

Analisis Kesenjangan Digital Terhadap Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* Di Kota Tasikmalaya

Analysis Of The Digital Divide On The Use Of Mobile Banking Applications In Tasikmalaya City

Arnandita Ramadhani¹. Refi Rifaldi Windya Giri²

¹ Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, arnanditaramadhani@student.telkomuniversity.ac.id

² Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, rifaldi@telkomuniversity.ac.id

Abstract

The digital world has become a popular solution for people in this era to carry out financial transactions. This research is to analyze the digital divide on the use of mobile banking applications in the city of Tasikmalaya. This study aims to determine whether the digital divide which consists of the four variables of motivation, physical & material access, mobile banking skills, and usage has a positive and significant impact. This means that there is no digital gap in the process of implementing digital mobile banking application technology in Tasikmalaya City, but there are differences in how to adopt the Tasikmalaya City community in terms of moderating variables such as age, education, gender and location towards the relationship between construct variables. The method used is quantitative using PLS-SEM analysis with 3 stages, namely testing the outer model, inner model and testing the hypothesis. As many as 306 respondents using the mobile banking application in the city of Tasikmalaya, data from the questionnaire results were processed using WarpPLS 7.0 software.

Keywords-digital divide, mobile banking, SEM-PLS

Abstrak

Dunia digital menjadi solusi populer bagi orang-orang di zaman ini untuk melakukan transaksi keuangan. Penelitian ini adalah menganalisis kesenjangan *digital* terhadap penggunaan *aplikasi mobile banking* di kota Tasikmalaya. Penelitian ini bertujuan menentukan apakah kesenjangan *digital* yang terdiri dari empat variabel *motivation, physical & material access, mobile banking skill, dan usage* berdampak positif dan signifikan. Artinya tidak ada kesenjangan *digital* dalam proses implementasi teknologi *digital* aplikasi *mobile banking* di Kota Tasikmalaya, namun terdapat perbedaan cara mengadopsi masyarakat Kota Tasikmalaya dalam sisi variabel moderasi seperti *age, education, gender* dan *location* terhadap hubungan antar variabel konstruk. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis PLS-SEM dengan 3 tahapan yaitu uji *outer model, inner model* dan uji hipotesis. Sebanyak 306 responden pengguna aplikasi *mobile banking* di kota Tasikmalaya, data hasil kuesioner diolah menggunakan software WarpPLS 7.0.

Kata Kunci-kesenjangan digital, *mobile banking*, SEM-PLS

I. PENDAHULUAN

Salah satu opsi perbankan yang bisa digunakan melalui smartphone ialah Mobile Banking. Selain itu, layanan ini bisa diakses melalui smartphone dengan fitur SMS (Short Message Service) dan GSM (Global System for Mobile Communication). Jenis transaksi yang bisa dilakukan melalui layanan ini mencakup transfer, mutasi, dan pembayaran berbagai jenis seperti pulsa, PLN, telepon, handphone, listrik, serta informasi pembelian. Di bawah ini adalah daftar hal yang membantu dalam proses transaksi Mobile Banking:

- A. Diperlukan penggunaan PIN Mobile Banking.
- B. Bebas menggunakan PIN asli. Saat kartu SIM terhubung ke jaringan GSM, individu harus memasukkan PIN.
- C. Jika kartu SIM dengan jaringan GSM digunakan, individu perlu menghubungi bank atau menggunakan layanan Call Center bank.

Selanjutnya, Keuangan (2019:19) menambahkan bahwa Mobile Banking atau sering disebut m-banking merupakan layanan yang memungkinkan transaksi perbankan dilakukan secara mudah dan praktis melalui smartphone atau ponsel. Layanan ini dapat diakses setelah mengunduh aplikasi di perangkat dan bisa digunakan dari berbagai lokasi seperti rumah, kantor, dalam negeri, atau luar negeri.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan taktik yang bisa diterapkan oleh berbagai jenis bisnis atau organisasi, karena dapat membantu dalam meningkatkan parameter ekonomi seperti harga barang dan layanan. Terdapat berbagai faktor yang memiliki pengaruh terhadap penetapan harga produk dan layanan, termasuk di antaranya proses produksi, distribusi, dan tingkat konsumsi (Fawzi et al., 2022). Konsep "pemasaran" merujuk kepada langkah-langkah yang dilakukan untuk menghasilkan suatu produk tertentu, seperti barang atau layanan, dengan memanfaatkan kombinasi bahan dan pendekatan yang bijaksana, sehingga menghasilkan hasil akhir yang diinginkan. Karena keterbatasan dalam potensi untuk mengajukan penawaran kepada sejumlah individu yang tertarik dengan proposisi yang diajukan, strategi ini juga memiliki relevansi dalam konteks masa mendatang.

B. Mobile Banking

Layanan *Mobile Banking* adalah solusi yang memudahkan kita dalam melakukan transaksi perbankan dengan cara yang sederhana dan efisien, yaitu melalui penggunaan smartphone atau ponsel. *Mobile Banking* dapat diakses setelah mengunduh aplikasinya pada perangkat ponsel, dan fasilitas ini dapat dimanfaatkan dari berbagai tempat seperti rumah, kantor, dalam negeri, dan bahkan di luar negeri (Keuangan, 2019:19). Aplikasi *Mobile Banking* menjadi metode yang paling umum digunakan untuk melaksanakan transaksi keuangan dengan menggunakan nomor telepon. Sebagaimana diungkapkan oleh (Keuangan, 2019:19), kemunculan perbankan digital telah meningkatkan kemajuan layanan perbankan karena kini nasabah bisa membuka rekening melalui beragam aplikasi seluler pada perangkat ponsel pribadi mereka. Proses pendaftaran online di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) dapat dilakukan melalui bank dengan memanfaatkan teknologi verifikasi biometrik. Selain itu, pelanggan juga diberikan kesempatan untuk melakukan transaksi dan pembayaran di cabang bank terdekat melalui layanan perbankan online. Penggunaan ATM di bank tetap menjadi metode paling umum untuk menjalankan transaksi.

C. Perilaku Konsumen

(Irwansyah, et al., 2021:1) menjelaskan bahwasanya perilaku konsumen adalah rangkaian aktivitas dan proses dalam menggunakan, menilai, serta membeli produk, yang secara bersama-sama memberikan dampak terhadap aspek ekonomi dan sosial masyarakat. Perilaku konsumen dibentuk oleh beragam faktor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen saat melakukan pembelian. Barang dengan nilai jual yang rendah (partisipasi rendah) melibatkan proses pengambilan keputusan yang sederhana. Sementara itu, ketika menghadapi produk dengan nilai jual yang tinggi (partisipasi tinggi), proses pengambilan keputusan dilakukan dengan lebih cermat dan mendalam. Memahami perilaku konsumen dalam konteks penerapan aplikasi mobile banking bisa menjadi faktor yang menarik bagi sektor perbankan untuk mengembangkan usahanya. Ini dikarenakan pemahaman tentang bagaimana masyarakat memanfaatkan aplikasi mobile banking dapat membantu perbankan dalam mengoptimalkan layanan serta menghadirkan fitur yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

D. Digital Divide

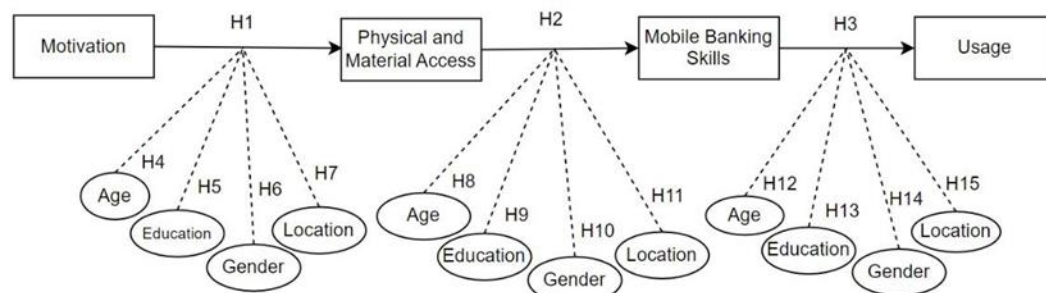
Dijk (2012:57) memaparkan bahwa Divisi Digital merujuk pada gambaran digital individu yang memiliki akses yang signifikan terhadap komputer, internet, serta bentuk media digital lainnya. Perbedaan dalam interpretasi individu terhadap pengetahuan ini juga dapat berhubungan dengan faktor-faktor ekonomi dan sosial, termasuk informasi yang diperoleh dari Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), yang dikumpulkan berdasarkan pertimbangan beragam elemen seperti Pendidikan, pelatihan, penggunaan, pelanggan, dan unsur etnis yang bertujuan untuk menyediakan layanan yang holistik. Fenomena ini menghasilkan pertanyaan survei yang mungkin menyebabkan tanggapan yang

beragam. Menerapkan analisis multivariat pada berbagai karakteristik individu dan menerapkan hasilnya untuk mengidentifikasi karakteristik dalam komunitas adalah salah satu metode yang digunakan untuk mengukur luas perpecahan digital.

E. Kerangka Pemikiran

Kajian ini berasal dari penelitian oleh Van Dijk pada tahun 2012 yang berjudul "The Evolution of the Digital Divide: The Digital Divide turns to Inequality of Skills and Usage", di mana dijelaskan empat tahap dalam penerapan teknologi digital, yakni motivasi, akses fisik, keterampilan digital, dan penggunaan. Landasan penelitian telah disesuaikan, dengan penekanan pada aspek "keterampilan digital" yang kini merujuk pada "Keterampilan Mobile Banking". Selain itu, artikel ini juga merujuk kepada riset sebelumnya oleh Yuldinawati pada tahun 2022 yang berjudul "Digital Inequalities Among MSE Entrepreneurs in Indonesia", yang menggunakan variabel moderator yang sama, yakni usia, pendidikan, jenis kelamin, dan lokasi. (Yuldinawati, Deursen, & Dijk, 2018: 140-141) menjelaskan bahwa Motivasi digunakan untuk memahami alasan dan tujuan individu dalam memanfaatkan internet untuk kepentingan bisnis, sementara untuk Akses Fisik dan Material digunakan untuk memahami cara individu memperoleh akses fisik ke objek seperti perangkat keras dan lunak terkait teknologi. Sedangkan Keterampilan Mobile Banking digunakan untuk mengukur sejauh mana individu memiliki kemampuan menggunakan layanan ojek. Ditambahkan pula variabel Lokasi sebagai moderator untuk memeriksa variasi yang mungkin terjadi di berbagai tempat, dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti budaya.

Kajian mengenai kesenjangan digital ini sangat relevan karena terdapat ketidaksetaraan dalam akses terhadap teknologi digital (Jan A.G.M. van Dijk, 2012), khususnya dalam konteks aplikasi Mobile Banking di Kota Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan teori dan literatur yang ada untuk menganalisis bagaimana kesenjangan digital memengaruhi adopsi aplikasi Mobile Banking di Kota Tasikmalaya. Model ini (Jan A.G.M. van Dijk, 2012) cocok digunakan karena deskripsinya mengenai kesenjangan digital sebagai masalah yang kompleks dengan hubungan sebab-akibat, sifat yang dinamis, dan perubahan fokus. Dengan dasar tersebut, diperoleh kerangka pemikiran dengan empat akses sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Dijk (2012), dan Yuldinawati (2022)

Ada empat cara untuk mengetahui apakah ada kesenjangan digital dalam penggunaan aplikasi *Mobile Banking* atau tidak di Kota Tasikmalaya. Didalam partisi lanjutan juga terdapat variabel tambahan yang dapat mempengaruhi akan terjadinya partisi terkomputerisasi, antara lain melalui variabel *age*, *education*, *gender*, dan *location*.

F. Hipotesis Penelitian

H1: *Motivation* memiliki pengaruh terhadap *physical & material access*.

H2: *Physical & material access* memiliki pengaruh terhadap *mobile banking skill*.

H3: *Mobile Banking Skill* memiliki pengaruh terhadap *usage*.

H4: *Age* memoderasi hubungan antara *motivation* terhadap *Physical & material access*.

H5: *Education* memoderasi hubungan antara *motivation* terhadap *Physical & material access*.

H6: *Gender* memoderasi hubungan antara *motivation* terhadap *Physical & material access*.

H7: *Location* memoderasi hubungan antara *motivation* terhadap *Physical & material access*.

H8: *Age* memoderasi hubungan antara *Physical & material access* terhadap *mobile banking skill*.

- H9: *Education* memoderasi hubungan antara *Physical & material access* terhadap *mobile banking skill*.
- H10: *Gender* memoderasi hubungan antara *Physical & material access* terhadap *mobile banking skill*.
- H11: *Location* memoderasi hubungan antara *Physical & material access* terhadap *mobile banking skill*.
- H12: *Age* memoderasi hubungan antara *mobile banking skill* terhadap *usage*
- H13: *Education* memoderasi hubungan antara *mobile banking skill* terhadap *usage*
- H14: *Gender* memoderasi hubungan antara *mobile banking skill* terhadap *usage*
- H15: *Location* memoderasi hubungan antara *mobile banking skill* terhadap *usage*.

III. METODE PENELITIAN

Studi ini akan mengadopsi pendekatan kuantitatif, di mana istilah "kuantitatif" mengindikasikan metode yang memfokuskan pada penerapan teknik yang bertujuan untuk memperoleh data berupa angka, serta melibatkan tahap analisis dan penyusunan data. Apabila hasil pembelajaran diungkapkan melalui metode seperti permainan, tabel, grafik, atau alat lain yang serupa, maka proses ini akan memberikan hasil yang lebih sukses (Siyoto & Sodik, 2015:17).

IV. HASIL PENELITIAN

A. Evaluasi Pengukuran (*Outer Model*)

Validitas konvergen menggambarkan sejauh mana sebuah pengukuran mengindikasikan tingkat kesamaan antara indikator yang memiliki hubungan positif dengan indikator lain pada variabel yang sama (Sholihin & Ratmono, 2020). Nilai loading factor yang sering digunakan adalah >0,7. Namun, dalam beberapa situasi, seperti pada pengembangan kuesioner yang baru, nilai loading factor >0,7 sering tidak tercapai seperti yang disebutkan oleh (Hair et al., 2017). Karena studi mengenai kesenjangan digital adalah area yang masih tergolong baru, terutama di Indonesia, peneliti akan menggunakan outer loading yang terkait dengan setiap indikator, dengan batasan nilai >0,4 (Amora, 2021; Hair et al., 1987; 2009; Kock, 2014). Selain itu, akan digunakan average variance extracted (AVE) dengan kriteria nilai >0,5 untuk melengkapi analisis (Sholihin & Ratmono, 2020: 86).

Dalam pengukuran reflektif dalam PLS, terdapat tahapan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Convergent Validity

Variabel	Indikator	Loading Factor (> 0.4)	AVE (> 0.5)	Keterangan
<i>Motivation</i> (MO)	MO1	0.707	0.639	Valid
	MO2	0.877		Valid
	MO3	0.930		Valid
	MO4	0.898		Valid
	MO5	0.503		Valid
Physical and Material Access (PM)	PM1	0.591	0.558	Valid
	PM2	0.808		Valid
	PM3	0.913		Valid
	PM4	0.631		Valid
<i>Mobile Banking</i> Skill (MB)	MB1	0.873	0.828	Valid
	MB2	0.942		Valid
	MB3	0.943		Valid
	MB4	0.967		Valid
	MB5	0.959		Valid
	MB6	0.947		Valid
	MB7	0.948		Valid
	MB8	0.955		Valid
	MB9	0.942		Valid
	MB10	0.960		Valid
	MB11	0.879		Valid
	MB12	0.877		Valid
	MB13	0.918		Valid

	MB14	0.960		Valid
	MB15	0.974		Valid
	MB16	0.971		Valid
	MB17	0.968		Valid
	MB18	0.970		Valid
	MB19	0.960		Valid
	MB20	0.576		Valid
	MB21	0.819		Valid
	MB22	0.470		Valid
	MB23	0.873		Valid
	MB24	0.847		Valid
	MB25	0.906		Valid
	MB26	0.914		Valid
	MB27	0.943		Valid
	MB28	0.942		Valid
	MB29	0.961		Valid
	MB30	0.931		Valid
Usage (US)	US1	0.891	0.860	Valid
	US2	0.877		Valid
	US3	0.923		Valid
	US4	0.963		Valid
	US5	0.958		Valid
	US6	0.951		Valid

Sumber: Data yang telah diolah 2023

Data yang diolah dari tabel 4.1 telah dianalisis menggunakan perangkat lunak WarpPLS 7.0. Variabel motivasi, yang terdiri dari indikator (MO1, MO2, MO3, MO4, dan MO5), menunjukkan nilai rata-rata loading factor sebesar 0,639, yang berarti ($>0,5$), mengindikasikan bahwa semua indikator dalam variabel Motivasi valid. Variabel Akses Fisik dan Material, yang terdiri dari indikator (PM1, PM2, PM3, PM4), juga memiliki nilai rata-rata loading factor sebesar 0,558, yang artinya ($>0,5$), sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator dalam variabel Akses Fisik dan Material juga valid. Selanjutnya, untuk variabel Keterampilan Mobile Banking yang melibatkan 30 indikator (MB1-MB30), memiliki rata-rata loading factor sebesar 0,828, yang berarti lebih besar dari ($>0,5$), mengindikasikan bahwa semua indikator dalam variabel Keterampilan Mobile Banking valid. Pada variabel Penggunaan, memiliki nilai rata-rata loading factor sebesar 0,860, yang artinya lebih besar dari 0,5 ($>0,5$), menunjukkan bahwa semua indikator dalam variabel Penggunaan juga valid.

Menurut pandangan (Sholihin & Ratmono, 2020), nilai Average Variance Extracted (AVE) seharusnya ($>0,5$). Berdasarkan analisis yang dilakukan menggunakan WarpPLS 7.0, semua variabel laten (Motivasi, Akses Fisik dan Material, Keterampilan Mobile Banking, dan Penggunaan) memiliki nilai yang lebih besar dari 0,5 ($>0,5$), mengindikasikan bahwa keempat variabel laten ini memiliki tingkat validitas yang tinggi. Berdasarkan hasil di atas, semua variabel laten yang diselidiki dapat menggunakan indikator atau item pada setiap pertanyaan, karena semua indikator telah terbukti valid dan layak untuk digunakan dalam analisis.

1. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan mengindikasikan sejauh mana variabel laten berbeda dari laten lainnya, sebagaimana yang ditunjukkan dalam konteks penelitian empiris. Validitas diskriminan bertujuan untuk mengidentifikasi aspek yang tidak dapat diwakili oleh variabel laten lain dalam model tersebut (Sholihin & Ratmono, 2020). Ada dua pendekatan dalam mengevaluasi validitas diskriminan, yakni Cross-loadings yang digunakan sebagai pendekatan awal untuk menilai diskriminan dari setiap indikator. Kemudian, kriteria Fornell-Larcker digunakan untuk membandingkan nilai akar dari Average Variance Extracted (AVE) dengan tingkat hubungannya dengan variabel laten (Sholihin & Ratmono, 2020).

Tabel 4.2 Hasil Cross-Loadings

	MO	PM	MB	US	Keterangan
MO1	(0.707)	0.113	-0.218	0.330	Valid
MO2	(0.877)	-0.122	0.240	-0.194	Valid
MO3	(0.930)	-175	0.128	-0.003	Valid
MO4	(0.898)	-0.099	-0.111	0.440	Valid
MO5	(0.503)	0.554	-0.151	-0.906	Valid
PM1	-0.055	(0.591)	0.157	0.337	Valid
PM2	0.065	(0.808)	0.028	0.400	Valid
PM3	-0.045	(0.913)	-0.018	-0.026	Valid
PM4	0.035	(0.631)	-0.157	-0.790	Valid
MB1	-0.028	-0.101	(0.873)	0.207	Valid
MB2	-0.105	-0.073	(0.942)	0.284	Valid
MB3	-0.150	-0.028	(0.943)	0.262	Valid
MB4	-0.115	0.005	(0.967)	0.128	Valid
MB5	-0.073	0.018	(0.959)	0.129	Valid
MB6	0.063	-0.045	(0.947)	-0.050	Valid
MB7	-0.002	-0.098	(0.948)	0.098	Valid
MB8	0.007	-0.74	(0.955)	0.094	Valid
MB9	0.030	-0.065	(0.942)	0.126	Valid
MB10	0.025	-0.039	(0.960)	0.032	Valid
MB11	-0.041	-0.030	(0.879)	0.276	Valid
MB12	-0.049	-0.059	(0.877)	0.301	Valid
MB13	0.047	-0.048	(0.918)	0.073	Valid
MB14	0.017	-0.056	(0.960)	-0.076	Valid
MB15	-0.076	-0.012	(0.974)	-0.029	Valid
MB16	-0.066	0.020	(0.971)	0.004	Valid
MB17	-0.034	-0.004	(0.968)	0.046	Valid
MB18	-0.057	-0.037	(0.970)	-0.034	Valid
MB19	-0.026	-0.033	(0.960)	-0.051	Valid
MB20	0.099	0.488	(0.576)	-0.755	Valid
MB21	0.050	0.145	(0.819)	-0.359	Valid
MB22	0.026	0.803	(0.470)	-0.816	Valid
MB23	0.225	-0.160	(0.873)	0.032	Valid

MB24	0.072	-0.036	(0.847)	0.024	Valid
MB25	0.048	0.043	(0.906)	-0.070	Valid
MB26	0.035	0.066	(0.914)	-0.229	Valid
MB27	0.088	0.031	(0.943)	-0.286	Valid
MB28	0.093	-0.014	(0.942)	-0.141	Valid
MB29	-0.072	0.006	(0.961)	-0.026	Valid
MB30	0.060	-0.025	(0.931)	0.106	Valid
US1	0.003	0.005	-0.299	(0.891)	Valid
US2	0.062	-0.057	-0.345	(0.877)	Valid
US3	0.064	0.045	0.267	(0.923)	Valid
US4	-0.025	-0.032	0.170	(0.963)	Valid
US5	-0.019	0.010	0.134	(0.958)	Valid
US6	-0.077	0.027	0.032	(0.951)	Valid

Sumber: Data yang telah diolah 2023

Dalam tabel 4.2, terlihat bahwa secara khusus, loading dari setiap indikator pada setiap variabel laten lebih tinggi dibandingkan dengan loading pada variabel laten lainnya. Fenomena ini mengindikasikan bahwa semua konstruk dalam variabel laten memiliki validitas diskriminan yang baik.

Tabel 4.3 Fornell-Larcker Criterion

Variabel	AVE	\sqrt{AVE}	Keterangan
MO	0.639	0.799	Valid
PM	0.558	0.747	Valid
MB	0.828	0.910	Valid
US	0.860	0.928	Valid

Sumber: Data yang telah diolah, 2023

Dengan merujuk pada informasi yang tercantum dalam tabel 4.3, tampak bahwa hasil yang dihasilkan dari penerapan Fornell-Larcker Criterion memberikan gambaran bahwa kriteria ini berhasil memenuhi aspek validitas diskriminan. Keberhasilan ini dapat dilihat dari perbandingan antara nilai \sqrt{AVE} (akar dari Average Variance Extracted) dan nilai AVE itu sendiri, di mana \sqrt{AVE} memperlihatkan tingkat yang lebih tinggi dibandingkan nilai AVE. Oleh karena itu, dengan dasar perbandingan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kriteria Fornell-Larcker secara positif memenuhi kondisi validitas diskriminan.

2. Uji Reabilitas

Validitas reliabilitas diimplementasikan guna menetapkan konsistensi, akurasi, serta ketepatan instrumen dalam mengukur suatu konstruk (Ghozali, 2021). Pendekatan yang tersedia untuk mengukur reliabilitas mencakup Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Cronbach's Alpha memiliki asumsi bahwa tiap indikator memiliki beban yang serupa pada variabel laten yang diukur, dan sering kali memberikan estimasi yang terlalu rendah (*underestimate*). Oleh karena itu, Composite Reliability diperlukan sebagai alternatif untuk menghitung beban yang berbeda pada setiap indikator, mengatasi kelemahan tersebut.

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha (>0,6)	Composite Reliability (>0,7)	Kesimpulan
MO	0.846	0.895	Reliabel
PM	0.722	0.830	Reliabel
MB	0.992	0.993	Reliabel
US	0.967	0.974	Reliabel
AGE1	1.000	1.000	Reliabel
EDU1	1.000	1.000	Reliabel
GEN1	1.000	1.000	Reliabel
LOC1	1.000	1.000	Reliabel
AGE2	1.000	1.000	Reliabel
EDU2	1.000	1.000	Reliabel
GEN2	1.000	1.000	Reliabel
LOC2	1.000	1.000	Reliabel
AGE3	1.000	1.000	Reliabel
EDU3	1.000	1.000	Reliabel
GEN3	1.000	1.000	Reliabel
LOC3	1.000	1.000	Reliabel

Sumber: Data yang diolah, 2023

Berdasarkan informasi yang diberikan dalam tabel 4.4, terlihat bahwa nilai Cronbach's Alpha pada tiap variabel laten sudah melebihi ($> 0,6$), dan nilai Composite Reliability pada masing-masing variabel laten juga sudah berada pada angka yang lebih tinggi dari ($> 0,7$), sesuai dengan pedoman standar yang telah ditetapkan (Ghozali, 2021). Dengan demikian, berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa item-item atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki validitas reliabilitas yang memadai. Hal ini menandakan bahwa item-item tersebut memiliki kapabilitas untuk mengukur fenomena yang sama secara konsisten, dan pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini dapat dimengerti secara seragam, terutama oleh responden dari masyarakat Kota Tasikmalaya.

B. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

1. Iv.Ii.I Uji *R-Squared* (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) dapat dilaksanakan untuk mengevaluasi tingkat kekuatan prediksi dari suatu model struktural (Ghozali, 2021). Secara prinsipil, rentang nilai (R^2) berada dalam skala 0 hingga 1, menandakan bahwa semakin tinggi nilai (R^2), semakin akurat hubungan antar variabel dalam prediksi dan memiliki tingkat keakuratan yang lebih tinggi. Evaluasi nilai (R^2) dapat dikelompokkan dalam tiga kategori, yakni 0,75 (tinggi), 0,5 (sedang), dan 0,25 (rendah), sesuai dengan kerangka yang dijelaskan oleh (Hair et al., 2017). Penghitungan koefisien determinasi (R^2) dalam konteks penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Variabel	Nilai Determinasi (R^2)	Keterangan	Nilai average (R^2)
MO			
PM	0.531	Moderat	65,0%
MB	0.608	Moderat	
US	0.811	Kuat	

Sumber: Data yang diolah (2023)

Dalam proses pengujian terhadap koefisien determinasi (R^2), dapat diperhatikan bahwa pada konstruk Akses Fisik dan Material, terdapat nilai sebesar 0,531 yang merefleksikan tingkat keberhasilan prediksi hubungan variabel. Di sisi lain, untuk konstruk Keterampilan Mobile Banking, terlihat bahwa nilai yang dihasilkan adalah sebesar 0,608, yang

memperlihatkan tingkat prediksi yang lebih kuat terhadap hubungan variabel. Lebih lanjut, pada variabel Penggunaan, tampak bahwa tercapai nilai 0,811 yang mencerminkan tingkat keakuratan prediksi yang paling tinggi dalam hubungan antar variabel tersebut.

2. Uji *Effect Size* (F^2)

Melakukan evaluasi terhadap ukuran efek (*effect size*) memiliki relevansi yang penting dalam pemahaman mengenai dampak dari variabel eksogen terhadap variabel endogen yang terkait. Dalam rangka melakukan pengujian ini, terdapat tiga pedoman dalam menentukan ukuran efek, yaitu: kecil (0,02), sedang (0,15), dan besar (0,35), sebagaimana dijabarkan oleh para peneliti (Kock, 2013; Hair et al., 2017). Formula yang akan digunakan untuk menghitung nilai ukuran efek dirumuskan sebagai berikut:

$$f^2 = \frac{R^2_{included} - R^2_{excluded}}{1 - R^2_{included}}$$

Koefisien determinasi (R^2) merupakan angka yang mencerminkan sejauh mana kemampuan suatu model dalam menjelaskan variasi yang ada pada variabel laten kriterion saat terdapat variabel eksogen tertentu yang dimasukkan (*included*) atau diabaikan (*excluded*) dari model. Proses perhitungan dilakukan melalui perangkat lunak PLS yang melibatkan dua tahap estimasi, yakni:

- a. Mengestimasi model dengan memasukkan variabel laten prediktor tertentu ke dalam struktur model dan menghasilkan nilai R *included*.
- b. Mengestimasi model dengan menghilangkan variabel laten prediktor tertentu dari struktur model dan menghasilkan nilai R *excluded*.

Hair dkk. dan Kock (sebagaimana diutarakan dalam Solihin & Ratmono, 2020: 84) menjelaskan tentang tiga kategori ukuran efek (*effect size*), yaitu ukuran efek kecil (0,02), ukuran efek sedang (0,15), dan ukuran efek besar (0,35). Berikut ini adalah hasil pengujian ukuran efek (f^2) dalam kerangka penelitian ini.

Tabel 4. 2Uji Effect Size

Variabel	Nilai <i>effect size</i> (f^2)	Keterangan
MO		
PM	0.531	Besar
MB	0.573	Besar
US	0.781	Besar

Sumber: Data yang diolah, 2023

Tabel 4.6 menunjukkan hasil perhitungan dalam pengujian ukuran efek (*effect size*) yang menampakkan bahwa estimasi variabel akses fisik dan material, keterampilan *mobile banking*, dan penggunaan memperlihatkan pengaruh signifikan yang bersifat substansial terhadap variabel endogen. Pada konteks yang sama, (Solihin & Ratmono, 2020) telah menguraikan panduan kriteria untuk penentuan nilai ukuran efek, dan dengan acuan tersebut, diperkuat kesimpulan bahwa nilai ukuran efek dalam penelitian ini memiliki dampak yang signifikan secara substansial.

3. Uji *Q-Squared* (Q^2)

Predictive relevance (Q^2) dimanfaatkan untuk mengukur kebermaknaan prediksi pada suatu model. Ini bermakna bahwa pengujian (Q^2) digunakan untuk secara efisien memproyeksikan data yang tidak dipakai dalam proses estimasi model (Sholihin & Ratmono, 2020:91). Apabila nilai $Q^2 > 0$, hal ini menunjukkan bahwa suatu konstruk memiliki relevansi prediksi yang signifikan, sedangkan apabila nilai $Q^2 < 0$, hal ini mengindikasikan bahwa suatu konstruk tidak memiliki relevansi prediksi yang berarti (Ghozali, 2021).

Tabel 4. 3Uji Predictive Relevance (Q-squared)

Variabel	Q-square	Keterangan
----------	----------	------------

MO		
PM	0.541	Prediktif (Baik)
MB	0.609	Prediktif (Baik)
US	0.812	Prediktif (Baik)

Sumber: Data yang telah diolah, 2023

Dari perhitungan predictive relevance (Q^2) yang telah dijalankan di atas, tampak bahwa setiap variabel laten menghasilkan nilai $Q^2 > 0$, menggambarkan bahwa semua variabel laten memiliki relevansi prediksi yang substansial. Oleh karena itu, dalam kerangka penelitian ini, dapat ditegaskan bahwa ketika masyarakat Kota Tasikmalaya menunjukkan motivasi dalam mengadopsi teknologi digital, dampak prediksi dalam mengaktifkan akses fisik dan material, memperoleh pemahaman terhadap keterampilan *mobile banking*, dan akhirnya menggunakan layanan mobile banking, akan mengalami peningkatan yang berarti.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, tampak bahwa adopsi *Mobile Banking* di Kota Tasikmalaya mengalami empat tahapan yang terdisclose dengan signifikansi. Tahapan-tahapan tersebut mencakup *Motivation, physical & material access, Mobile Banking skill*, dan *usage*. Hasil penelitian mengungkap bahwa kesemua tahapan ini, yang menjadi variabel konstruk dalam kajian ini, berperan penting dan memiliki tingkat signifikansi yang cukup kuat, mengindikasikan bahwa tidak ada kesenjangan digital yang mencegah proses adopsi *Mobile Banking* di Kota Tasikmalaya. Masing-masing dari empat konstruk di atas juga didukung oleh faktor-faktor moderator, yaitu *age, education, gender*, dan *location*. Namun, meskipun terdapat konsistensi dalam adopsi *Mobile Banking* di Kota Tasikmalaya, variasi dalam adopsi masih terlihat dalam konteks faktor moderator.

Sebagai contoh, tingkat pendidikan mempengaruhi motivasi untuk menggunakan material seperti smartphone dan internet serta siap fisik dalam konteks beragam tingkat pendidikan di Kota Tasikmalaya. Laki-laki dan perempuan memiliki motivasi serta dorongan yang berbeda dalam mengakses material seperti smartphone dan internet, juga mempunyai perbedaan dalam pengalaman adopsi teknologi digital serta ketertarikan terhadap inovasi. Faktor-faktor ini juga turut mempengaruhi penguasaan skill terkait penggunaan *Mobile Banking*. Selanjutnya, faktor lokasi juga menjadi moderasi dalam hubungan antara *physical & material access* dengan *Mobile Banking skill*, serta antara *Mobile Banking skill* dengan *usage*. Ini mengindikasikan bahwa variasi dalam lokasi di Kota Tasikmalaya memiliki dampak dalam penggunaan *Mobile Banking*, baik dalam hal frekuensi maupun variasi penggunaan.

Oleh karena itu, dalam konteks ini, evaluasi yang mendalam, terutama oleh pihak perbankan di Kota Tasikmalaya, menjadi penting untuk memahami perilaku nasabah, mempertahankan pelanggan, dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa masyarakat Kota Tasikmalaya akan terus menerapkan *Mobile Banking* dalam jangka waktu yang berkelanjutan.

B. Saran

1. Saran Praktis

Temuan yang telah diungkapkan oleh penelitian ini dapat memberikan saran berharga bagi lembaga perbankan untuk mengembangkan strategi kampanye digital yang tidak hanya menarik, tetapi juga inovatif agar dapat mencapai dan memengaruhi beragam audiens dengan merata. Salah satu pendekatan yang dapat diambil adalah memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta memanfaatkan iklan daring yang memiliki elemen kreativitas yang tinggi. Pemanfaatan konten visual yang menarik juga memiliki potensi besar untuk mengenalkan manfaat dan kemudahan dalam memanfaatkan aplikasi *Mobile Banking*.

Selain itu, penting untuk melakukan diversifikasi dalam menargetkan berbagai kelompok demografis dengan memahami serta menyesuaikan strategi pemasaran aplikasi Mobile Banking untuk setiap kelompok tersebut, seperti generasi muda, generasi tua, dan berbagai wilayah. Faktor-faktor demografi ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi dan kebutuhan pengguna, sehingga penyesuaian yang tepat akan menjadi kunci dalam meraih kesuksesan kampanye digital untuk menarik minat dan membangun kepercayaan dari berbagai segmen pengguna.

Selain itu, pemerintah memiliki peran yang penting dalam memberikan dukungan kepada sektor perbankan dengan membangun infrastruktur digital yang tangguh, dengan tujuan untuk memperkuat konektivitas telekomunikasi dan mengatasi kesenjangan digital yang ada. Hal ini akan membantu menciptakan lingkungan yang kondusif bagi peningkatan adopsi teknologi digital, serta meningkatkan aksesibilitas ke layanan perbankan melalui platform Mobile Banking.

2. Saran Akademis

Dalam aspek akademis, disarankan agar penelitian-penelitian di masa mendatang mempertimbangkan penggunaan CB-SEM sebagai metode analisis yang lebih sesuai. Hal ini disarankan karena saat ini, konsep mengenai kesenjangan digital masih belum sepenuhnya berkembang di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini memilih untuk menggunakan PLS-SEM dengan tujuan untuk menerapkan SEM dalam kerangka memprediksi variabel laten yang diinginkan. Namun, mengingat kemajuan teknologi yang berjalan sangat dinamis, dapat diantisipasi bahwa teori mengenai kesenjangan digital akan terus berkembang secara komprehensif di masa yang akan datang. Sejalan dengan perkembangan tersebut, penggunaan CB-SEM dianggap lebih tepat, karena metode ini lebih berfokus pada pengujian dan konfirmasi teori daripada sekadar memprediksi.

Lebih lanjut, penelitian ini juga memiliki potensi untuk menjadi referensi berharga bagi kalangan akademisi dalam menyelenggarakan seminar atau pelatihan, terutama bagi individu dengan tingkat literasi digital yang masih terbatas. Hal ini dapat membantu mereka memahami proses adopsi teknologi digital, terutama Mobile Banking, dengan tujuan mengurangi kesenjangan digital yang ada.

REFERENSI

- Admara, K. W., & Giri, R. W. (2023). DIGITAL DIVIDE AND MOBILE BANKING UTILIZATION IN MEDAN CITY : AN EMPIRICAL INVESTIGATION. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*.
- Alkhowaiter, W. A. (2020). Digital payment and banking adoption research in Gulf countries: A. *ELSIVIER*, 17.
- Baptista, G., & Oliveria, T. (2015). Understanding mobile; The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *ELSIVIER*.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Deursen, A. V., & Dijk, J. V. (2010). Internet skills and the . *SAGE*, 911.
- Dijk, V. (2012). *The Evolution of the Digital Divide The Digital Divide turns to Inequality of Skills and Usage*.
- Fakhilna, J. R. (2021). DIGITAL DIVIDE: STRATEGI PERPUSTAKAAN SEKOLAH MENGHADAPI ERA SOCIETY 5.0 DI MASA PANDEMI COVID 19. *Jurnal Kajian Kepustakawanan*.
- Fawzi, M. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Firmansyah, A. (2019). *PEMASARAN (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Giri, R. R., & Fauziah, R. (2016). Customer Preference in using Internet Banking .
- Giri, R. W., & Haryanto, T. A. (2021). Analisis Adopsi Mobile Banking Nasabah Bank di Jawa Tengah Menggunakan Model UTAUT dengan Budaya Sebagai Moderator. *eProceedings of Management*.
- Hair, J. F., Hult, G. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition*. United States of America: SAGE Publications, Inc.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Haryati, D., & Feranika, A. (2021). *Sistem Informasi Perbankan*. Koto Baru: CV Insan Cendekia Mandiri.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., . . . Triwardhani, D. (2021). *Perilaku KONSUMEN*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Keuangan, O. J. (2019). *BUKU 2 Perbankan Seri Literasi Keuangan Perguruan Tinggi*. Jakarta: OJK.
- Keuangan, O. J. (2019). *OJK TERBITKAN PANDUAN DIGITAL BANKING*. Retrieved from SIKAPIUANGMU: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/348>

- Klyton, A. v., Mesias, J. F., & Munoz, W. C. (2020). Innovation resistance and mobile banking in rural Colombia. *ELSIVIER*.
- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., & Arif, A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan. 29.
- Lestari, A., Cesarie, H. F., & Azzahra, R. F. (2022). *Kota Tasikmalaya dalam Angka 2022*. Tasikmalaya: BPS Kota Tasikmalaya.
- Masrek, N. M., Mohamed, I. S., Daud, N. M., & Omar, N. (2014). Technology trust and mobile banking satisfaction: A case of Malaysian consumers. *ELSIVIER*.
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (2019). A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between. *ELSIVIER*, 12.
- Montazemi, A. R., & Saremi, H. Q. (2015). Factors affecting adoption of online banking: A meta-analytic structural equation modeling study. *ELSIVIER*.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN*. Bandung: Media Sahabat Cendekia.
- Ramadhaniyah, M., & Giri, R. W. (2023). Analisis Pengaruh Digital Divide terhadap Penggunaan Mobile Banking di Kota Bontang. *Economics and Digital Business Review*.
- Sagita, D. V., & Giri, W. R. (2023). Analisis Digital Divide Terhadap Penggunaan Mobile Banking di Kota Purwokerto. *Jurnal Mirai Management*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Shareef, M. A., Baadullah, A., Dutta, S., & Kumar, V. (2018). Consumer adoption of mobile banking services: An empirical examination of. *ELSIVIER*, 67.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Yogyakarta: ALFABETA.
- Van Deursen, A. J., Helsper, E. J., & Eynon, R. (2016). *Development and Validation of the Internet Skills Scale (ISS)*. London: Information, communication and society.
- Yayat, H. D. (2014). Kesenjangan Digital di Indonesia. *Jurnal Pekommas*.
- Yuldinawati, L. (2022). Digital Inequalities Among MSE Entrepreneurs in Indonesia. 193.
- Yuldinawati, L., Deursen, A. J., & Dijk, J. A. (2018). Exploring the Internet Access of Indonesian SME Entrepreneurs. *International Journal of Business*, 247.
- Zaenudin, C. A., & Tricahyono, D. (2023). Analysis of the Use of Mobile Banking Using the Unified Theory of Acceptance and Use and Word-of-Mouth (WOM) for BNI Customers in Bandung. 323.
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to Explain Mobile Banking User Adoption. *ELSIVIER*.