

**PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* PADA MINAT PENGGUNAAN *M-BANKING* DI MASA PANDEMI COVID-19**

**M. Elfan Kaukab, Fatwa Yuni Setiyanti**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Al-Qur'an, Wonosobo, Indonesia  
 elfan@unsiq.ac.id, fatwayunisetyanti@gmail.com

**ABSTRACT**

*This study aims to determine individual interest in the use of M-Banking during the COVID-19 pandemic with the Theory of Planned Behavior model. The population in this study is the community in Garung District, Wonosobo Regency. Sampling using purposive sampling method, amounting to 130 respondents. The data obtained were analyzed using multiple linear regression analysis techniques. Research shows that attitudes towards behavior have no effect on interest in using M-Banking during the COVID-19 pandemic where people feel that the benefits of M-Banking do not significantly affect their activities in conducting transactions in the banking world in the midst of the COVID-19 pandemic. Meanwhile subjective norms and perceptions of behavioral control affect interest in using M-Banking during the COVID-19 pandemic. That is, the state of the surrounding environment and great encouragement from the closest people will increase one's interest in using M-Banking during the COVID-19 pandemic. The M-Banking community also does not find it difficult to operate M-Banking because of their understanding of the knowledge they have and the individual's ability to conduct banking transactions using M-Banking.*

*Keywords: Theory of Planned Behavior, Interests, M-Banking, COVID-19.*

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah mengetahui minat dari individu dalam menggunakan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19 dengan model *Theory of Planned Behavior*. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Kecamatan Garung Kabupaten Wonosobo. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yang berjumlah 130 responden. Teknik analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh dari sampel. Penelitian menunjukkan bahwa sikap terhadap perilaku tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19 dimana masyarakat merasa manfaat dari *M-Banking* tidak banyak mempengaruhi kegiatan mereka dalam melakukan transaksi di dunia perbankan di tengah pandemi COVID-19. Sedangkan norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat penggunaan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19. Artinya, keadaan lingkungan sekitar dan semakin besar dorongan dari orang-orang terdekat akan meningkatkan minat seseorang dalam penggunaan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19. Saat bertransaksi menggunakan *M-Banking* masyarakat tidak merasa kesulitan, karena masyarakat memahami serta memiliki kemampuan mengoperasikan *M-Banking*.

Kata kunci: *Theory of Planned Behavior*, Minat, *M-Banking*, COVID-19.

## PENDAHULUAN

*World Health Organization* (WHO) menjelaskan Coronaviruses (Cov) adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan. Infeksi virus ini disebut COVID-19 yang dapat menyebabkan penyakit flu biasa hingga Sindrom Pernapasan Timur Tengah (MERS-Cov) dan Sindrom Pernapasan Akut Parah (SARS-Cov). Virus Corona adalah zoonotic, artinya ditularkan antara hewan dan manusia. Menurut Kementerian Kesehatan Indonesia perkembangan kasus COVID-19 di Wuhan berawal pada 30 Desember 2019. Penyebaran virus Corona sangat cepat bahkan sampai lintas negara. Dikutip dari detik.com saat ini, sebanyak 188 negara yang mengumumkan terkena virus Corona termasuk Indonesia.

Dalam menghadapi pandemi COVID-19, pemerintah Indonesia menetapkan kebijakan baru yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) secara bertahap. Dengan cara membatasi hubungan fisik antara orang positif terinfeksi dengan orang yang tidak terinfeksi bisa menekan penyebaran virus, morbiditas, dan akibat yang paling buruk adalah kematian (Nicola et al., 2020). Tidak hanya kesehatan, dampak dari bencana ini juga menurunkan sosial ekonomi masyarakat. Pembatasan transaksi dengan uang tunai menyebabkan masyarakat beralih menggunakan *Mobile Banking* (*M-Banking*) guna mengurangi kontak fisik.

*M-Banking* adalah suatu layanan dimana nasabah bertransaksi non-tunai seperti transfer, cek saldo, serta pembayaran tagihan tanpa perlu datang ke ATM ataupun ke bank, layanan ini disediakan oleh pihak bank guna memperoleh efektifitas dan efisiensi. (Putri & Suardhika, 2020). Melalui ponsel, pengguna perbankan dapat mengakses layanan keuangan dan nonkeuangan (Dahlberg et al., 2008). Adanya kemudahan yang ditawarkan bank, membuat masyarakat mempunyai minat untuk menggunakan layanan tersebut. Minat mempunyai peran penting dalam kehidupan setiap orang. Minat mempunyai dampak yang besar atas perilaku dan sikap orang tersebut. Menurut KBBI minat merupakan kecenderungan hati terhadap sesuatu. Minat merupakan suatu proses untuk memperhatikan dan memfokuskan diri pada sesuatu yang diminatinya dengan perasaan senang dan puas. Akan lebih kelihatan minat seseorang terhadap suatu objek apabila objek tersebut sesuai sasaran serta berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan (Sardiman, 1990).

*Theory of Planned Behavior* (TPB) atau Teori Perilaku Terencana ialah perluasan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) atau Teori Tindakan beralasan yang awalnya ditemukan oleh Ajzen dan Fishbein pada 1980. TPB adalah salah satu kerangka kerja yang paling berguna dalam menjelaskan perilaku manusia. TPB mempunyai tiga komponen yaitu sikap (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norms*) dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavior control*). Menurut *Theory of Planned Behavior* sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dibentuk dari kumpulan keyakinan seseorang tentang suatu perilaku (Ajzen, 2011). Sikap merupakan prediktor yang utama bagi perilaku atau tindakan. Sikap adalah bentuk reaksi terhadap situasi yang sedang dihadapi. Kotler & Armstrong (2017) mengatakan bahwa sikap merupakan evaluasi perasaan dan kecenderungan seseorang yang konsisten menyukai atau tidak menyukai suatu objek atau gagasan. Perwujudan dari sikap sendiri tidak dapat diketahui secara langsung, tetapi bias ditafsirkan terlebih dahulu dari perilaku yang tertutup. Kesiapan dalam sebuah keadaan atau situasi tertentu merupakan suatu bentuk penghayatan dari adanya sikap. Sikap berkaitan erat dengan penilaian-penilaian norma subjektif seseorang terhadap dunia sekitar, pemahaman tentang diri sendiri dan lingkungan sekitar (Nasrullah et al., 2020).

Konstruk kedua dalam TPB adalah norma subjektif (*subjective norms*). Norma subjektif terbentuk berdasar saran atau motivasi dari lingkungan sekitar kita untuk melakukan atau tidak

melakukan suatu perilaku (Sumaryono, 2016). Jogiyanto (2007) menyampaikan bahwa Norma subjektif merupakan persepsi seseorang kepada kepercayaan orang lain yang akan membuat pengaruh seorang tersebut untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. apabila seorang menjadi titik referensi untuk mengarahkan perilaku, maka dianggap dengan referents atau pemberi acuan. Pemberi acuan ini bisa dari teman, pasangan, praktisi, keluarga, dosen & sebagainya. Faktor lain yang mempengaruhi minat adalah persepsi kontrol perilaku. Persepsi kontrol perilaku merupakan persepsi seseorang mengenai kesulitan atau kemudahan untuk melaksanakan suatu perilaku. Kontrol perilaku yang di persepsikan mengacu pada persepsi seseorang terhadap sulit tidaknya sumber dan kesempatan yang diharapkan untuk mewujudkan perilaku tertentu dengan mencerminkan pengalaman masa lalu serta mengantisipasi terhadap hambatan dan rintangan (Ajzen, 1991). Informasi yang didapat dari orang lain terpengaruh oleh pengalaman masa lalu individu terhadap suatu perilaku. selanjutnya Ajzen menyampaikan bahwa perilaku seseorang ini juga membutuhkan kontrol diri dan tidak hanya dikendalikan oleh dirinya sendiri.

Dalam penggunaan *mobile banking* mengalami peningkatan minat di masa pandemi berkaitan erat dengan persepsi kontrol perilaku masyarakat dalam menghadapi situasi dan kondisi saat ini serta berkaitan dengan sikap dan norma subjektif. Disebutkan dalam finansial.bisnis.com (2020), selama pandemi COVID-19 terjadi lonjakan minat penggunaan *M-Banking* mencapai hingga 94%. Penggunaan *M-Banking* pada Bank Mandiri naik sebesar 30%, Bank BNI mencapai 84%, Bank BCA naik 91%, bahkan penggunaan *M-Banking* pada Bank BRI meningkat hingga 100%. Hal ini disebabkan karena adanya *social distancing* selama pandemi. Kemudahan yang ditawarkan oleh *M-Banking* meningkatkan daya minat masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut terlebih di masa pandemi.

Namun, pada kenyataannya belum semua nasabah memiliki minat pada layanan tersebut meskipun dalam keadaan pandemi dan adanya *social distancing*. Nyatanya masih banyak nasabah yang melakukan transaksi perbankan secara manual, baik langsung ke teller bank maupun melalui mesin ATM yang terdapat di beberapa lokasi. Selain itu, masih banyak nasabah yang kurang percaya terhadap fasilitas *online* karena maraknya muncul kejahatan di dunia perbankan serta kurangnya pemahaman nasabah mengenai manfaat yang ada *M-Banking*. Yuri (2012) menyebutkan bahwa penggunaan *M-Banking* di kalangan masyarakat umum hanya sebatas untuk mengikuti trend agar tidak dianggap remeh oleh lingkungan sekitar, sehingga bukan dilihat dari manfaatnya.

## TINJAUAN PUSTAKA

Pengembangan lebih lanjut dari Teori Perilaku Beralasan (*Theory of Reasoned Action* ialah teori Perilaku Terencana atau TPB (*Theory of Planned Behavior*). Bertujuan Untuk menjelaskan determinan perilaku tertentu TPB merupakan kerangka berpikir konseptual. Ajzen (1991) menyampaikan dengan jelas 41ontro sentral dari perilaku individu ialah perilaku itu dipengaruhi oleh minat (*behavior intention*) terhadap perilaku tertentu. Kemudian tiga komponen berikut yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior* ), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi 41ontrol perilaku (*perceived behavior control*) mempengaruhi minat berperilaku seseorang.

Terhadap suatu sikap dan perilaku seorang bisa memiliki berbagai macam keyakinan, akan tetapi pada saat dihadapkan pada suatu kejadian tertentu, yang muncul untuk mempengaruhi perilaku itu hanya sedikit dari keyakinan tersebut. Dalam mempengaruhi perilaku individu sedikit keyakinan inilah yang paling menonjol (Ajzen, 1991). Dapat

dibedakan menjadi menjadi beberapa keyakinan. Pertama, keyakinan individu terhadap hasil suatu perilaku dan evaluasi dari hasil tersebut yang disebut juga *behavior belief*. Selanjutnya Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dipengaruhi oleh *Behavior belief*. Kedua, keyakinan individu kepada harapan kontrol orang lain yang dijadikan acuan seperti teman, keluarga, dan konsultan pajak, serta motivasi untuk mencapai harapan, yang disebut sebagai *normative belief*. Dari harapan kontrol inilah kemudian membentuk kontrol norma subjektif (*subjective norms*) dari suatu perilaku. Ketiga, ialah keyakinan individu terhadap keberadaan beberapa hal yang sejalan serta mendukung atau menghambat perilaku dan persepsinya tentang seberapa kuat hal-hal tersebut mampu mempengaruhi perilakunya, disebut juga *control belief*. *Control belief* ini yang kemudian menjadi kontrol persepsi kontrol berperilaku (*perceived behavior control*).

Dalam *Theory of Planned Behavior*, persepsi kontrol berperilaku, norma subjektif dan sikap, terbentuk melalui beberapa keyakinan utama. Determinan dari suatu perilaku individu merupakan hasil dari penilaian beberapa keyakinan dari individu, baik secara positif maupun kontrol. Teori TPB ini berdasar pada asumsi bahwa manusia ialah makhluk rasional serta menggunakan banyak informasi yang mungkin baginya sistematis (Acham, 2010). Biasanya sebelum seorang membuat keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu seorang akan memikirkan implikasi dari kontrol yang mereka lakukan.

### **Sikap Terhadap Perilaku (*Attitude Toward Behavior*)**

Davis (1989) menyampaikan bahwa sikap (*attitude*) diartikan sebagai perasaan yang positif atau kontrol seorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Bias juga dikatakan, sikap seorang bisa juga dilihat dari kepercayaan seorang untuk menjalankan sebuah sistem. Dalam berbagai sumber dan literatur maupun media massa dapat menunjukkan informasi tentang kepercayaan penggunaan *M-Banking*. Tentu berbagai informasi akan menghasilkan sikap yang baik dari pengguna *Mobile Banking* yang secara tidak langsung akan meningkatkan sikap. Dalam konstruk ini sikap ditafsirkan sebagai perasaan yang positif atau kontrol pada *M-Banking* yang bisa menunjukkan perasaan suka atau tidak suka kepada *M-Banking* yang tentu berpengaruh terhadap minat nasabah dalam pemanfaatan *M-Banking*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Simamora & Djamaludin, 2020) sikap terhadap perilaku berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *M-Banking*. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang pernah dilakukan oleh (Rojanah, 2020) yang menunjukkan adanya hubungan signifikan antara sikap terhadap minat penggunaan *M-Banking*. Senada dengan itu, (Alam et al., 2018) menyampaikan bahwa sikap berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *M-Banking*. Definisi sikap adalah tanggapan dan keyakinan seorang kepada sesuatu hal yang menguntungkan atau tidak menguntungkan untuk melakukan perilaku yang akan ditentukan. Apabila nasabah memandang bahwa *M-Banking* memberikan manfaat atau keuntungan bagi dirinya, tentu hal inilah yang akan membentuk sikap positif, yang selanjutnya akan meningkatkan minat nasabah dalam penggunaan *M-Banking*. Sehingga, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>1</sub>** : Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *M-Banking* di masa kontrol COVID-19.

### **Norma Subjektif (*Subjective Norms*)**

Definisi norma subjektif (*subjective norms*) merupakan 43ontro dari luar individu tentang pendapat orang lain atau *referent* dan kelompok seorang yang mempunyai pengaruh terhadap individu tersebut. Norma subjektif juga didefinisikan sebagai persepsi seseorang terhadap tekanan 43ontro yang dihadapi untuk menunjukkan atau tidak suatu perilaku. Seorang individu akan beranggapan bahwa adanya dukungan dari lingkungan dan orang terdekat akan mendorong minat penggunaan *M-Banking*. Dari perasaan tersebut akan muncul perilaku positif yang tentu berpengaruh terhadap minat penggunaan *M-Banking*.

(Nasution et al., 2021) pernah melakuan penelitian dan menyampaikan hasil norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *M-Banking*. Hal yang sama juga dikatakan (Marwanto, 2019) hasil penelitian menunjukkan norma subjektif mempunyai pengaruh positif terhadap minat penggunaan *M-Banking*. Selain itu, (Voung et al. (2020) juga mengungkapkan bahwa *subjective norms* mempengaruhi minat pada penggunaan *M-Banking*. Norma Subjektif dapat juga disebut pengaruh atau tekanan pihak yang bisa memberikan acuan terhadap individu untuk menghasilkan suatu perilaku tertentu. Pandangan pihak pemberi acuan menyampaikan hal bahwa *M-Banking* memberikan manfaat bagi nasabah, maka pihak pemberi acuan akan memberikan saran untuk menggunakan *M-Banking*. Jika nasabah menerima atau sepakat dengan pemberi acuan, maka akan meningkatkan minat dalam penggunaan *M-Banking*. Berdasar uraian diatas dapat disimpulkan hipotesis:

**H<sub>2</sub>** : Norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *M-Banking* di masa 43ontrol43 COVID-19.

### **Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceive Behavior Control*)**

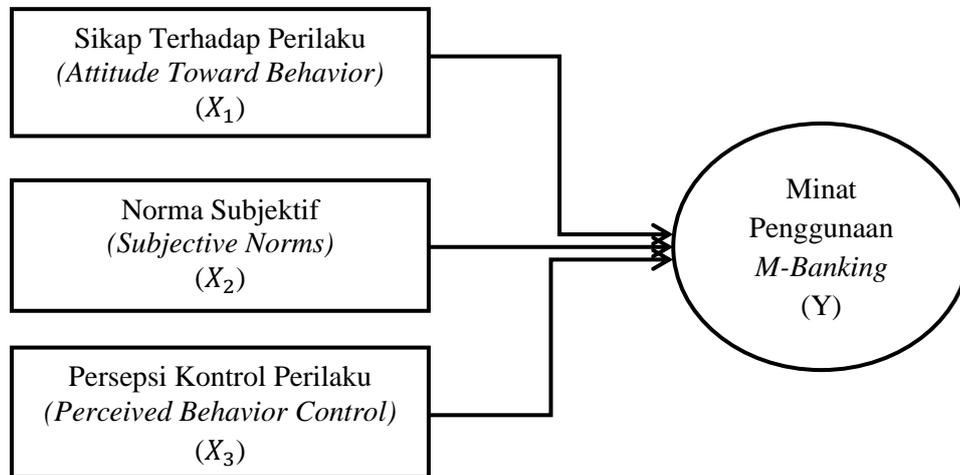
Feldman (1995) menyampaikan bahwa 43ontrol perilaku merupakan pemahaman tentang sederhana atau kompleksnya 43ontro melakukan sesuatu berdasar atas pengalaman yang terdahulu serta masalah atau kendala yang bisa dicari solusinya pada saat melakukan suatu kegiatan. Orang yang memiliki sikap dan norma subjektif yang mendorong dalam melakukan kegiatan tertentu akan memiliki ketergantungan pada dukungan 43ontrol perilaku persepsian yang dimiliki.

Dari hasil penelitian juga pernah dilakukan oleh Shima & Mohamadali (2017) dalam penelitiannya persepsi 43ontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *M-Banking*. Hal senada juga dikemukakan oleh Zachrie (2018) menyampaikan persepsi 43ontrol perilaku mempunyai pengaruh positif terhadap minat penggunaan *M-Banking*. Penelitain yang dilakukan Marwanto (2020) juga menyatakan hal yang sama bahwa persepsi 43ontrol perilaku mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *M-Banking*. Mengenai kesetujuan atau ketidaksetujuan seseorang akan memiliki keyakinan atau rujukan baik seorang individu maupun kelompok yang dirasa perlu atau penting bagi individu tersebut terhadap suatu perilaku, yang tentu memberikan pengaruh kepada minat yang menunjukkan perilaku penggunaan *M-Banking*. Pada saat seseorang yakin bahwa ia penggunaan *M-Banking* 43ontrol43 mempermudah dan memiliki beberapa kendala, 43ontrol akan menemukan dampak positif terhadap perilakunya. Dari uraian diatas, maka ditemukan hipotesis dari penelitian ini:

**H<sub>3</sub>** : Persepsi 43ontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *M-Banking* di masa 43ontrol43 COVID-19.

Variable 43ontrol43ent dalam penelitian ini yaitu

1. Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*)
2. Norma subjektif (*subjective norms*), dan
3. Persepsi 44ontrol perilaku (*perceived behavior control*)



Gambar 1. Model Penelitian

### METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif, Sugiyono, (2012) mendefinisikan bahwa penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang berdasar pada data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Dan untuk menjawab rumusan masalah ini akan dilakukan uji regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *M-Banking* di Kecamatan Garung Kabupaten Wonosobo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*, Pertimbangan atau kriteria yang ditentukan adalah nasabah yang menggunakan *M-Banking* baik bank BUMN maupun bank swasta di Kecamatan Garung. Ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya 5-10 observasi untuk setiap parameter atau indikator yang akan dianalisis, dan ukuran sampel lebih diterima apabila memiliki angka rasio 10:1 (Hair *et al.*, (1998). Dalam penelitian ini terdapat 13 indikator sehingga ditemukan sampel 130 responden.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi 4 variabel yang terdiri dari 3 variabel independen, satu variabel dependen. Variabel independent (X) dalam penelitian ini yaitu Sikap terhadap perilaku (*Attitude toward behavior*), Norma subjektif (*Subjective Norms*), dan Persepsi kontrol perilaku (*Perceived behavior control*). Variabel dependent adalah *minat penggunaan M-Banking di masa pandemi COVID-19*. Pada penelitian ini, yang dimaksud dengan intensi minat penggunaan *M-Banking* pada masa pandemi COVID-19 adalah skor total yang diperoleh dari pengisian instrumen minat penggunaan *M-Banking* oleh responden. Instrumen tersebut dikutip dari penelitian (Yuen, 2016). Indikator minat mahasiswa terhadap penggunaan *M-Banking* adalah keinginan individu dalam penggunaan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19 dan rencana individu dalam penggunaan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19. Sikap terhadap perilaku dipengaruhi oleh fungsi dari keyakinan individu terhadap perilaku yang akan dilakukan. Dalam mengukur sikap pada minat penggunaan *M-Banking* ada beberapa indikator kemudahan akses, keamanan system, privasi pengguna, kehandalan layanan, dan kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan. Norma subjektif adalah pendapat seorang

terhadap beberapa kepercayaan dari orang lain yang dijadikan acuan atau referents yang kemudian akan mempunyai pengaruh terhadap minatnya untuk melakukan suatu perilaku yang sedang dipertimbangkan (JHartono, 2007). Indikator yang digunakan untuk menilai variabel norma subjektif yang digunakan dalam penelitian Harpina (2017) yaitu dorongan dari orang terdekat, lingkungan sekitar, dan kemajuan teknologi. Sedangkan kontrol perilaku dipengaruhi oleh sumberdaya dan kesempatan yang dimiliki individu berkaitan dengan perilaku tertentu. Indikator pada kontrol perilaku, yaitu kemudahan untuk menggunakan *M-Banking*, keyakinan pada layanan *M-Bankin*, dan kepuasan terhadap penggunaan layanan *M-Banking*.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil**

Untuk menyampaikan hasil mengenai variabel-variabel penelitian yaitu *attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku), *subjective norms* (norma subjektif), *perceived behavior control* (persepsi kontrol perilaku), dan minat penggunaan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19 dan pemanfaatan teknologi informasi menggunakan tabel statistik deskriptif mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian yang diuraikan dalam distribusi teoritis, kisaran actual, rata-rata dan standar deviasi yang dapat dilihat dalam Tabel 1.

Tabel 1. Deskripsi Statistik Variabel-Variabel Penelitian

Variabel	Standar Deviasi	Rata-rata Aktual	Kisaran Aktual	Kisaran Teoritis	Rata-rata Teoritis
<i>Attitude Toward Behavior</i>	306.060	15.469	5-20	4-20	12
<i>Subjective Norms</i>	857.643	61.053	24-70	14-70	42
<i>Perceived Behavioral Control</i>	753.764	40.115	10-50	10-50	30
Minat Penggunaan <i>M-Banking</i>	636.439	38.600	9-45	9-45	27

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari Tabel 1 dapat diketahui informasi tentang standar deviasi, rata-rata teoritis serta kisaran teoritis masing-masing pertanyaan dan kisaran actual jawaban dari masing-masing responden. Rata-rata aktual lebih tinggi daripada rata-rata teoritis, dapat disimpulkan bahwa masyarakat di Kecamatan Garung Kabupaten Wonosobo yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki pemahaman pada penggunaan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19.

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.231	1.162		1.059	.292

Attitude Toward Behavior	-.037	.032	-.104	-1.148	.253
Subjective Norms	.201	.032	.495	6.286	.000
Perceived Behavior Control	.219	.050	.455	4.377	.000

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,231 - 0,037X_1 + 0,201 X_2 + 0,219 X_3$$

- Konstanta sebesar -0,104 (bernilai negatif) menunjukkan bahwa tanpa dipengaruhi variabel bebas yaitu, *attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku), *subjective norms* (norma subjektif) dan (*perceived behavioral control*) kontrol perilaku masyarakat yang menjadi sampel maka minat penggunaan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19 belum tepat.
- Tabel 2 menyatakab variabel *attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku) memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,037 dengan tingkat signifikansi 0,253. Karena memiliki tingkat signifikansi diatas 5% (0,05), maka  $H_1$  yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara persepsi terhadap minat penggunaan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19 ditolak. Artinya, sikap terhadap perilaku tidak dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam penggunaan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19. Dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
- Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel *subjective norms* (norma subjektif) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,201 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena memiliki tingkat signifikansi dibawah 5% (0,05), maka  $H_2$  yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara *subjective norms* (norma subjektif) terhadap minat penggunaan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19 diterima. Artinya, semakin besar pengaruh dari keadaan sekitar dari lingkungan maupun pengaruh dari orang-orang terdekat semakin besar pula dorongan minat seseorang terhadap penggunaan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19. Dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
- Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel *perceived behavioral control* (persepsi kontrol perilaku) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,219 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena memiliki tingkat signifikan dibawah 5% (0,05) maka  $H_3$  yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara *perceived behavioral control* (persepsi kontrol perilaku) terhadap minat penggunaan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19 diterima. Artinya, semakin tinggi persepsi kontrol perilaku seseorang, semakin tinggi juga minat menggunakan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19. Dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

### Pembahasan

Berdasarkan analisis data pada Tabel 2 dalam penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa *attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *M-Banking*. Pada hasil penelitian ini senada dengan teori yang menyatakan bahawa konstruk sikap sebagai perasaan positif atau negatif seorang untuk melakukan perilaku tertentu. Sikap seorang juga bisa dilihat dari kepercayaan

seseorang terhadap suatu sistem. Pada penelitian ini sikap yang ditunjukkan memiliki nilai negatif karena tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19. Lanjut penelitian ini tidak senada dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Simamora & Djameludin (2020), Rojanah (2020), Alam et al. (2018) yang menyatakan bahwa *attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku) tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19. Pada penelitian ini, *behavioral belief* dan *autocome evaluation* dirasa kurang mampu mendorong minat masyarakat dalam penggunaan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19. Dalam hal *M-Banking* sebagai teknologi ketika belum mampu memberikan kepercayaan dan privasi dalam menggunakannya maka secara bersamaan tidak akan ada manfaatnya yang lebih bagi penggunanya dalam melakukan berbagai kegiatan perbankan khususnya di masa pandemi COVID-19 yang dimana masyarakat dituntut untuk patuh pada protokol kesehatan. Sikap masyarakat yang belum sepenuhnya terbuka terhadap layanan *M-Banking* menyebabkan kurangnya minat pada penggunaan *M-Banking*. Masyarakat masih lebih memilih datang langsung ke bank atau mengunjungi link ATM setempat untuk melakukan transaksi. Selain itu, tidak sedikit masyarakat yang beranggapan bahwa sistem keamanan dan privasi pengguna pada layanan *M-Banking* kurang terjamin karena maraknya *cyber crime*.

*Subjective norms* (norma subjektif) memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *M-Banking* dimasa pandemi COVID-19. Penelitian ini senada dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Nasution et al. (2021), Marwanto (2019), Voung et al. (2020) yang menyatakan bahwa *subjective norms* (norma subjektif) mempengaruhi minat terhadap penggunaan *M-Banking*. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan teori yang disampaikan oleh Aprani (2017) bahwa norma subyektif ialah faktor dari luar individu yang memiliki pengaruh persepsi atau pandangan orang kepada perilaku yang akan dilakukan. Faktor di luar individu tersebut adalah orang-orang terdekat dan lingkungan sekitar. Keadaan lingkungan saat ini, yang masih berada di tengah pandemi COVID-19 mendorong masyarakat untuk harus menerapkan protokol kesehatan dan mengurangi kegiatan di luar rumah sesuai dengan aturan dari pemerintah. Situasi yang tengah dihadapi oleh masyarakat dan adanya aturan tersebut mendorong masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan melalui layanan *M-Banking*. Selain itu, banyak dari orang-orang sekitar yang menyarankan untuk menggunakan layanan *M-Banking*. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi di dunia perbankan, masyarakat dapat melakukan transaksi perbankan tanpa harus melanggar aturan dari pemerintah sebagai usaha untuk memutus mata rantai penularan COVID-19.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *perceived behavioral control* (persepsi kontrol perilaku) memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *M-Banking*. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan Shima & Mohamadali (2017), Zachrie (2018), Marwanto (2020) yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *M-Banking*. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Dharmmesta (1998) persepsi kontrol keperilakuan adalah situasi ketika seseorang percaya bahwa suatu tindakan atau keputusan itu mudah atau sulit dilakukan, mengenai pengalaman masa lalu sebagai bentuk antisipasi dari hambatan yang pernah ada. Tinginya pemahaman dan kemampuan masyarakat terhadap teknologi *M-Banking* membuat masyarakat pengguna *M-Banking* tidak merasa kesulitan dalam mengoperasikan *M-Banking*. Mudahnya penggunaan layanan *M-Banking* membuat masyarakat yakin bahwa menggunakan *M-Banking* di tengah pandemi COVID-19 merupakan cara yang tepat untuk melakukan transaksi di dunia perbankan. Rasa puas yang dirasakan dengan layanan *M-Banking*

meningkatkan minat penggunaan layanan tersebut. Hal ini sebagai wujud antisipasi dari masyarakat dengan keadaan yang tengah terjadi saat ini yaitu pandemi COVID-19.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian data mengenai pendekatan *theory of planned behavior* terhadap minat penggunaan *M-Banking* dimasa 48andemic COVID-19, maka diperoleh kesimpulan bahwa *Attitude Toward Behavior* (Sikap Terhadap Perilaku) tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *M-Banking* dimasa 48andemic COVID-19 artinya sikap yang ditunjukkan oleh msyarakat adalah sikap yang cenderung 48andemic. Masyarakat merasa manfaat dari *M-Banking* tidak banyak mempengaruhi kegiatan mereka dalam melakukan transaksi di dunia perbankan di tengah 48andemic COVID-19. *Subjective Norms* (Norma Subjektif) berpengaruh positif terhadap terhadap minat penggunaan *M-Banking* dimasa 48andemic COVID-19 artinya, keadaan lingkungan sekitar dan semakin besar dorongan dari orang-orang terdekat akan meningkatkan minat seseorang dalam penggunaan *M-Banking* dimasa 48andemic COVID-19. *Perceived Behavior Control* (Persepsi Kontrol Perilaku) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *M-Banking* dimasa 48andemic COVID-19 artinya pemahaman dan kemampuan masyarakat yang tinggi terhadap teknologi *M-Banking* membuat masyarakat pengguna *M-Banking* tidak merasa kesulitan dalam mengoperasikan *M-Banking*

Diharapkan seluruh bank yang menyediakan layanan *M-Banking* senantiasa meningkatkan kualitas layanannya agar semakin besar minat masyarakat dalam menggunakan layanan *M-Banking* terlebih karena adanya 48andemic COVID-19 dimana seluruh lapisan masyarakat harus melakukan *social distancing* dan mengurangi kegiatannya di luar rumah. Kemudian bagi masyarakat pengguna *M-Banking* diharapkan semakin loyal dalam menggunakan *M-Banking* terkait dengan kondisi saat ini masih pada masa 48andemic COVID-19. Dalam penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan. Banyak responden yang kurang memperhatikan pernyataan yang ada dan menjawab kurang maksimal. Dikarenakan lingkup sampel pada penelitian ini masih sempit yaitu hanya di Kecamatan Garung Kabupaten Wonosobo, maka disarankan pada penelitian selanjutnya, sebaiknya menggunakan sampel penelitian yang lebih luas.

### DAFTAR PUSTAKA

- Achamt, Z. (2010). Theory of Planned Behavior. *Psychological Bulletin*. [http://zakarija.staff.umm.ac.id/download-aspdf/umm\\_blog\\_article\\_112.pdf](http://zakarija.staff.umm.ac.id/download-aspdf/umm_blog_article_112.pdf)
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology and Health*, 26(9), 1113–1127. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Alam, S., Omar, N., & Ariffin, A. M. (2018). Mengintegrasikan TPB, TAM dan DOI teori : Bukti Empiris untuk Adopsi Mobile Banking di antara nasabah di lembah Klang, Malaysia. *E-Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 8.
- Apriani, N., Sujana, E., & Sulindawati, I. G. . (2017). Pengaruh pressure, opportunity, dan rationalization terhadap perilaku kecurangan akademik. *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 7(1).

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI*. Rineka Cipta.
- Dahlberg, T., Mallat, N., Ondrus, J., & Zmijewska, A. (2008). Past, present and future of mobile payments research: A literature review. *Electronic Commerce Research and Applications*. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2007.02.001>
- Dharmesta, B. . (1998). Theory of Planned Behavior: Dalam Penelitian Sikap, Niat dan Perilaku Konsumen. *Management, No. 18*(Th. VII), h. 85-103.
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Hair, J.F., Jr., R.E. Anderson, R.L., T. & W. C. B. (1998). *Multivariate Data Analysis. Englewood Cliffs, Prentice H.*
- Hakim, M. F., & Rubiyanti, N. (2019). Analisis Minat Perilaku Konsumen dalam Menggunakan Digital Perbankan dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Management, 6. No 3*, 59481.
- Harpina, R. (2017). “Penguujian Theory of Planned Behavior Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Memperoleh Sertifikasi Chartered Accountant (CA). *Akuntansi*.
- J, H. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (A. Offset (ed.); Edisi Revi).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (20017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12 J). Erlangga.
- Krueger, N. F. Jr., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing, 15*, 411–432.
- Kurniawati, H. A., Arif, A., & Winarno, W. A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *Akuntansi, 4*(1).
- Marwanto, A. (2019). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Nasrullah, Suliyanto, Nur Choirul Afif, M Elfan Kaukab (2020). [Exploring Passengers’ Attitudes and Loyalty in Jabodetabek Paratransit During Covid-19 Pandemic](#). *European Journal of Molecular & Clinical Medicine. 7*(8)
- Nasution, S. T. A., Dalimunthe, H., & Lubis, A. H. (2021). *Generation Y’s Behavior Intention in Using Mobile Banking Application. Volume 10*.
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., Agha, M., & Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review. In *International Journal of Surgery*. <https://doi.org/10.1016/j.ijssu.2020.04.018>
- Pratiwi, N. W. M. Y., & Ariyanto, D. (2017). Penerapan Model UTAUT untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan *M-Banking* di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi, 18*(2).
- Putri, N. K. R. D., & Suardhika, I. M. S. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Niat dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*.
- Riswandi, B. A. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*. Persada.
- Rojanah. (2020). Perilaku Nasabah Terhadap Perbankan Seluler Layanan Syariah : Ekstensi Teknologi Model Penerimaan TAM dan Teori Berencana Tingkah Laku (TPB). *E-Jurnal Akuntansi*.
- Sangaji, Mamang, E., & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam*

*Penelitian.*

- Sarwono, W, S., & Meinarno, E. A. (2009). *Psikologi Sosial*. Salemba Humanika.
- Setiawan, Y., & Setyorini, R. (n.d.). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Perceived Behavior Control (Pbc) terhadap Intensi Membeli Produk Makanan Berlabel Halal pada Masyarakat Desa Cipeujeuh Kabupaten Garung. *E-Jurnal Riset Manajemen, Vol.2, No.*
- Shima, N., & Mohamadali, A. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesiapan Untuk Menggunakan Perbankan Elektronik : Integrasi Model TAM dan TPB dengan Kualitas Layanan Elektronik. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Vol. 9.*
- Simamora, T. P., & Djamaludin, M. D. (2020). Analysis of Intention to Buy Cinema E-Tickets Among IPB Students with Theory of Planned Behavior (TPB) Approach. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Vol. 05, N.*
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Alfabeta).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta CV.
- Sumaryono. (2016). Pengujian Pengaruh Theory Of Planned Behavior Dan Tingkat Pemahaman Mengenai Chartered Accountant Terhadap Niat Mahasiswa Untuk Mengambil Sertifikasi Chartered Accountant. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Teo, T., & Beng, L. C. (2010). Examining The Efficacy of The Theory of Planned Behavior (TPB) to Understand Pre-Service Teachers Intention to Use Technology. *Proceeding Ascilite Sydney*. Nanyang%0ATEchnology University, Singapore
- Turban, Efraim, King, D., & Judy, L. (2011). *No Title Introduction to Electronic Commerce*. Prentice Hal.
- Voung, B., Hieu, V., & NTT, T. (2020). An Analisis Empiris Adopsi Mobile Banking Di Vietnam. *E-Jurnal Riset Manajemen, 14, tidak.*
- Wulandari, D. P. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT BRI Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam. *E-Jurnal Akuntansi*.
- Yuen, S. . (2016). Examining the generation effects on job-hopping intention by applying the Theory of Planned Behavior (TPB). In *Lingnan University*. [http://commons.ln.edu.hk/psy\\_etd/6](http://commons.ln.edu.hk/psy_etd/6)
- Yuri, R. (2012). Penerimaan Internet Banking: Technology Acceptance Model Yang Dimodifikasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- <https://travel.detik.com/travel-news/d-5083089/daftar-negara-yang-terjangkit-virus-corona-terbaru-ini-jumlah-kasusnya> diakses pada 28 Desember 2020
- <https://www.who.int/publications/m/item/weekly-epidemiological-22-december-2020>.
- <https://finansial.bisnis.com/read/20200929/90/1298255/dampak-pandemi-perbankan-kebut-inovasi-digital> diakses pada 30 Desember 2020 15.15