptance Model* (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia)

Ira Eka Pratiwi<sup>1</sup>, Fachrudin Fiqri Affandy<sup>2</sup>, Yuyun Rosalina<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Fattahul Muluk Papua  
\*Email korespondensi: [ira.ekapратиwi@iainfmpapua.ac.id](mailto:ira.ekapратиwi@iainfmpapua.ac.id)

### Abstract

*Digital banking is a technology application developed to make customer transactions easier. Nowadays, millennials have become the market targetting of the banking sector, especially for using digital banking, since they prefer to something modern and instant. This research purposed to examine the determinants of Muslim millennial customer in adopting digital banking with the implementation of the model of technology acceptance (TAM) which includes two predictors including the perceived ease of use and perceived of usefulness. The method was a quantitative method using primary data collected by using questionnaires to 100 Muslim millennials as respondents in Jayapura City, the eastern region in Indonesia. Data collected analyzed wiith multiple linear regressions. The results showed that both the independent variables, i.e the perceived ease of use and perceived of usefulness significantly affect the intention of Muslim millennials customers in using digital banking partially and simultaneously.*

**Keywords :** *Digital Banking, Millennial Costumers, Jayapura City, TAM*

**Saran sitasi:** Hakim, R., Muslikhati., & Rifa'i, M. N. (2020). Determinan Penggunaan *Digital Banking* Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan *Technology f Acceptance Model* (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(03), 478-487. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1198>

**DOI:** <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1198>

### 1. PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi saat ini telah memberikan impresi yang signifikan di berbagai aspek kegiatan manusia, salah satunya melalui sektor keuangan dan perbankan. Bank disebut “terpaksa” mendigitalisasikan berbagai macam produk yang mereka tawarkan kepada nasabah akibat kebiasaan nasabah yang berubah dengan adanya evolusi teknologi dan kompetisi di dunia perbankan itu sendiri (Suhaimi dan Hassan, 2019). Namun demikian dengan mengadopsi *digital banking*, hal ini memberikan manfaat kepada pihak bank terutama dalam memberikan pelayanan yang efisien dan efektif kepada para nasabahnya (Ammar dan Ahmed, 2016). Selain itu juga, penggunaan *digital banking* dapat meningkatkan kepuasan terhadap layanan perbankan yang diberikan kepada nasabah (Marlina dan Bimo, 2018).

Digitalisasi perbankan di Indonesia salah satunya didorong oleh meningkatnya penetrasi internet di masyarakat. Tercatat Indonesia termasuk satu dari sejumlah Negara di dunia yang memiliki angka penggunaan internet tertinggi (Zein, 2016). Hasil survey Nielsen Consumer Media menyimpulkan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia cukup tinggi yakni sebesar 44% (Mila Lubis, 2017), dimana pengguna internet terbanyak dikuasi oleh kalangan milenial (Haryanto, 2019). Sementara itu, pada tahun 2018 total individu yang aktif menggunakan *smartphone* di Indonesia juga cukup tinggi yakni sebanyak 100 juta orang (Alexander, 2018). Dengan meningkatnya penetrasi internet dan jumlah pengguna aktif *smartphone*, maka hal ini dapat pula meningkatkan jumlah pengguna *digital banking*. Dimana, pengguna *digital banking* paling banyak ditemukan pada generasi milenial (Thusi dan Maduku, 2020a). Hal ini disebabkan karena generasi milenial

memiliki ketergantungan yang sangat tinggi terhadap teknologi. Syafrida dan Awaludin (2020) menyebutkan bahwa kriteria nasabah milenial menggunakan layanan perbankan adalah ketersediaan teknologi dalam layanan perbankan berupa *sms banking*, *mobile banking*, dan *internet banking* yang mampu mengefisienkan dan memudahkan transaksi mereka.

Studi yang dikaji Ashoka *et al.* (2017) menemukan bahwa mayoritas pengguna *digital banking* adalah generasi milenial. Riza (2019) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa ekspektasi penggunaan dan ekspektasi performa berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan aplikasi *mobile banking*. Tan dan Leby Lau (2016) juga menemukan sejumlah prediktor yang dapat menjelaskan minat generasi milenial dalam mengadopsi penggunaan *mobile banking*, diantaranya adalah ekspektasi penggunaan, ekspektasi performa, persepsi risiko, dan pengaruh sosial. Di sisi lain, Sari, Safitri, dan Anggraini (2019) menyimpulkan bahwa generasi milenial menggunakan digital banking karena mudah digunakan dan penggunaannya dapat menyelesaikan masalah keuangan yang mereka hadapi.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka studi ini bertujuan untuk mengestimasi determinan penggunaan *digital banking* di kalangan generasi milenial, sebab generasi ini tengah menjadi pasar yang potensial bagi pihak perbankan dalam mengembangkan produk dan layanan yang disediakan untuk masyarakat. Adapun originalitas dari penelitian ini adalah bahwa studi ini merupakan salah satu dari sedikit studi lokal yang menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk menganalisis minat penggunaan *digital banking* di kalangan generasi milenial, khususnya generasi milenial Muslim.

### **Tinjauan Pustaka Milenial (Generasi Y)**

Generasi Y atau milenial adalah kalangan yang terlahir di kurun waktu 1980 – 1994. Kelompok demografi ini disebut dengan generasi milenial karena erat kaitannya dengan teknologi, dan cenderung melek akan teknologi, karena mereka berkembang bersama dengan munculnya komputer dan internet sehingga memiliki kebiasaan dan perilaku yang berbeda dengan generasi lainnya (Carrasco-Gallego, 2017; Ningtyas, 2019), yaitu Generasi *Silent* atau kalangan yang lahir

antara tahun 1925 – 1945, Generasi *Baby Boomers* yaitu kalangan yang dilahirkan diantara 1946 – 1960, serta Generasi X yaitu orang-orang yang terlahir setelah periode 1981 (Brosdahl dan Carpenter, 2011).

Generasi milenial memiliki karakteristik yang unik (Luntungan *et al.*, 2014). Beberapa diantaranya adalah bahwa kalangan milenial cenderung lebih konsumtif, cenderung lebih menyukai transaksi secara non-tunai, melek teknologi, bekerja dengan efektif, memanfaatkan media sosial (Hidayatullah, Waris dan Devianti, 2018). Selain itu menurut Ningtyas (2019), kaum milenial juga lebih percaya diri, eksperisif, bebas, menyukai tantangan, dan *open-minded*.

Berkaitan dengan keunikan sifat dan karakter yang dimilikinya, maka sejumlah penelitian telah dilakukan untuk mengkaji perilaku generasi milenial terkait dengan pemanfaatan teknologi khususnya dalam bertransaksi. Diantaranya adalah Megawaty, (2015); Yuliyani, Budiman dan Dewi, (2016); Ashoka dan S., (2017); Hakim Suhaimi dan Bin Abu Hassan, (2018); Husnayetti dan Sestri (2019); Riza, (2019); Salsabil dan Sudyasjayanti, (2020); Syafrida dan Awaludin, (2020); Thusi dan Maduku, (2020).

### **Teknologi Digital Banking**

Kemajuan teknologi saat ini memberikan kesempatan bagi industri keuangan dan perbankan untuk meningkatkan kompetisi dan memperluas pangsa pasarnya dengan menggunakan *digital banking* atau perbankan digital (Wirdiyanti, 2018). Hasil survey yang dilakukan oleh PwC Survey menunjukkan bahwa bank-bank kini telah menjadikan strategi digital sebagai bagian dari strategi perusahaannya (PWC, 2018).

*Digital banking* merupakan teknologi aplikasi yang bertujuan untuk memastikan proses transaksi perbankan dan pengoperasiannya berjalan dengan lancar (Hakim Suhaimi dan Bin Abu Hassan, 2018). Menurut Anggarani dan Nurzaman (2020), *digital banking* didesain untuk meningkatkan kualitas pelayanan lebih efisien dan efektif kepada nasabahnya dengan menyediakan aplikasi-aplikasi *digital banking*.

Pengguna layanan *digital banking* dapat mengakses layanan perbankan melalui komputer, *handphone*, atau ATM (*Automated Teller Machine*) tanpa harus mendatangi kantor cabang atau bank secara langsung. Layanan seperti *internet banking*, dapat diakses oleh nasabah dengan menggunakan komputer dan *smartphone* serta jaringan internet, sedangkan *telephone banking* yang merupakan

layanan digital banking pertama dapat dilakukan melalui saluran telepon. Teknologi digital banking juga menyediakan layanan dengan menggunakan *handphone* atau telepon genggam melalui aplikasi *sms-banking* atau *m-banking*. Sementara itu, nasabah juga dapat menggunakan uang elektronik (*e-money*), kartu ATM, maupun kartu kredit (Mbama *et al.*, 2018).

**Model Penerimaan Teknologi**

*Technology Acceptance Model* atau disingkat dengan TAM merupakan teori yang paling sering digunakan dalam studi-studi untuk menjelaskan bagaimana seseorang dapat menerima suatu sistem informasi. Teori ini diformulasi oleh Fred Davis (Davis, 1989), yang saat itu ia gunakan untuk menganalisis penerimaan terhadap teknologi baru di lingkungan kerja (Hakim Suhaimi dan Bin Abu Hassan, 2018).

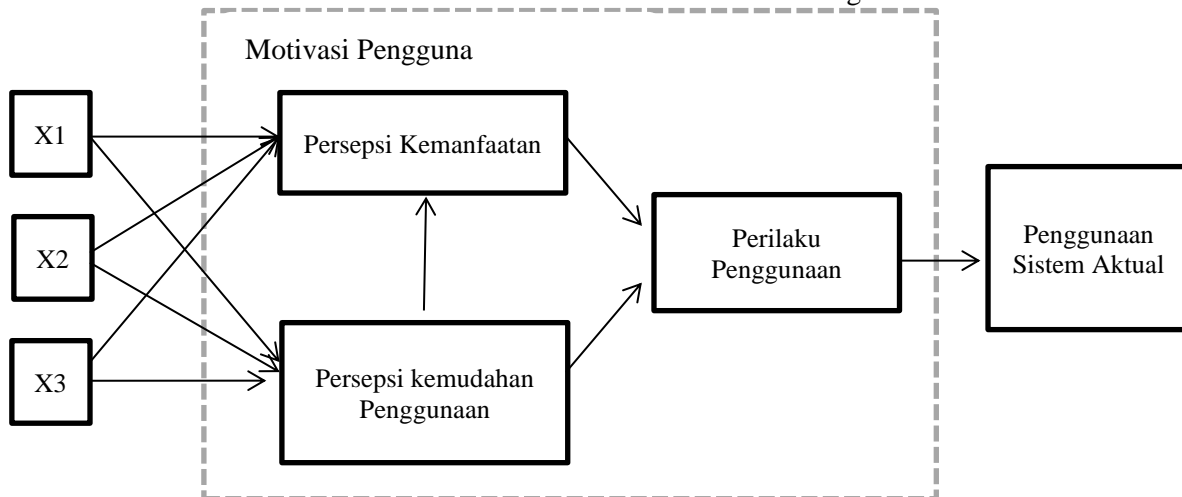
TAM merupakan teori yang dikembangkan dari teori pendahulunya yaitu TRA (*Theory of Reasoned Action*) dan TPB (*Theory of Planned Behavior*). Pada awalnya, Ajzen dan Fishbein sekitar 1980 mengembangkan TRA untuk memahami perilaku dan kebiasaan individu. Namun dalam perkembangannya, teori ini dianggap tidak cukup memadai dan memiliki sejumlah keterbatasan, salah satunya terhadap orang yang memiliki sedikit kekuatan terhadap perilaku dan kebiasaannya (Marangunić dan Granić, 2015). Oleh karena itu, Ajzen dan Fishbein kemudian

mengembangkan TRA menjadi TPB. Dimana, dalam teori ini terdapat penambahan satu prediktor yang dapat menjelaskan perilaku seorang individu (Thompson, 2014).

Penggunaan TRA dan TPB menjadi masalah ketika model ini diadopsi pada beberapa konteks kajian, seperti misalnya penerimaan pengguna sistem informasi. Davis menyebutkan bahwa, banyak studi yang gagal dalam menghasilkan pengukuran yang reliabel mengenai bagaimana suatu sistem informasi dapat diterima atau ditolak. Oleh karena itu, Davis kemudian mengembangkan TAM sebagai model yang tepat untuk membahas kajian mengenai penerimaan pengguna teknologi informasi (Marangunić dan Granić, 2015).

Davis (1989) menjelaskan dalam teorinya bahwa persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan merupakan dua variabel yang menjadi determinan fundamental dalam penerimaan pengguna. Marangunić dan Granić (2015) menjelaskan bahwa pada awalnya formulasi model TAM terdiri dari persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, dan perilaku penggunaan. Namun pada akhirnya, Davis mengeluarkan variabel perilaku dari model yang telah dibentuknya, sehingga TAM pada akhirnya hanya memiliki dua determinan utama yang digunakan untuk menjelaskan perilaku penggunaan sistem informasi, yaitu persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan. Gambar 1 di bawah mengilustrasikan model TAM.

Gambar 1: TAM atau Model Penerimaan Teknologi Davis



Sumber: (Marangunić dan Granić, 2015)

**2. METODE PENELITIAN**

**Populasi dan Sampel**

Data statistik penduduk Kota Jayapura menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang berumur

25 hingga 39 tahun adalah sebanyak 114.608 jiwa dengan rincian sebagai berikut: 1) penduduk berumur 20-24 tahun sebanyak 37.030 jiwa, 2) penduduk berumur 25-29 tahun sebanyak 31.432 jiwa, 3)

penduduk berumur 30-34 tahun sebanyak 24.935, dan 5) penduduk berumur 35-39 tahun sebanyak 21.211 jiwa. Sampel yang digunakan merupakan generasi milenial dan beragama Islam. Berdasarkan kriteria ini maka teknik pengambilan sampel yang menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu metode *non-probability sampling* dimana terdapat kriteria yang ditentukan menurut kisi-kisi responden (subyek) yang merupakan sampel pada penelitian ini (Sugiyono, 2018), yaitu generasi milenial dan Muslim.

Di dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 partisipan milenial Muslim yang merupakan penduduk kota Jayapura. Menurut Wilson Van Voorhis dan Morgan (2007), pada umumnya ukuran sampel untuk analisis korelasi dan regresi adalah tidak boleh kurang dari 50 responden (> 50) dimana, ukuran sampel yang lebih besar diperlukan jika jumlah variabel independennya meningkat. Studi ini menggunakan kuisioner sebagai instrumen dalam pengumpulan data. Tiap item pernyataan bersifat tertutup dengan jawaban yang tersedia menggunakan *skala likert* dengan skala 1 samapi 5 yang menggambarkan persepsi “Sangat Tidak Setuju” sampai “Sangat Setuju”.

**Uji Validitas dan Reliabilitas**

Instrumen penelitian harus memenuhi syarat valid dan reliabel, sehingga perlu dilakukan pengujian. Uji validitas digunakan sebagai acuan dalam memperlihatkan standar ketepatan suatu instrumen, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi terhadap jawaban individu terhadap setiap butir item yang diberikan dalam kuisioner (Dewi, 2018).

**Analisis Data**

Data yang telah diperoleh dianalisis dengan teknik regresi linear berganda. Variabel dependen yaitu intensi generasi milenial menggunakan digital perbankan, sedangkan variabel independen yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan faktor persepsi kemanfaatan. Namun demikian, uji asumsi klasik sebagai prasarat dalam melakukan analisis regresi linier berganda harus terlebih dahulu dilakukan agar interpretasi yang dihasilkan tidak bias atau menyesatkan (Nachrowi dan Usman, 2002). Selanjutnya, pengujian determinasi variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan melalui uji parsial, uji simultan dan uji Koefisien Determinasi untuk melihat determinasi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**3.1 Hasil**

**Demografi Responden**

Berdasarkan data dari 100 responden, diketahui bahwa sebanyak 55% merupakan responden laki-laki, sedangkan 45% lainnya adalah responden wanita. Selain itu, 25% responden berdomisili di Distrik Jayapura Utara, 22% responden berdomisili di Distrik Abepura, 21% responden dari Distrik Heram, 19% responden berasal dari Distrik Jayapura Selatan, dan sisanya sebanyak 13% berasal dari Distrik Muara Tami. Usia responden paling banyak adalah 20-25 tahun yaitu sebanyak 90%, sedangkan 25-30 tahun sebanyak 8%, dan 31-35 tahun masing-masing sebanyak 1%. Karakteristik pendidikan terakhir responden yaitu SMA sebanyak 63%, diploma sebanyak 25%, dan Sarjana sebanyak 12%. Sementara itu, responden rata-rata merupakan pelajar atau mahasiswa, yaitu sebanyak 59%, sedangkan pegawai swasta sebanyak 30%, dan pegawai negeri sebanyak 11%.

**Tabel 1. Data Demografi Responden**

Karakteristik	Jumlah	Frekuensi
<b>Jenis Kelamin</b>		
Pria	55	55%
Wanita	45	45%
<b>Asal Distrik</b>		
Heram	21	21%
Muara Tami	13	13%
Abepura	22	22%
Jayapura Selatan	19	19%
Jayapura Utara	25	25%
<b>Umur</b>		
20-25 tahun	90	90%
26-30 tahun	8	8%
31-35 tahun	1	1%
35-39 tahun	1	1%
<b>Tingkat Pendidikan</b>		
Sekolah Menengah Atas	63	63%
D3	25	25%
S1	12	12%
<b>Pekerjaan</b>		
Pelajar atau Mahasiswa	59	59%
PNS	11	11%
Karyawan Swasta	30	30%

Sumber : Data Primer diolah (2020)

Statistik deskriptif juga dilakukan terhadap penggunaan aplikasi digital banking yang digunakan oleh responden. Hasil survei kepada 100 responden menunjukkan bahwa penggunaan layanan *digital banking* yang paling banyak adalah ATM, yaitu sebanyak 59%, sedangkan penggunaan *Mobile Banking* dan *SMS Banking* secara berturut-turut sebesar 18% dan 13%. Sementara itu, *Internet Banking* masih rendah penggunaannya yaitu 10%.

**Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Hasil uji validitas instrumen yang dilakukan terhadap instrument dalam studi ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dapat digunakan karena hasilnya valid. Hal ini ditunjukkan melalui nilai t-hitung dari tiap-tiap item pernyataan yang berada diatas nilai t-tabel (0.3494) dengan nilai signifikansi dibawah 0.05. Sementara itu, hasil uji hasil uji reliabilitas setiap variabel menunjukkan bahwa variabel yang digunakan adalah reliabel atau konsisten, dimana hal ini ditunjukkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih dari 0,6 (Ghozali, 2011), maka dapat dikatakan bahwa setiap variabel reliabel atau menunjukkan bahwa jawaban setiap responden dari setiap pernyataan dapat dipercaya karena bersifat konsisten atai tidak berubah-ubah. Berikut ini, tabel 2 dan tabel 3 menunjukkan hasil pengujian atas validitas dan reliabilitas setiap item pernyataan di dalam kuisisioner.

**Tabel 2. Uji Validitas Instrumen Penelitian**

Item Pernyataan	t- hitung	Signi- fikansi	Hasil	
			Valid	Tidak Valid
<b>Persepsi kemudahan penggunaan (X1)</b>				
Prosedur penggunaan <i>digital banking</i> sangat jelas.	0.721	0.000	√	
Instruksi penggunaan aplikasi <i>digital banking</i> sangat mudah dipahami.	0.754	0.000	√	
Tidak ada kesulitan saat menggunakan aplikasi <i>digital banking</i> .	0.832	0.000	√	

Item Pernyataan	t- hitung	Signi- fikansi	Hasil	
			Valid	Tidak Valid
Penggunaan aplikasi <i>digital banking</i> sangat cepat.	0.728	0.000	√	
Penggunaan aplikasi <i>digital banking</i> sangat mudah.	0.675	0.000	√	
<b>Persepsi kemanfaatan (X2)</b>				
Transaksi dengan <i>digital banking</i> sangat cepat.	0.814	0.000	√	
Adanya <i>Digital banking</i> memperlancar transaksi keuangan saya.	0.928	0.000	√	
Dengan <i>digital banking</i> , nasabah tidak harus datang lagi ke bank untuk bertransaksi.	0.834	0.000	√	
<i>Digital banking</i> memberikan informasi yang saya butuhkan.	0.526	0.000	√	
<i>Digital banking</i> sangat bermanfaat kapanpun dan dimanapun.	0.828	0.000	√	
<b>Minat (Y)</b>				
<i>Digital banking</i> terbukti diminati banyak orang.	0.790	0.000	√	
Penggunaan <i>digital banking</i> lebih fleksibel	0.855	0.000	√	
Saya menggunakan <i>digital perbankan</i> karena keinginan saya sendiri	0.721	0.000	√	

Sumber : Data Primer diolah (2020)

**Tabel 3. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian**

Variabel	Total Pernyataan	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan	
			Reliabel	Tidak Reliabel
X1	5	0.797	√	
X2	5	0.884	√	
Y	3	0.702	√	

Sumber : Data Primer diolah (2020)

**Uji Asumsi Klasik**

*Uji Normalitas*

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 3 dapat diketahui bahwa data penelitian berdistribusi normal. Hal ini diindikasikan melalui nilai Kolmogorov-Smirnov Z yakni sebesar 1.333 dengan nilai signifikansi sebesar  $0.057 > 0.05$ .

**Tabel 3. Hasil Pengujian Normalitas**

	Nilai
N	100
Kolmogorov-Smirnov Z	1.333
Signifikansi	0.057

Sumber : Data Primer diolah (2020)

*Uji Multikolinieritas*

Dalam pengujian multikolinieritas, nilai *tolerance* dan nilai VIF dijadikan acuan dalam menentukan masalah multikolinieritas. Syarat yang harus dipenuhi adalah nilai *tolerance* harus berada diatas 0.1 dan nilai VIF harus dibawah 10, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada masalah multikolinieritas yang terjadi. Tabel 4 menggambarkan hasil uji multikolinieritas dimana nilai *tolerance* untuk variabel yang digunakan dalam penelitian adalah 0.642 sedangkan nilai VIF adalah 1.558. Maka, hasil ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas.

**Tabel 4. Hasil Pengujian Multikolinieritas**

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	.642	1.558	Tidak terjadi multikolinieritas
Persepsi kemanfaatan	.642	1.558	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data Primer diolah (2020)

*Uji Heteroskedastis*

Berdasarkan tabel 5, hasil uji heterokedastisitas pada persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai

sig  $0,530 > 0,05$  dan persepsi kemanfaatan nilai sig  $0,670 > 0,05$ , maka hal ini dapat disimpulkan kedua variabel tidak terjadi heterokedastisitas yaitu tidak terjadi kesamaan antara variance satu pengamatan ke pengamatan lain.

**Tabel 5. Hasil Pengujian Heterokedastisitas**

Variabel	Nilai Signifikansi
Konstanta	.309
Persepsi Kemudahan Penggunaan	.530
Persepsi Kemanfaatan	.670

Sumber : Data Primer diolah (2020)

*Pengujian Determinasi*

*Uji t*

Penguji parsial atau uji t masing-masing variabel menyatakan variabel persepsi kemudahan penggunaan *digital banking* memiliki nilai t-hitung yaitu  $3.495 > t$ -tabel 1,660 dan nilai signifikansi yaitu 0.001 berada dibawah 0.05. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan merupakan determinan yang signifikan terhadap penggunaan *digital banking* di kalangan nasabah milenial Muslim Jayapura.

Sementara itu hasil uji t pada variabel persepsi kemanfaatan menunjukkan bahwa nilai t-hitung  $>$  dari t-tabel ( $6.537 > 1,660$ ) dengan signifikansi 0.000 berada dibawah 0.05. Dengan demikian, hal ini dapat mengindikasikan bahwa variabel persepsi kemanfaatan juga merupakan determinan yang signifikan terhadap penggunaan *digital banking* di kalangan nasabah milenial Muslim Jayapura. Hasil pengujian ditunjukkan dalam Tabel 7:

**Tabel 7. Hasil Pengujian Parsial dengan Uji t**

Variabel	t-hitung	Signifikansi
Konstanta	2.699	.008
Persepsi kemudahan penggunaan	3.495	.001
Persepsi Kemanfaatan	6.537	.000

Sumber : Data Primer diolah (2020)

*Uji F*

Berdasarkan hasil pada tabel 8, secara simultan kedua variabel memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *digital banking* di kalangan generasi milenial Muslim Jayapura. Nilai F-hitung adalah 62,436 lebih besar dari F-tabel 3,09, serta nilai signifikansi adalah 0,000 berada dibawah 0,05. Dari

hasil hasil pengujian ini maka dapat ditarik kesimpulan yaitu variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan secara bersama-sama merupakan derterminan utama nasabah milenial Muslim Jayapura dalam menggunakan *digital banking*. Hasil pengujian diilustrasikan dalam tabel 8.

**Tabel 8. Hasil Pengujian Simultan dengan Uji F**

Nilai uji F	Signifikansi
62.436	.000 <sup>a</sup>

Sumber : Data Primer diolah (2020)

*Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)*

Nilai R<sup>2</sup> mencerminkan besarnya determinasi variabel independen terhadap variabel dependennya, atau seberapa besar variabel dependen dapat dipengaruhi oleh variabel yang mengikatnya. Tabel 9 memperlihatkan bahwa nilai R<sup>2</sup> yang diperoleh yaitu 0.563. Hal ini menandakan bahwa determinasi persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan terhadap penggunaan digital banking di kalangan milenial Muslim Jayapura adalah sebesar 56,3%. Sementara itu 43,7% lainnya dideterminasi oleh prediktor lain di luar studi ini. Hasil pengujian determinasi ditampilkan pada tabel 9 dibawah ini.

**Tabel 9. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi**

R	R <sup>2</sup>	Adj. R <sup>2</sup>	Standar Error
.750 <sup>a</sup>	.563	.554	.874

Sumber : Data Primer diolah (2020)

**3.2 Pembahasan**

***Determinasi Persepsi Kemudahan Penggunaan Digital Banking di Kalangan Milenial Muslim***

Menurut Davis, persepsi kemudahan penggunaan adalah kemampuan individu dalam memahami system teknologi yang digunakan dan hal ini berkaitan dengan kejelasan dan informasi yang dapat dipahami yang disediakan oleh system. Dalam memahami penggunaan sistem teknologi tersebut, penggunaannya membutuhkan usaha mental (Hakim Suhaimi dan Bin Abu Hassan, 2018). Temuan penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan adalah determinan utama dari penggunaan *digital banking* oleh generasi milenial Muslim di Kota Jayapura. Hasil ini didukung dengan statistik jawaban responden yang positif terkait dengan persepsi kemudahan saat menggunakan aplikasi *digital banking*. Responden menyatakan bahwa prosedur penggunaan *digital*

*banking* sangat jelas, instruksi penggunaan aplikasi sangat mudah dipahami, sehingga tidak ada kesulitan dalam penggunaannya. Temuan ini juga memberikan implikasi bahwa *digital banking* memberikan kemudahan dan kecepatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangannya.

Temuan dalam penelitian ini juga didukung dengan kajian-kajian terdahulu, diantaranya adalah studi yang dikaji oleh Alam, Musa dan Hassan (2009); Sari dan Tjini (2013); Nugroho (2016); Priambodo, Singgih; Prabawani, (2016); Singh dan Srivastava, (2018) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan sebagai determinan pengguna dalam mengadopsi *digital banking* baik itu *internet banking* dan *mobile banking*, serta studi yang dikaji oleh Thusi dan Maduku (2020a) yang menjelaskan secara khusus mengenai penerimaan pengguna milenial secara khusus terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

***Determinasi Persepsi Kemanfaatan Digital Banking di Kalangan Milenial Muslim***

Penelitian ini juga membuktikan bahwa persepsi kemanfaatan adalah prediktor utama yang mampu menjelaskan bagaimana suatu teknologi atau sistem informasi diterima penggunaannya, selain prediktor lainnya yaitu persepsi kemudahan penggunaan. Hakim Suhaimi dan Bin Abu Hassan (2018) menjelaskan bahwa dalam model TAM yang dikembangkan oleh Davis, persepsi kemanfaatan adalah derajat atau tingkat kepercayaan para pengguna teknologi bahwa system yang mereka gunakan benar-benar dapat meningkatkan kinerja dari pekerjaan mereka. Temuan dalam studi ini dapat dijelaskan oleh statistik jawaban atau tanggapan positif dari para responden terhadap persepsi kemanfaatan dari penggunaan aplikasi *digital banking*, diantaranya adalah bahwa aplikasi *digital banking* dapat memperlancar transaksi keuangan mereka yang dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Dengan adanya pemanfaatan aplikasi *digital banking*, nasabah tidak perlu mendatangi kantor cabang atau bank untuk melakukan transaksi, tetapi mereka tetap dapat “bekomunikasi” dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Milenial adalah kalangan yang memiliki mobilitas tinggi. Kebanyakan dari mereka adalah individu yang aktif dan produktif, sehingga dengan layanan *digital banking* yang disediakan oleh bank, semakin memudahkan dan meningkatkan aktivitas mereka.

Sejumlah penelitian sebelumnya juga menunjukkan hasil yang sama, meskipun kebanyakan dari penelitian tersebut yang membahas mengenai perilaku nasabah secara umum mengadopsi *digital banking*. Diantaranya adalah studi yang dilakukan oleh Gu, Lee dan Suh (2009); Riquelme dan Rios (2010); Aboelmaged dan Gebba (2013); Laksana (2015); Nugroho (2016); Thusi dan Maduku (2020b). Dalam penelitian yang dikaji oleh (Marangunić dan Granić, 2015) dijelaskan bahwa ada sejumlah variabel eksternal yang mempengaruhi persepsi kemanfaatan diantaranya adalah norma subjektif, citra atau *image*, kualitas yang dihasilkan, relevansi atau keterkaitan dengan pekerjaan.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

##### 4.1 Kesimpulan

Generasi Y atau milenial merupakan generasi yang memiliki kaitan yang cuput erat dengan perkembangan teknologi, sebab mereka tumbuh bersama dengan kemunculan komputer dan internet. Perilaku mereka cukup unik dibandingkan dengan generasi-generasi lainnya, oleh karena menarik untuk mengkaji perilaku kalangan milenial dalam merespon perkembangan teknologi, khususnya di sektor perbankan. Penelitian ini bertujuan untuk mengestimasi determinan penggunaan *digital banking* oleh nasabah milenial Muslim dengan pendekatan model penerimaan teknologi atau TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dirancang oleh Davis (1989). Dalam teorinya, Davis menjelaskan adanya dua prediktor utama yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan yang digunakan untuk memahami bagaimana penerimaan atau penolakan individu terhadap suatu teknologi. Studi ini adalah studi dengan metode kuantitatif melalui pengumpulan data primer lewat survei kepada 100 generasi milenial Muslim sebagai responden yang ada Kota Jayapura, ibu kota Provinsi Papua, Indonesia. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis dengan regresi linear berganda. Hasil kajian ini menemukan bahwa kedua determinan yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan merupakan prediktor utama yang mendorong kalangan milenial Muslim Jayapura menggunakan *digital banking*.

##### 4.2 Saran

Sesuai dengan temuan dalam studi ini, maka selanjutnya ada sejumlah hal yang direkomendasikan

baik kepada industri perbankan, pelaku bisnis, pemerintah, maupun konsumen atau nasabah. Dari sisi industri perbankan, penelitian ini memberikan implikasi bahwa selain meningkatkan pelayanannya melalui pengembangan aplikasi digital perbankan yang bermanfaat dan mudah penggunaannya, maka sangat diperlukan pula untuk meningkat perlindungan dan keamanan nasabah penggunaannya. Hal ini tentu memerlukan dukungan dari pemerintah selaku regulator, sehingga risiko-risiko yang tidak diinginkan terjadi baik pada nasabah maupun pihak bank itu sendiri dapat dihindarkan. Sementara itu, para pelaku bisnis dapat memanfaatkan perkembangan *digital banking* untuk menarik konsumen dan mengembangkan usahanya, terutama konsumen milenial yang melek dengan teknologi. Sementara itu, terdapat sejumlah keterbatasan dalam studi ini, sehingga penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan memperbaiki kelemahan dalam penelitian ini. Diantaranya adalah cakupan area penelitian yang sempit serta ukuran sampel yang kurang besar. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan variabel eksternal seperti norma subjektif, karakteristik dari *digital banking* yang digunakan, citra atau *brand* dan kualitas produk, sehingga model TAM yang digunakan dapat menjelaskan perilaku penerimaan teknologi di industry keuangan dan perbankan secara lebih komprehensif lagi.

#### 5. REFERENSI

- Aboelmaged, M. dan Gebba, T. R. (2013) "Mobile Banking Adoption: An Examination of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior," *International Journal of Business Research and Development*. doi: 10.24102/ijbrd.v2i1.263.
- Alam, S. S., Musa, R. dan Hassan, F. (2009) "Corporate Customers' Adoption of Internet Banking: Case of Klang Valley Business Firm in Malaysia," *International Journal of Business and Management*. doi: 10.5539/ijbm.v4n4p13.
- Alexander, F. (2018) *Fenomena gadget di kalangan remaja*, [www.Indonesia.tempo.co](http://www.Indonesia.tempo.co).
- Ammar, A. dan Ahmed, E. M. (2016) "Factors influencing Sudanese microfinance intention to adopt mobile banking," *Cogent Business and Management*. doi: 10.1080/23311975.2016.1154257.



- Anggarani, M. dan Nurzaman, M. S. (2020) "How 's Prospect of Digital Banking in Indonesia ? Notes From Islamic Views , Economic Value Added for Banking Industry , and Changing Costumer Behavior," *Al Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 12(1), hal. 86–96. doi: 10.24235/amwal.v1i1.6202.
- Ashoka, M. L. dan S., V. (2017) "Customer Acceptance of Millennial Generation Banking Services: Challenges and Prospects," *SSRN Electronic Journal*. doi: 10.2139/ssrn.2929837.
- Brosdahl, D. J. C. dan Carpenter, J. M. (2011) "Shopping orientations of US males: A generational cohort comparison," *Journal of Retailing and Consumer Services*. doi: 10.1016/j.jretconser.2011.07.005.
- Carrasco-Gallego, J. A. (2017) "Introducing economics to millennials," *International Review of Economics Education*. doi: 10.1016/j.iree.2017.08.002.
- Davis, F. (1989) "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Accep," *MIS Quarterly*.
- Davis, F. D. (1989) "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly*, 13(3), hal. 319. doi: 10.2307/249008.
- Dewi, D. A. N. N. (2018) "Modul Uji Validitas dan Reliabilitas," *Researchgate*.
- Ghozali, I. (2011) "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)," *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. doi: 10.9744/jmk.10.2.pp. 124-135.
- Gu, J. C., Lee, S. C. dan Suh, Y. H. (2009) "Determinants of behavioral intention to mobile banking," *Expert Systems with Applications*. Elsevier Ltd, 36(9), hal. 11605–11616. doi: 10.1016/j.eswa.2009.03.024.
- Hakim Suhaimi, A. I. dan Bin Abu Hassan, M. S. (2018) "Determinants of Branchless Digital Banking Acceptance Among Generation Y in Malaysia," in *2018 IEEE Conference on e-Learning, e-Management and e-Services (IC3e)*. IEEE, hal. 103–108. doi: 10.1109/IC3e.2018.8632626.
- Haryanto, A. T. (2019) *Pengguna Internet Indonesia Didominasi Milenial*, *Inet.Detik.Com*.
- Hidayatullah, S., Waris, A. dan Devianti, R. C. (2018) "Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food," *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 6(2). doi: 10.26905/jmdk.v6i2.2560.
- Husnayetti, H dan Sestri, E. (2019) "KEAMANAN , KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN ONLINE BANKING," 8(2).
- Laksana, G. (2015) "PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RESIKO DAN PERSEPSI KESESUAIAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)," *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 26(2), hal. 86309.
- Luntungan, I. I. et al. (2014) "Strategi Pengelolaan Generasi Y di Industri Perbankan," *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(2), hal. 219–240. doi: 10.12695/jmt.2014.13.2.7.
- Marangunić, N. dan Granić, A. (2015) "Technology acceptance model: a literature review from 1986 to 2013," *Universal Access in the Information Society*, 14(1), hal. 81–95. doi: 10.1007/s10209-014-0348-1.
- Marlina, A. dan Bimo, W. A. (2018) "Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank," *INOVATOR*. doi: 10.32832/inovator.v7i1.1458.
- Mbama, C. I. et al. (2018) "Digital banking, customer experience and financial performance: UK bank managers' perceptions," *Journal of Research in Interactive Marketing*. doi: 10.1108/JRIM-01-2018-0026.
- Megawaty, D. A. (2015) "Penerimaan Layanan Keuangan Dalam Belanja Online Berdasarkan Tingkatan Generasi," hal. 174. Tersedia pada: <http://repository.its.ac.id/72150/>.
- Mila Lubis (2017) "Tren Baru Di Kalangan Pengguna Internet Di Indonesia," *Nielsen*.
- Nachrowi, N. dan Usman, H. (2002) "Penggunaan teknik ekonometri: pendekatan populer dan praktis dilengkapi teknik analisis dan pengolahan data dengan menggunakan paket program," *Radja Grafindo Persada. Jakarta*. doi: 10.1038/oby.2007.598.

- Ningtyas, M. N. (2019) "Literasi Keuangan pada Generasi Milenial," *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*. doi: 10.32812/jibeka.v13i1.111.
- Nugroho, Y. A. (2016) "THE EFFECT OF PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED OF USEFULNESS, PERCEIVED RISK AND TRUST TOWARDS BEHAVIOR INTENTION IN TRANSACTION BY INTERNET," *Business and Entrepreneurial Review*, 9(1), hal. 79. doi: 10.25105/ber.v9i1.26.
- Priambodo, Singgih; Prabawani, B. (2016) "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking ( Studi Kasus Nasabah Bank BCA Di Kota Palembang )," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- PWC (2018) "Digital Banking in Indonesia 2018," *PwC Survey*.
- Riquelme, H. E. dan Rios, R. E. (2010) "The moderating effect of gender in the adoption of mobile banking", *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), hal. 328–341.
- Riza, A. F. (2019) "Customer acceptance of digital banking in Islamic bank: Study on millennial generation," *Proceeding of Conference on Islamic Management ...*, hal. 66–74. Tersedia pada: <https://journal.uin.ac.id/CIMAE/article/view/13351>.
- Salsabil, S. dan Sudyasjayanti, C. (2020) "Niat Menggunakan Go Pay Pada Generasi Y Di Surabaya," 4(2), hal. 310–319.
- Sari, F. K., Safitri, N. dan Anggraini, W. (2019) "Trust on Sharia M-Banking: Evidence on Millennial Generations," *Journal of Islamic Economic Scholar*.
- Sari, S. dan Tjini, A. (2013) "Summary for Policymakers," in Intergovernmental Panel on Climate Change (ed.) *Climate Change 2013 - The Physical Science Basis*. Cambridge: Cambridge University Press, hal. 1–30. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Singh, S. dan Srivastava, R. K. (2018) "Predicting the intention to use mobile banking in India," *International Journal of Bank Marketing*. doi: 10.1108/IJBM-12-2016-0186.
- Sugiyono (2018) "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D," in *ke-26*.
- Suhaimi, A. I. H. dan Hassan, M. S. B. A. (2019) "Determinants of Branchless Digital Banking Acceptance among Generation y in Malaysia," in *2018 IEEE Conference on e-Learning, e-Management and e-Services, IC3e 2018*. doi: 10.1109/IC3e.2018.8632626.
- Syafrida, I. dan Awaludin, T. (2020) "Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah : Perspektif Nasabah Milenial," 8(1), hal. 49–66.
- Tan, E. dan Leby Lau, J. (2016) "Behavioural intention to adopt mobile banking among the millennial generation," *Young Consumers*. doi: 10.1108/YC-07-2015-00537.
- Thompson, T. (2014) "Theory of Reasoned Action," in *Encyclopedia of Health Communication*. 2455 Teller Road, Thousand Oaks California 91320 United States: SAGE Publications, Inc. doi: 10.4135/9781483346427.n552.
- Thusi, P. dan Maduku, D. K. (2020a) "South African millennials' acceptance and use of retail mobile banking apps: An integrated perspective," *Computers in Human Behavior*. doi: 10.1016/j.chb.2020.106405.
- Thusi, P. dan Maduku, D. K. (2020b) "South African millennials' acceptance and use of retail mobile banking apps: An integrated perspective," *Computers in Human Behavior*. Elsevier Ltd, 111(July 2019). doi: 10.1016/j.chb.2020.106405.
- Wilson Van Voorhis, C. R. dan Morgan, B. L. (2007) "Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Sizes," *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 3(2), hal. 43–50. doi: 10.20982/tqmp.03.2.p043.
- Wirdiyanti, R. (2018) "Digital Banking Technology Adoption and Bank Efficiency: The Indonesian Case," *Ojk*, (December), hal. 1–34.
- Yuliyani, Budiman, A. dan Dewi, M. S. (2016) "Generasi Y dan Adopsi Terhadap Internet Banking pada Nasabah di Indonesia Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)," *Jurnal Wawasan Manajemen*. doi: 10.18355/XL.2018.11.01XL.07.
- Zein, L. (2016) *Penggunaan Internet di Indonesia, Fortue PR - Indonesia public Relations and Strategic Communications Firm*.