

Literasi Digital Dan Intensi Individu Untuk Mengadopsi Mobile Banking (Studi pada PT Bank Sumsel Babel Kantor Cabang Kabupaten Pali)

Rifa Anugrah¹, Anang Dwi Santoso², Ryan Adam³

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya
e-mail: rifaanugrah2001@gmail.com

²Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
e-mail: anangdwi@fisip.unsri.ac.id

³Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
e-mail: ryanadam@fisip.unsri.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji dan menjelaskan apakah terdapat pengaruh literasi digital terhadap intensi untuk mengadopsi *m-banking* BSB *Mobile* di Bank Sumsel Babel Cabang Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (Pali) yang dimediasi oleh persepsi terhadap kegunaan dan persepsi terhadap kemudahan. Teori yang digunakan yaitu teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dari Davis dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dari Ajzen. Menggunakan teknik penelitian kuantitatif dengan jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Metode yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*. Analisis data menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) yang diolah menggunakan perangkat lunak *SmartPLS 3*. Terdapat 115 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi untuk mengadopsi *m-banking* BSB *Mobile*. Persepsi terhadap kegunaan dan persepsi terhadap kemudahan berpengaruh positif dan signifikan sebagai variabel interveining dan berperan sebagai partial mediation.

Kata Kunci : Literasi digital, persepsi, intensi untuk mengadopsi

PENDAHULUAN

Nasabah perbankan di seluruh dunia telah mengadopsi layanan Mobile banking karena dapat memudahkan aktivitas perbankan. Layanan ini hampir tidak terpisahkan dari layanan perbankan yang bertujuan untuk memudahkan nasabah, dengan menggunakan aplikasi yang diunduh melalui telepon genggam dan jaringan internet seperti WIFI, 3G atau 4G LTE. Mobile banking didefinisikan oleh Lembaga OJK atau Otoritas Jasa Keuangan sebagai transaksi perbankan yang dapat diakses oleh nasabah bank melalui layanan ponsel atau smartphone dengan aplikasi yang diunduh dan diinstal oleh pengguna bank. Menurut Maulana (2019), *m-banking* merupakan layanan yang dapat diakses secara realtime dengan fitur perbankan seperti melihat aktivitas dan berita mutasi keuangan secara cepat dan sederhana. Bank Royal Skotlandia pada tahun 2009 merupakan bank pertama yang memperkenalkan layanan Mobile Banking melalui aplikasi *m-banking* pertama di dunia pada telepon pintar iPhone. Bank Sumsel Babel juga memiliki layanan *m-banking* bernama "Bank SumselBabel Mobile" atau "BSB Mobile" yang diluncurkan pada tanggal 4 November 2018 di App Store dan Play Store.

Bank Sumsel Babel Cabang Pali merupakan cabang yang terletak di Kabupaten Panukal Abab Lematang Ilir, Provinsi Sumatera

Selatan. Kabupaten Panukal Abab Lematang Ilir atau yang biasa disebut Pali merupakan kabupaten yang cukup kecil di wilayah Sumatera Selatan dengan memiliki luas wilayah sebesar 1.840 km² dan memiliki jumlah penduduk sebanyak 197,290 jiwa yang tersebar di 91 Desa/Kabupaten. Kabupaten yang hampir memiliki luas wilayah yang sama yaitu Pagar Alam dengan wilayah 633,66 km². (Badan Pusat Statistik Kabupaten Muara Enim, 2022)

Rendahnya penggunaan aplikasi BSB Mobile disebabkan oleh rendahnya penerimaan sinyal internet telepon seluler di Kabupaten Pali, hanya sekitar 71 desa/kelurahan yang menerima sinyal 4G/LTE, dan 21 desa/kelurahan yang menerima sinyal 3G pada tahun 2021. Namun, Kabupaten Pali memiliki laju pertumbuhan yang cukup tinggi di Provinsi Sumatera Selatan dan potensi pasar yang besar untuk penduduknya menggunakan *m-banking*. Penelitian ini akan menyelidiki efek langsung ataupun tidak langsung dari determinan literasi digital terhadap intensi individu untuk mengadopsi *m-banking*, Literasi Digital menurut Martin dikutip dari (Ullah et al., 2022) adalah "Kesadaran, sikap dan kemampuan individu untuk secara tepat menggunakan alat dan fasilitas digital untuk mengidentifikasi, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, menganalisis dan mensintesis sumber daya digital,

membangun pengetahuan baru, menciptakan ekspresi media, dan berkomunikasi dengan orang lain, dalam konteks situasi kehidupan tertentu, untuk memungkinkan tindakan sosial yang konstruktif; dan untuk merenungkan proses.” variabel eksternal literasi digital ini didasarkan dari model Theory of Planned Behavior (TPB),

Berdasarkan dari (Ajzen, 1991) bahwa perceived behavioral control (kontrol perilaku), subjective norms (norma subjektif), dan attitude (sikap) yang dirasakan akan membentuk niat melakukan perilaku tertentu kepada suatu individu. Menurut salah satu anggapan TPB, kontrol perilaku yang dirasakan secara langsung memengaruhi niat perilaku individu. Jadi, peneliti mengasumsikan bahwa literasi digital yang menjadi atribut dari persepsi kontrol perilaku dapat memengaruhi niat konsumen dalam menerima penggunaan m-banking. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh (Ullah et al., 2022) dan (Pradini & Susanti (2021) menunjukkan bahwa ada pengaruh positif pada literasi digital dalam intensi untuk mengadopsi m-banking.

Penelitian ini juga menyajikan model penelitian yang diusulkan untuk meningkatkan pemahaman kita tentang niat intensi adopsi m-banking, memperluas TAM (Davis, 1989) dengan memasukkan faktor digital literasi. Intensi menurut Dayakisini & Hudaniah (2015) dalam Sukma (2019) merupakan niat suatu Individu untuk melakukan perilaku tertentu. Adopsi menurut Asumsi TAM asli menyatakan peran kegunaan dan persepsi terhadap kemudahan sebagai mediator antara variabel eksternal dan niat untuk mengadopsi teknologi. Variabel eksternal didasarkan pada karakteristik kontrol perilaku yang dirasakan (literasi digital), yang didapatkan dari Theory of Planned Behavior (TPB).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi digital, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan terhadap intensi mengadopsi m-banking dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif eksplanatif. Peneliti membuat hipotesis sebagai asumsi awal untuk menjelaskan hubungan antar variabel dan menggunakan software SmartPLS 3.0 untuk menjalankan model PLS-SEM. Jumlah sampel yang digunakan adalah 115 nasabah yang dipilih dengan menggunakan Non Probability Sampling dan teknik Accidental Sampling. Analisis dilakukan dengan menggunakan teknik Partial

Least Square (PLS)-Structural Equation Modelling (SEM) dan uji validitas dan reliabilitas dilakukan menggunakan aturan praktis. Indikator dalam penelitian ini bersifat reflektif karena konsep atau variabel laten memengaruhi variabel-variabel tersebut.

Tabel 1. Aturan Praktis Validitas Konvergen

<i>Parameter</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Referensi</i>
<i>Outer loadings</i>	> 0,7	(Abdillah & Hartono, 2021)(Hair dkk., 2016)
<i>Outer loadings</i>	0,40~0,70 Jika indikator tidak memengaruhi peningkatan AVE maka nilai yang ditetapkan indikator bisa dipertahankan.	(Hair dkk., 2016)
<i>Outer loadings</i>	< 0,40 Konstruk dihapus	(Hair dkk., 2016)
AVE	>0,50	(Abdillah & Hartono, 2021) (Hair dkk., 2016)

Sumber : Hasil Olah Data

Tabel 2. Aturan Praktis Validitas Diskriminan

<i>Parameter</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Referensi</i>
<i>Cross loading</i>	<i>Outer loading</i> > <i>Cross loading</i>	(Hair dkk., 2016)

Sumber : Hasil Olah Data

Tabel 3. Aturan Praktis Reliabilitas

<i>Parameter</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Referensi</i>
<i>Composite Reliability</i>	>0,7	(Abdillah & Hartono, 2021)
<i>Cronbach's Alpha</i>	>0,6	(Abdillah & Hartono, 2021)

Sumber : Hasil Olah Data

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis telah melakukan penelitian berdasarkan dari data yang diperoleh, data yang akan dilampirkan berikut merupakan hasil dari penyebaran kuesioner kepada semua responden yang telah penulis jelaskan diatas. Hasil dari kuesioner responden tersebut akan diolah menggunakan dua teknik analisis statistik yaitu Teknik Analisis Eksplanatif Kuantitatif dan tidak lupa menggunakan Uji Hipotesis Partial Least Square (PLS). Pada uji bagian awal outer model ini, penulis harus membuktikan bahwa validitas konvergen harus senada dengan prinsip konstruk harus berkorelasi tinggi dengan pengukur-pengukur. Untuk membuktikan apakah konstruk dan indikator memenuhi kriteria pada validitas konvergen, penulis akan menyajikan nilai cross loading dari setiap indikator.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Validitas Konvergen

Variabel	Indikat or	Loadi ng	Type	P Value	Ket
Literasi Digital (DL)	DL1	0.767	Reflecti ve	0.000	Valid
	DL2	0.788	Reflecti ve	0.000	Valid
	DL3	0.869	Reflecti ve	0.000	Valid
	DL4	0.813	Reflecti ve	0.000	Valid
	DL5	0.814	Reflecti ve	0.000	Valid

	DL6	0.904	Reflecti ve	0.000	Valid
	DL7	0.871	Reflecti ve	0.000	Valid
	DL8	0.803	Reflecti ve	0.000	Valid
	DL9	0.849	Reflecti ve	0.000	Valid
	DL10	0.834	Reflecti ve	0.000	Valid
Persepsi terhadap kegunaan (PU)	PU1	0.910	Reflecti ve	0.000	Valid
	PU2	0.920	Reflecti ve	0.000	Valid
	PU3	0.912	Reflecti ve	0.000	Valid
	PU4	0.936	Reflecti ve	0.000	Valid
Persepsi terhadap kemudahan (PEOU)	PEOU 1	0.937	Reflecti ve	0.000	Valid
	PEOU 2	0.916	Reflecti ve	0.000	Valid
	PEOU 3	0.934	Reflecti ve	0.000	Valid
	PEOU 4	0.934	Reflecti ve	0.000	Valid
Intensi untuk mengado psi (BI)	BI1	0.870	Reflecti ve	0.000	Valid
	BI2	0.943	Reflecti ve	0.000	Valid
	BI3	0.953	Reflecti ve	0.000	Valid

BI4	0.920	Reflective	0.000	Valid
BI5	0.926	Reflective	0.000	Valid

Sumber : Hasil Olah Data

Tabel tersebut menunjukkan outer loadings dari setiap indikator untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini. Nilai loading yang di atas 0.70 dianggap kuat dan dipertahankan, sedangkan yang di bawahnya dapat dihapus. Semua indikator dalam penelitian ini memiliki nilai yang kuat, dan nilai loading yang di atas 0.70 menunjukkan bahwa variabel laten dapat menjelaskan sebanyak 50% dari varian setiap variabel. Indikator dengan nilai loading terbesar dari masing-masing variabel adalah DL6, PU4, PEOU1, dan BI3. Indikator-indikator ini memenuhi kriteria validitas konvergen dan memainkan peran penting dalam variabel yang diteliti.

Pada langkah selanjutnya dalam membuktikan validitas pada penelitian ini, penulis harus membuktikan diskriminan, yaitu validitas diskriminan menunjukkan bahwa suatu konsep berbeda dan menangkap hal-hal yang tidak dimiliki oleh konstruksi lain dalam model. Hal ini dapat diperhatikan dengan membandingkan cross loading masing-masing indikator dengan nilai outer loading-nya yang akan dibuktikan pada tabel dibawah

Tabel 5. Hasil Perhitungan Validitas Diskriminan

	DL	PU	PEOU	BI
DL1	0.767	0.510	0.558	0.536
DL2	0.788	0.568	0.655	0.618
DL3	0.869	0.729	0.719	0.678
DL4	0.813	0.567	0.611	0.602
DL5	0.814	0.577	0.571	0.559
DL6	0.904	0.596	0.619	0.596
DL7	0.871	0.565	0.597	0.566
DL8	0.803	0.528	0.532	0.549
DL9	0.849	0.649	0.626	0.661
DL10	0.834	0.588	0.604	0.600

PU1	0.686	0.910	0.834	0.772
PU2	0.609	0.920	0.843	0.781
PU3	0.665	0.912	0.855	0.786
PU4	0.654	0.936	0.882	0.857
PEOU1	0.657	0.848	0.937	0.815
PEOU2	0.697	0.871	0.916	0.805
PEOU3	0.708	0.883	0.934	0.790
PEOU4	0.677	0.853	0.934	0.801
BI1	0.617	0.730	0.728	0.870
BI2	0.648	0.826	0.832	0.943
BI3	0.670	0.828	0.819	0.953
BI4	0.691	0.809	0.795	0.920
BI5	0.697	0.815	0.805	0.926

Sumber : Hasil Olah Data

Tabel diatas memperlihatkan nilai outer loading dan cross loading dari setiap indikator yang dimiliki pada penelitian ini, Berdasarkan perhitungan menunjukkan bahwa nilai outer loading di penelitian memiliki nilai yang lebih besar dari nilai cross loadings (Hair dkk., 2016). Sehingga variabel pada penelitian ini dapat dinyatakan valid secara diskriminan.

Langkah terakhir dalam uji outer model ini adalah uji reabilitas, yaitu untuk menunjukkan bagaimana suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran akurasi dan konsistensi. Pada uji reliabilitas ini, penulis akan menggunakan dua metode yang telah dijelaskan pada aturan praktis yaitu menggunakan Cronbach's Alpha untuk menilai konsistensi dan Composite Reliability untuk menilai nilai ketergantungan konstruk.

Tabel 6. Hasil Perhitungan Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
DL	0.950	0.957
PU	0.939	0.956
PEOU	0.948	0.963

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
BI	0.956	0.966

Sumber : Hasil Olah Data

Tabel diatas menyatakan nilai dari *cronbach alpha* dan *composite reliability* yang harus memiliki nilai yang lebih dari 0.6 dan 0.7 untuk dinyatakan valid, tabel diatas menunjukkan seluruh data memiliki nilai yang lebih dari 0.7 dan dinyatakan bahwa uji reliabilitas di penelitian ini dinyatakan valid.

1. Evaluasi Model Struktural

Setelah melakukan uji outer model, langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi model struktural, setelah variabel-variabel yang telah uji validitas dan reabilitasnya, maka akan dilakukan evaluasi model struktural yang menggunakan model fit (uji kecocokan model) koefisien jalur, dan nilai *R2*, tahap pertama dalam uji ini adalah uji kecocokan model ditunjukkan di tabel dibawah.

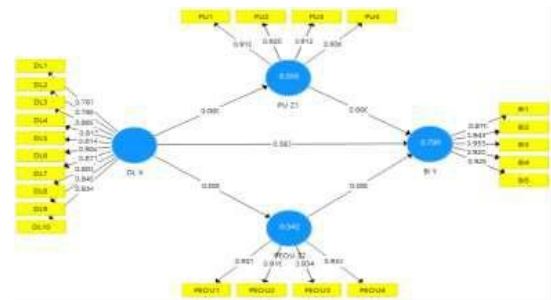
Tabel 7. Model Fit

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.046	0.109
d_ULS	0.578	3.277
d_G	0.703	1.226
Chi-Square	421.676	575.829
NFI	0.870	0.823

Sumber : Hasil Olah Data

Pada tabel ini diperhatikan Nilai NFI atau *Normal Fit Index*, yang mengukur kelayakan model dibandingkan dengan *baseline* dan model nol. Menurut Hair (2017) mengungkapkan bahwa nilai NFI semakin mendekati 1 maka model akan semakin kuat dan sesuai, dan nilai NFI dari variabel-variabel dalam penelitian ini berada pada 0.870 dan 0.823 yang menyatakan bahwa nilai NFI kuat.

Tabel 8. Model Penelitian



Sumber : Hasil Olah Data

Gambar di atas menunjukkan hasil pengujian model penelitian menggunakan software SmartPLS 3.0, yang akan dibuktikan melalui uji goodness of fit atau R-square. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel intensi untuk mengadopsi dapat dijelaskan oleh literasi digital, persepsi terhadap kegunaan, dan persepsi terhadap kemudahan sebesar 79%, yang termasuk kategori kuat. Variabel persepsi terhadap kegunaan dapat dijelaskan oleh literasi digital sebesar 50,6%, yang termasuk kategori moderat, dan variabel persepsi terhadap kemudahan dapat dijelaskan oleh literasi digital sebesar 54,2%, juga termasuk kategori moderat. Uji goodness of fit atau R-square dilakukan untuk memperjelas hubungan antar variabel dalam model penelitian.

Tabel 9. Rata-rata dan Korelasi

Antar Variabel

	Mean	DL	PU	PEOU	BI
DL	3.65				
PU	3.86	0.711			
PEOU	3.85	0.736	0.929		
BI	3.81	0.720	0.870	0.863	

Sumber : Hasil Olah Data

Pada tabel diatas menyatakan rata-rata dari nilai korelasi pada variabel- variabel yang digunakan, rata-rata atau mean dari setiap variabel yang digunakan memiliki perbedaan yang cukup signifikan, yaitu pada variabel literasi digital memiliki nilai rata-rata sebesar 3.65, variabel persepsi terhadap kegunaan memiliki rata-rata sebesar 3.86, variabel persepsi terhadap kemudahan memiliki rata-rata sebesar 3.85 dan variabel intensi untuk mengadopsi memiliki rata-rata sebesar 3.81.

Sedangkan nilai rata-rata korelasi antar variabel literasi digital dan persepsi terhadap kegunaan memiliki nilai sebesar 0.711 atau 71,1%, variabel literasi digital dan persepsi terhadap kemudahan memiliki nilai sebesar 0.736 atau 73,6%, variabel literasi digital dan intensi untuk mengadopsi memiliki nilai sebesar 0.720 atau 72%, variabel persepsi terhadap kegunaan dan persepsi terhadap kemudahan memiliki nilai sebesar 0.929 atau 92,9%, variabel persepsi terhadap kegunaan dan intensi untuk mengadopsi memiliki nilai sebesar 0.870 atau 87%, dan variabel persepsi terhadap kemudahan dan intensi untuk mengadopsi memiliki nilai sebesar 0.863 atau 86,3%.

2. PENGUJIAN HIPOTESIS

Setelah melakukan evaluasi model struktural dan r-square, langkah selanjutnya adalah melaksanakan uji hipotesis dengan memperhatikan nilai koefisien jalur dan nilai p pada setiap hipotesis untuk membuktikan bisa diterima atau tidak hipotesis yang telah penulis ajukan. Nilai koefisien jalur akan ditunjukkan pada tabel dibawah.

Tabel 10. Koefisien Jalur dan Signifikansinya

Hipotesis	Koefisien	Koefisien Jalur	P Value	Ket
H1	DL -> BI	0.158	0.019	Valid
H2	DL -> PU	0.711	0.000	Valid
H3	PU -> BI	0.461	0.000	Valid
H4	DL -> PU -> BI	0.328	0.000	Valid
H5	DL -> PEOU	0.736	0.000	Valid
H6	PEOU -> BI	0.319	0.020	Valid
H7	DL -> PEOU -> BI	0.235	0.018	Valid

Sumber : Hasil Olah Data

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital (DL), persepsi terhadap kemudahan (PU), dan persepsi terhadap kegunaan (PEOU) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap intensi untuk mengadopsi (BI). Hipotesis H1, H2,

H3, H4, H5, H6, dan H7 yang menyatakan bahwa DL, PU, dan PEOU berpengaruh positif terhadap BI dapat diterima. Nilai koefisien dan nilai p yang diperoleh menunjukkan bahwa hubungan antara variabel-variabel tersebut signifikan secara statistik.

3. PENGUJIAN EFEK MEDIASI

Tahap selanjutnya dalam analisis PLS-SEM adalah melakukan uji efek mediasi, tahap ini diperlukan dikarenakan penulis ingin membuktikan apakah variabel penghubung memiliki hubungan konstruk eksogen terhadap konstruk endogen. Pada tahap ini uji efek akan dilakukan secara langsung dan menggunakan variabel penghubung dan memiliki tiga tahap yaitu

1. Tahap Pertama

Pada tahap pertama pengujian efek mediasi akan diuji pengaruh variabel eksogen dan variabel endogen, dan nilai t-statistik dari variabel tersebut harus signifikan lebih dari 1.96 (Hartono & Willy Abdillah Jogiyanto, 2021)

Tabel 11. *Path Coefficient*

Tahap Pertama

Konstruk	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
DL -> BI	0.158	0.163	0.067	2.358	0.019
PU -> BI	0.461	0.444	0.123	3.760	0.000
PEOU -> BI	0.319	0.331	0.137	2.327	0.020

Sumber : Hasil Olah Data

Dari tabel diatas yang telah diuji bahwa literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi untuk mengadopsi dengan nilai t-statistik 2.358 yang lebih besar dari 1.96 dan persepsi terhadap kegunaan memiliki pengaruh terhadap intensi untuk mengadopsi dengan nilai t-statistik 3.760 lebih besar dari 1.96, serta variabel persepsi terhadap kemudahan memiliki pengaruh terhadap intensi untuk mengadopsi

dengan nilai t-statistik 2.327 yang juga lebih besar dari 1.96. Sehingga dengan nilai t-statistik yang semua melebihi 1.96, uji efek mediasi tahap pertama terpenuhi.

2. Tahap Kedua

Pada tahap pertama pengujian efek mediasi akan diuji pengaruh variabel eksogen dan variabel mediasi, dan nilai t-statistik dari variabel tersebut harus signifikan lebih dari 1.96 (Hartono & Willy Abdillah Jogiyanto, 2021)

Tabel 12. *Path Coefficient* Tahap Kedua

Konstruk	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Value
DL -> PU	0.711	0.719	0.059	12.048	0.000
DL -> PEOU	0.736	0.740	0.049	14.900	0.000

Sumber : Hasil Olah Data

Dari tabel diatas yang telah diuji bahwa literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi terhadap kegunaan dengan nilai t-statistik 12.048 yang lebih besar dari 1.96 dan literasi digital memiliki pengaruh terhadap persepsi terhadap kemudahan dengan nilai t-statistik 14.900 yang lebih besar dari 1.96, sehingga dengan nilai t- statistik yang semua melebihi 1.96, uji efek mediasi tahap kedua terpenuhi.

3. Tahap Ketiga

Pada tahap ketiga pengujian efek mediasi akan diuji semua pengaruh variabel eksogen, variabel endogen, dan variabel mediasi. dan nilai t-statistik dari variabel tersebut harus signifikan lebih dari 1.96 (Hartono & Willy Abdillah Jogiyanto, 2021). Jika nilai tahap ketiga menunjukkan bahwa data pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen tidak signifikan, tetapi pengaruh variabel mediasi terhadap variabel endogen signifikan, maka variabel mediasi telah terbukti memediasi

pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Tabel 13. *Path Coefficient* Tahap Ketiga

Konstruk	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
DL -> BI	0.158	0.163	0.067	2.358	0.019
DL -> PU	0.711	0.719	0.059	12.048	0.000
DL -> PEOU	0.736	0.740	0.049	14.900	0.000
PU -> BI	0.461	0.444	0.123	3.760	0.000
PEOU -> BI	0.319	0.331	0.137	2.327	0.020

Sumber : Hasil Olah Data

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa persepsi terhadap kegunaan dan intensi untuk mengadopsi memiliki nilai t-statistik yang signifikan dengan nilai 3.760 yang lebih besar dari 1.96. serta persepsi terhadap kemudahan dan intensi untuk mengadopsi memiliki nilai t-statistik yang signifikan dengan nilai 2.327 yang lebih besar dari 1.96. Dengan ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap kegunaan dan persepsi terhadap kemudahan memediasi pengaruh literasi digital dan intensi untuk mengadopsi.

Untuk melihat lebih jauh variabel persepsi terhadap kegunaan dan persepsi terhadap kemudahan memediasi antara pengaruh literasi digital dan intensi untuk mengadopsi, dapat dilihat dari tabel *Specific Indirect Effects* dibawah ini.

Tabel 14. *Specific Indirect Effects*

Konstruk	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
----------	---------------------------	-----------------------	----------------------------------	--------------------------------	-------------

DL -> PU -> BI	0.328	0.3 18	0.089	3.68 2	0.00 0
DL -> PEO U -> BI	0.235	0.2 43	0.099	2.36 5	0.01 8

Sumber : Hasil Olah Data

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa hubungan antara literasi digital terhadap intensi untuk mengadopsi yang dimediasi oleh persepsi terhadap kegunaan signifikan dengan nilai t-statistik 3.682, nilai yang lebih dari 1.96 serta hubungan antara literasi digital terhadap intensi untuk mengadopsi yang dimediasi oleh persepsi terhadap kemudahan signifikan dengan nilai t-statistik 2.365, nilai yang lebih dari 1.96 (Hartono & Willy Abdillah Jogiyanto, 2021). Dengan dua variabel mediasi yang signifikan, yaitu persepsi terhadap kegunaan dan persepsi terhadap kemudahan berperan sebagai *partial mediation*. *Partial mediation* adalah dimana variabel independen bisa mempengaruhi variabel dependen tanpa memakai atau melalui variabel mediasi.

4. DISKUSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh literasi digital, persepsi terhadap kegunaan, dan persepsi terhadap kemudahan terhadap intensi untuk mengadopsi aplikasi mobile banking BSB. Penelitian ini melibatkan 115 nasabah Bank Sumsel Babel di Pali dan memiliki urgensi karena rendahnya pengguna BSB Mobile di Pali dan adanya digital divide di daerah tersebut. Penelitian ini menggunakan metode analisis Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan software SmartPLS 3 dan menunjukkan bahwa konstruk literasi digital berpengaruh positif terhadap intensi untuk mengadopsi. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya (Ullah dkk., 2022) dan menunjukkan bahwa nasabah yang memiliki pengetahuan digital lebih cenderung mengadopsi aplikasi mobile banking.

Penelitian ini juga menemukan bahwa literasi digital berpengaruh secara positif dan signifikan kepada persepsi terhadap kegunaan m-banking. Temuan ini diartikan bahwa penting adanya literasi digital kepada nasabah terhadap penggunaan m-banking. Temuan ini juga didukung oleh penelitian

sebelumnya bahwa literasi digital berpengaruh terhadap persepsi terhadap kegunaan (Prakasa & Ardani, 2013) yang melihat bahwa variabel persepsi kegunaan memiliki pengaruh akan niat menggunakan. Ini juga dipertegas oleh penelitian oleh yang mendapatkan hasil yaitu persepsi terhadap kegunaan dan niat untuk menggunakan ada pengaruh positif dan signifikan (Fazriansyah dkk., 2022). Penelitian ini melihat niat penggunaan aplikasi pembayaran pada mahasiswa Universitas Kutai Kartanegara, dengan ditemukan hasil yang positif, maka dapat dikatakan bahwa nasabah percaya bahwa nasabah yang telah memiliki pengetahuan tentang teknologi dan hal digital, maka akan cenderung percaya bahwa aplikasi *m-banking* akan berguna dalam melakukan hal perbankan.

Sebagaimana yang sudah ditemukan pada penelitian sebelumnya (Pradini & Susanti, 2021), terdapat pengaruh positif atas pengaruh persepsi terhadap kegunaan terhadap intensi untuk mengadopsi *m-banking*, pada penelitian (Pradini & Susanti, 2021) dinyatakan bahwa persepsi terhadap kegunaan memiliki pengaruh parsial positif signifikan terhadap penggunaan *m-banking*. Penelitian (Ramadhan & Herianingrum, 2017) juga memperkuat adanya pengaruh positif dan signifikan antara pengaruh persepsi terhadap kegunaan terhadap intensi untuk mengadopsi *m-banking*, dan merupakan pengaruh yang paling dominan diantara dari variabel yang diteliti. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian dari (Ullah et al., 2022) yang menyatakan bahwa persepsi terhadap kegunaan berhubungan positif dengan niat untuk mengadopsi *m-banking*. dengan ditemukan hasil yang positif, maka dapat dikatakan bahwa nasabah percaya bahwa aplikasi *m-banking* akan berguna dalam melakukan hal perbankan, maka nasabah akan lebih cenderung mengadopsi aplikasi *mobile banking*.

Penelitian ini menemukan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap niat untuk mengadopsi *m-banking* yang dimediasi oleh persepsi terhadap kegunaan. Sejalan dengan penelitian dari (Ullah et al., 2022) yang menyatakan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap niat untuk mengadopsi *m-banking* yang dimediasi oleh persepsi terhadap kegunaan. Selanjutnya, dipertegas pada penelitian dari (Pradini & Susanti, 2021) bahwa variabel literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi untuk mengadopsi *m-banking* melalui persepsi terhadap kegunaan sebagai variabel *intervening*. Ini mengindikasikan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk mengadopsi melalui persepsi terhadap kegunaan sebagai variabel mediasi. Maka

dapat dikatakan bahwa nasabah yang telah teredukasi tentang hal digital dan percaya bahwa bahwa aplikasi *m-banking* akan berguna dalam melakukan hal perbankan, maka nasabah akan lebih cenderung mengadopsi aplikasi *mobile banking*.

Pada hipotesis lima yaitu literasi digital berpengaruh kepada persepsi terhadap kemudahan, memiliki hasil yang positif dan berpengaruh signifikan. Pada hasil ini berarti pentingnya penggunaan literasi digital kepada persepsi terhadap kemudahan. Hasil tersebut telah sejalan dengan penelitian sebelumnya dari (Gie & Fenn, 2019). Penelitian (NAZZAL dkk., 2021) juga menemukan bahwa literasi digital memiliki pengaruh terhadap persepsi terhadap kemudahan, juga penelitian sebelumnya dari (Murniati dkk., 2020) yang menyatakan bahwa literasi digital merupakan faktor yang determinan dan signifikan dengan variabel persepsi terhadap kemudahan. Maka dapat dikatakan bahwa nasabah yang telah teredukasi tentang hal digital akan cenderung percaya bahwa *m-banking* akan berguna dalam melakukan hal perbankan, maka nasabah akan lebih cenderung percaya bahwa *m-banking* akan mudah digunakan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.

Penelitian ini telah mendapatkan hasil bahwa persepsi terhadap kemudahan berpengaruh secara positif terhadap niat untuk mengadopsi *m-banking*. Penelitian sebelumnya yang memiliki hasil yang mendukung penelitian ini adalah penelitian dari (Giriani & Susanti, 2021) yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan e-money. Hal ini juga didukung penelitian (Rahmatika & Fajar, 2019) yang mendapatkan hasil persepsi terhadap kemudahan berpengaruh secara positif terhadap niat untuk mengadopsi *m-banking*. Penelitian dari (Rahmatika & Fajar, 2019) juga berpendapat bahwa jika seseorang percaya bahwa sistem teknis mudah digunakan, orang tersebut akan menggunakan produk tersebut. Maka dapat dikatakan bahwa nasabah yang percaya bahwa *m-banking* akan mudah digunakan maka nasabah akan lebih cenderung mengadopsi aplikasi *mobile banking*.

Pada hipotesis terakhir yaitu literasi digital berpengaruh terhadap niat untuk mengadopsi *m-banking* yang dimediasi oleh persepsi terhadap kemudahan yang mendapatkan hasil yang positif. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian dari (Pradini & Susanti, 2021) yang pada saat diuji simultan, literasi digital dan persepsi terhadap kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *m-banking*. Hasil ini juga didukung oleh penelitian dari (Gie & Fenn, 2019) yang menyatakan

bahwa adanya pengaruh positif dan kuat diantara literasi digital dan persepsi terhadap kemudahan kepada niat untuk mengadopsi. Maka dapat dikatakan bahwa nasabah yang telah teredukasi tentang hal digital dan memiliki persepsi bahwa bahwa aplikasi *m-banking* akan mudah digunakan dalam melakukan hal perbankan, maka nasabah akan lebih cenderung mengadopsi aplikasi *mobile banking*.

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh dari literasi digital, persepsi terhadap kegunaan, dan persepsi terhadap kemudahan terhadap intensi untuk mengadopsi *m-banking* BSB Mobile yang didasari oleh teori TAM dan TPB. Penelitian menyebarkan kuesioner pada nasabah Bank Sumsel Babel cabang Pali yang setelah didapatkan 115 responden, telah dianalisis menggunakan metode PLS-SEM menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa literasi digital (DL) berpengaruh positif terhadap intensi untuk mengadopsi (BI), dan hipotesis ini didukung oleh hasil analisis yang menunjukkan nilai koefisien 0.158 dan nilai p 0.019 yang berpengaruh positif dan signifikan.
2. Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa DL berpengaruh positif terhadap persepsi terhadap kemudahan (PU), dan hipotesis ini juga didukung oleh hasil analisis yang menunjukkan nilai koefisien 0.711 dan nilai p 0.000 yang berpengaruh positif dan signifikan.
3. Hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa PU berpengaruh positif terhadap BI, dan hipotesis ini didukung oleh hasil analisis yang menunjukkan nilai koefisien 0.461 dan nilai p 0.000 yang berpengaruh positif dan signifikan.
4. Hipotesis keempat (H4) menyatakan bahwa DL dan PU berpengaruh positif terhadap BI, dan hipotesis ini didukung oleh hasil analisis yang menunjukkan nilai koefisien 0.328 dan nilai p 0.000 yang berpengaruh positif dan signifikan.

5. Hipotesis kelima (H5) menyatakan bahwa DL berpengaruh positif terhadap persepsi terhadap kegunaan (PEOU), dan hipotesis ini didukung oleh hasil analisis yang menunjukkan nilai koefisien 0.736 dan nilai p 0.000 yang berpengaruh positif dan signifikan.

6. Hipotesis keenam (H6) menyatakan bahwa PEOU berpengaruh positif terhadap BI, dan hipotesis ini juga didukung oleh hasil analisis yang menunjukkan nilai koefisien 0.319 dan nilai p 0.000 yang berpengaruh positif dan signifikan.

7. Terakhir, hipotesis ketujuh (H7) menyatakan bahwa DL dan PEOU berpengaruh positif terhadap BI, dan hipotesis ini didukung oleh hasil analisis yang menunjukkan nilai koefisien 0.235 dan nilai p 0.018 yang berpengaruh positif dan signifikan.

Dengan demikian, kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa semua hipotesis dapat diterima dan terdapat pengaruh positif antara variabel literasi digital, persepsi terhadap kemudahan, dan persepsi terhadap kegunaan yang juga mendapat peran sebagai *partial mediation* terhadap intensi untuk mengadopsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-Emran, M., & Shaalan, K. (2021). *Recent Advances in Technology Acceptance Models and Theories*.
- Amofa, K. K. (2014). *Management consultants' acceptance of internet technology: An empirical study of the determinants of web analytics technology acceptance*.
<https://api.semanticscholar.org/CorpusID:111531582>
- Hartono, & Willy Abdillah Jogiyanto. (2021). *Partial Least Square (PLS) alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis* (Vol. 22). Penerbit Andi.
<https://api.semanticscholar.org/CorpusID:126179805>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Muara Enim. (2022). *Kabupaten Penual Abab Lematang Ilir Dalam Angka*.
- Talakua, Y., Anas, S., & Aqil, M. (2020). PENGARUH DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA RSU BHAKTI RAHAYU AMBON. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7).
<https://doi.org/10.47492/jip.v1i7.267>
- Ullah, S., Kiani, U. S., Raza, B., & Mustafa, A. (2022). Consumers' Intention to Adopt m-payment/m-banking: The Role of Their Financial Skills and Digital Literacy. *Frontiers in Psychology*, 13.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.873708>
- Venkatesh, Thong, & Xu. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157.
<https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wibawanto, S. (2019). PERAN KELUARGA DALAM PERILAKU PEMBELIAN HEDONIS. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 17(2), 1–14.
<https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v17i2.228>