

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Electronic Banking (E-Banking)*

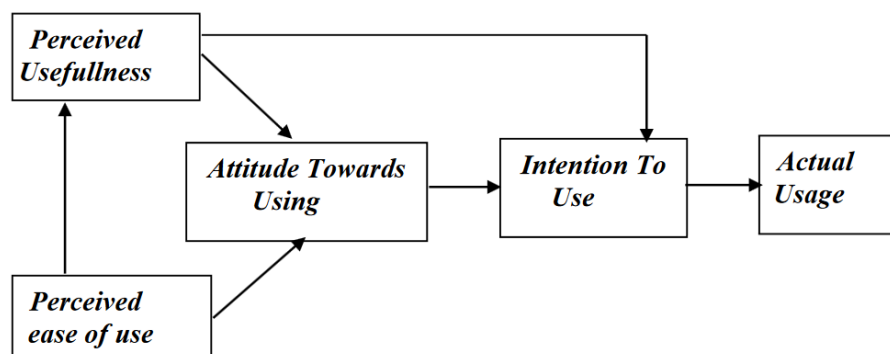
Pikkarainen et al. (2004: 204) mendefinisikan *E-banking* sebagai sebuah portal internet yang memungkinkan nasabah untuk menggunakan berbagai layanan perbankan dari pembayaran tagihan hingga melakukan investasi. Daniel (1999), Mols (1998) dan Sathye (1999) dalam Mukherjee dan Nath (2003: 5) mengartikan *E-banking* sebagai beberapa aktifitas perbankan yang memungkinkan nasabah dari bank yang bersangkutan untuk dapat mengakses informasi yang tersedia mengenai laporan saldo, transfer, pembayaran tagihan dan lain-lain via jaringan telekomunikasi tanpa perlu meninggalkan rumah atau kantor mereka. Berdasarkan beberapa definisi mengenai *E-banking* diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *E-banking* adalah aktifitas perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler atau *smartphone*.

2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM), diperkenalkan pertama kali oleh Davis pada tahun 1989. *TAM* dibuat khusus untuk pemodelan adopsi pengguna system informasi. Menurut Davis (1989), tujuan utama *TAM* adalah untuk mendirikan dasar penelusuran pengaruh faktor eksternal

terhadap kepercayaan, sikap (personalisasi), dan tujuan pengguna komputer. *TAM* menganggap bahwa dua keyakinan variabel perilaku utama dalam mengadopsi sistem informasi, yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap penggunaan (*perceived ease of use*). *Perceived usefulness* diartikan sebagai tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan system tertentu dapat meningkatkan kinerjanya, dan *perceived ease of use* diartikan sebagai tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan *system* tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*). *perceived ease of use* juga berpengaruh pada *perceived usefulness* yang dapat diartikan bahwa jika seseorang merasa *system* tersebut mudah digunakan maka *system* tersebut berguna bagi mereka.

Davis (1989) *TAM* menegaskan bahwa persepsi manfaat (*PU*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*PEOU*) merupakan dua hal utama yang akhirnya mengarah ke penggunaan sebenarnya dari teknologi informasi. Berikut adalah gambar konstruk awal *TAM* yang diperkenalkan oleh Davis (1989).



Gambar 2.1 Konstruksi *Technology Acceptance Model (TAM)* (Davis 1986)

Dalam TAM dikenal ada 5 konstruk seperti terlihat pada gambar 2.1, yaitu:

- a. Persepsi manfaat (*perceived usefulness*)
- b. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*)
- c. Sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using*)
- d. Minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention*)
- e. Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology usage*)

1) Penerimaan terhadap manfaat (*Perceived Usefulness*)

Penerimaan terhadap manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dengan demikian, jika seseorang merasa bahwa *e-banking* bermanfaat, maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa bahwa *e-banking* kurang bermanfaat maka dia tidak akan menggunakannya.

2) Penerimaan pada kemudahan menggunakan (*Perceived Ease of Use*)

Penerimaan pada kemudahan menggunakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas usaha. Dari definisinya, diketahui bahwa jika seseorang merasa bahwa *e-banking* mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa bahwa *e-banking* tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

3) Sikap terhadap perilaku (*Attitude toward behavior*)

Sikap terhadap perilaku didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sikap terhadap perilaku didefinisikan juga sebagai evaluasi pemakai tentang ketertarikannya menggunakan sistem.

4) Minat perilaku (*behavioral intention*)

Minat perilaku adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan sesuatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat. Hasil - hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat perilaku merupakan prediksi yang baik dari penggunaan teknologi oleh pemakai.

3. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu variabel utama dalam menentukan niat menggunakan *e-banking* dan didukung oleh banyak penelitian empiris. Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari upaya. Hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan pada niat penggunaan bisa dengan cara baik langsung maupun tidak langsung. penelitian yang luas selama bertahun-tahun memberikan bukti pengaruh signifikan dari persepsi kemudahan pada penggunaan niat (Venkatesh dan Davis, 1996;. Wang et al, 2003; Eriksson, 2005; Guriting dan Ndubisi,2006). Chen dan Barnes (2007) menemukan bahwa dua aspek teknologi antarmuka sistem, yang persepsi kemudahan dan kegunaan

dirasakan secara signifikan mempengaruhi niat adopsi pelanggan (Ariff, Mohd Shoki, *et al* 2013)

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena individu yakin bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya (Goodwin dan Silver dalam Adam *et al*, 1992: 229).

Venkatesh dan Davis (2000:201), dalam Irmadhani (2012) membagi persepsi kemudahan penggunaan menjadi 4 dimensi berikut:

- a. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*).
- c. Sistem mudah digunakan (*easy to use*).
- d. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

Konteks persepsi kemudahan penggunaan *e-banking* berarti pengguna percaya bahwa bertransaksi melalui layanan *e-banking* itu mudah untuk dipahami. Persepsi kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik

waktu maupun tenaga) para pengguna dalam mengirim saldo atau mengecek saldo. Oleh karena itu, apabila layana *e-banking* dipersepsikan mudah digunakan maka banyak pengguna akan menggunakan layanan *e-banking*.

4. Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi manfaat, yang telah diakui secara luas sebagai variabel penting dalam studi dari niat untuk menggunakan teknologi, didefinisikan oleh Davis (1993) sebagai persepsi individu bahwa menggunakan teknologi baru akan menambah atau meningkatkan kinerja mereka. Juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya teknologi meningkatkan kinerja pekerjaan (Mathwick *et al.*,2001, dalam Al-Suqri Mohammed Nasser,2013). Persepsi manfaat merupakan anteseden penting dari pengguna penerimaan teknologi (Davis, 1993)

Dampak positif yang signifikan dari persepsi manfaat dalam memprediksi penerimaan sistem informasi, termasuk sistem perbankan internet, didasarkan pada argumen teoritis (Wang *et al*,2003, dalam Guriting dan Ndubisi, 2006). Pikkarainen *et al*,(2004) diterapkan TAM di Finlandia dan mereka menemukan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor utama perilaku aktual adopsi *e-banking*. Hasil studi Tan dan Teo (2000) mengungkapkan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor penting dalam menentukan adopsi inovasi, termasuk sistem *e-banking*. Akibatnya, semakin besar persepsi manfaat menggunakan layanan *e-banking*, semakin besar kemungkinan bahwa *e-banking* akan diterima (Ariff, Mohd Shoki, *et al* 2013).

Venkatesh dan Davis (2000:201), dalam Irmadhani (2012) membagi persepsi mafaat menjadi 4 indikator:

- a. Penggunaan sistem dapat meningkatkan kinerja seseorang (*improves job performance*).
- b. Penggunaan system dapat menambah tingkat produktifitas seseorang (*increases productivity*).
- c. Penggunaan system dapat meningkatkan efektifitas kinerja seseorang (*enhances effectiveness*).
- d. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (*the system is useful*).

(Adamson dan Shine 2003, dalam Irmadhani,2012) menyebutkan bahwa hasil dari riset -riset empiris menunjukkan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor yang cukup kuat mempengaruhi penerimaan, adopsi dan penggunaan sistem oleh pengguna.

Pada konteks penelitian kali ini dapat diasumsikan persepsi manfaat pada *e-banking* adalah pandangan masing-masing individu yang bersifat subyektif untuk pengguna tentang manfaat yang akan didapatkan, dalam meningkatkan kinerja pengguna karena penggunaan dari *e-banking*. Ketika pengguna sudah menggunakan *e-banking* lebih dari satu kali, maka pengguna secara tidak langsung sudah merasakan manfaat *e-banking*. Sikap positif dalam menggunakan *e-banking* muncul karena pengguna yakin dan percaya terhadap *e-banking* akan meningkatkan kinerja, produktifitas dan efektifitas dari kinerja, dan *e-banking* sendiri mempunyai manfaat bagi penggunanya.

Oleh karena itu, pandangan akan manfaat *e-banking* mempengaruhi sikap pengguna terhadap penggunaan *e-banking*.

5. *Computer Self Efficacy*

Computer self-efficacy adalah variabel yang telah baru-baru ini diusulkan dan diperiksa sebagai variabel penjelas tambahan penggunaan individu dari teknologi informasi misalnya, (Compeau dan Higgins,1995; dan Igbaria dan Iivari,1995). Berdasarkan teori kognitif sosial yang dikembangkan oleh Bandura (1986), *self efficacy* dapat didefinisikan sebagai keyakinan bahwa seseorang memiliki kemampuan untuk melakukan perilaku tertentu. Bandura menunjukkan bahwa *self-efficacy* memainkan peran penting dalam mempengaruhi motivasi dan perilaku (Igbaria dan Iivari,1995, dalam Chau Patrick Y.K, 2001). Dirasakan kemampuan individu untuk mencapai standar mereka telah mengejar berdampak pada reaksi kognitif dan perilaku individu. Oleh karena itu, individu mungkin lebih cenderung untuk melakukan perilaku yang mereka percaya akan menghasilkan sesuatu yang dihargai daripada yang mereka lihat sebagai memiliki konsekuensi yang tidak menguntungkan. Dalam konteks menggunakan teknologi informasi, *computer self-efficacy* merupakan "persepsi individu dari kemampuannya untuk menggunakan komputer dalam pemenuhan tugas, bukan *reflecting* keterampilan komponen sederhana" (Compeau dan Higgins, 1995:191, dalam Chau Patrick Y.K 2001).

Hubungan antara *computer self-efficacy* dan penggunaan IT telah diperiksa secara empiris oleh (Compeau dan Higgins, 1995:191, dalam Chau

Patrick Y.K 2001). Dalam studi mereka, *computer self-efficacy* diselidiki dari tiga dimensi: besarnya, kekuatan, dan generalisasi. *Magnitude* mencerminkan tingkat kemampuan yang diharapkan, yang berarti bahwa seorang individu dengan *computer self-efficacy* yang tinggi besarnya mungkin berharap dirinya / dirinya untuk dapat menyelesaikan tugas-tugas komputasi yang lebih sulit atau untuk menyelesaikan mereka dengan dukungan kurang dan bantuan. Kekuatan mengacu pada tingkat kepercayaan seseorang telah mengenai kemampuannya untuk melakukan tugas-tugas komputasi. Akhirnya, generalisasi mencerminkan kemampuan menyelesaikan tugas-tugas komputasi di domain yang berbeda, yaitu, menggunakan paket perangkat lunak dan sistem komputer yang berbeda. Mengintegrasikan hasil penelitian terkait sebelumnya, Compeau dan Higgins mengembangkan ukuran *self-efficacy* terhadap menggunakan komputer pada umumnya. Ukuran itu diuji bersama-sama dengan model penelitian faktor yang mempengaruhi penggunaan komputer. Pengaruh yang signifikan dari *computer self-efficacy* pada sejumlah variabel, termasuk harapan individu dari hasil dari menggunakan komputer, ditemukan. Dalam konteks *TAM*, dapat dikatakan bahwa persepsi manfaat mencerminkan keyakinan atau harapan tentang hasil seseorang. Dengan kata lain, *computer self efficacy* mungkin merupakan faktor penting yang mempengaruhi persepsi manfaat.

Dalam kerangka *TAM*, dampak *computer self-efficacy* pada penggunaan komputer telah diteliti Igarria dan Iivari (1995). Mereka mengembangkan komputer model penggunaan, juga didasarkan pada teori kognitif sosial

Bandura, yang mendalilkan bahwa *computer self efficacy* mempengaruhi kecemasan individu pada menggunakan komputer, yang pada gilirannya, pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan penggunaan sistem. Data yang dikumpulkan dari survei 450 pengguna komputer mikro yang digunakan untuk menguji model yang diusulkan. Ditemukan bahwa *computer self efficacy* memiliki efek langsung yang kuat pada persepsi kemudahan penggunaan, tetapi hanya efek tidak langsung pada kegunaan dirasakan melalui persepsi kemudahan penggunaan. Juga, *computer self efficacy* tidak berpengaruh langsung pada penggunaan komputer.

Keyakinan individu tentang dirinya atau kemampuannya untuk berhasil menggunakan komputer atau layanan teknologi untuk menyelesaikan sebuah tugas tertentu, yang dikenal sebagai komputer mereka *self-efficacy* (*CSE*) juga telah dikutip sebagai hal yang penting dalam menentukan niat yang individu untuk terlibat dalam arus atau penggunaan masa depan *system* informasi (Compeau & Higgins, 1995; Hasan, 2006; dalam Reid Michael, Levy Yair, 2008).

Compeau dan Higgins dalam Rustiana (2004:32) dalam Irmadhani (2012) menjelaskan ada tiga dimensi *CSE*, yaitu: (1) *magnitude* (2) *strength* dan (3) *generalibility*. *Magnitude* mengacu pada level kapabilitas dalam penggunaan komputer. Individu dengan level *magnitude CSE* tinggi diharapkan mampu menyelesaikan tugas-tugas komputasi yang lebih kompleks tugasnya dengan rendahnya dukungan dan bantuan dari orang lain, dibandingkan dengan seseorang dengan level *magnitude CSE* yang rendah. *Strength* ini mengacu

pada level keyakinan tentang kepercayaan diri individu untuk mampu menyelesaikan tugas-tugas komputasinya dengan baik. *Generalibility* mengacu pada domain perbedaan konfigurasi *hardware* dan *software*, sehingga individu yang memiliki level *generalibility* tinggi diharapkan mampu menggunakan paket-paket *software* dan sistem yang berbeda-beda, dibandingkan dengan individu yang memiliki level *generalibility* rendah. Individu dengan tingkat *CSE* yang lebih tinggi menilai dirinya mampu untuk menyelesaikan tugas-tugas komputasi yang diberikan dengan lebih baik tanpa dukungan dan bantuan dari orang lain, daripada seseorang dengan tingkat *CSE* yang lebih rendah (Adamson dan Shine 2003: 446, dalam Irmadhani,2012). (Compeau dan Higgins,1991, dalam Taylor dan Todd,1995: 153, dalam Irmadhani,2012) juga menyampaikan bahwa tingkat *CSE* yang tinggi akan mengarahkan pengguna teknologi informasi kepada tingkat minat dan penggunaan informasi teknologi yang lebih tinggi juga. Dalam penelitian ini *CSE* merujuk pada penilaian individu terhadap kemampuan komputasi mahasiswa dalam menggunakan *e-banking* dengan kurangnya dukungan dan bantuan baik dari orang lain. Tingkat *CSE* pengguna yang tinggi akan semakin meningkatkan tingkat penggunaan *e-banking* itu sendiri.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut adalah beberapa penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu:

1. Penelitian Reid dan Levy (2008) menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap niatan menggunakan sistem informasi

perbankan. Penelitian Rahmawaty (2010) menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap penggunaan *ATM*. Penelitian yang dilakukan oleh Citra (2013) menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *E-banking*.

2. Penelitian Reid dan Levy (2008) menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap niatan menggunakan sistem informasi. Penelitian Rahmawaty (2010) membuktikan bahwa persepsi kepercayaan memberikan pengaruh terhadap sikap dalam menggunakan *ATM*. Penelitian Sartika dan zaki (2011) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking*.
3. Penelitian yang dilakukan Wang, dkk (2003) membuktikan bahwa *computer self efficacy* berpengaruh terhadap niatan perilaku menggunakan *internet banking*. Penelitian Hussein dan Bibi (2011) menunjukkan bahwa *computer self efficacy* berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking*.

C. Hubungan Antar Variabel dan Penurunan Hipotesis

1. Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-banking*.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Yoon C. Cho (2012) menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to shop online*.

H1: Pengaruh Persepsi kemudahan dan Persepsi manfaat pada perilaku mahasiswa minat menggunakan layanan *e-banking*.

2. Pengaruh persepsi kemudahan pada perilaku minat menggunakan *e-banking*.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami (Davis, 1989: 320). Ariff Mohd Shoki *et al* (2013) mengemukakan bahwa penelitian sebelumnya mengatakan berpengaruh signifikan dari kemudahan pada niat penggunaan Venkatesh dan Davis, (1996). Wang et al, (2003) Eriksson, (2005) Guriting dan Ndubisi, (2006). Chen dan Barnes (2007) menemukan bahwa dua aspek teknologi antar *system* yang kemudahan dan kegunaan dirasakan secara signifikan mempengaruhi niat penerimaan pelanggan *e-banking*.

Palupi, M. dan Tjahjono, H.K, (2008) Variabel kemudahan berpengaruh signifikan pada minat berperilaku menggunakan internet. Irmadhani (2012) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap penggunaan *e-banking*.

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif pada perilaku mahasiswa minat menggunakan layanan *e-banking*.

3. Pengaruh persepsi manfaat pada perilaku minat menggunakan *e-banking*.

Menurut Davis (1989:320) Persepsi manfaat adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Ariff Mohd Shoki *et al* (2013) Mengemukakan bahwa berpengaruh positif dan signifikan dari manfaat pada niat perilaku dalam memprediksi penerimaan sistem informasi Wang *et al* (2003), dan Guriting, Ndubisi (2006). Pikkarainen *et al* (2004) mereka menemukan bahwa manfaat merupakan faktor utama perilaku untuk

menerima internet *banking*. Hasil studi Tan and Teo (2000) mengungkapkan bahwa manfaat merupakan faktor penting dalam menentukan penerimaan inovasi, termasuk sistem internet *banking*. Jadi, semakin besar manfaat menggunakan layanan internet *banking* semakin besar internet *banking* akan diterima.

Palupi, M. dan Tjahjono, H.K, (2008) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa variabel manfaat berpengaruh signifikan pada minat berperilaku menggunakan internet, dengan demikian manfaat berperan penting untuk menjelaskan perilaku para mahasiswa dalam menggunakan internet. Irmadhani (2012) menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna *online banking*.

H3: Persepsi manfaat berpengaruh positif pada perilaku mahasiswa minat menggunakan layanan *e-banking*.

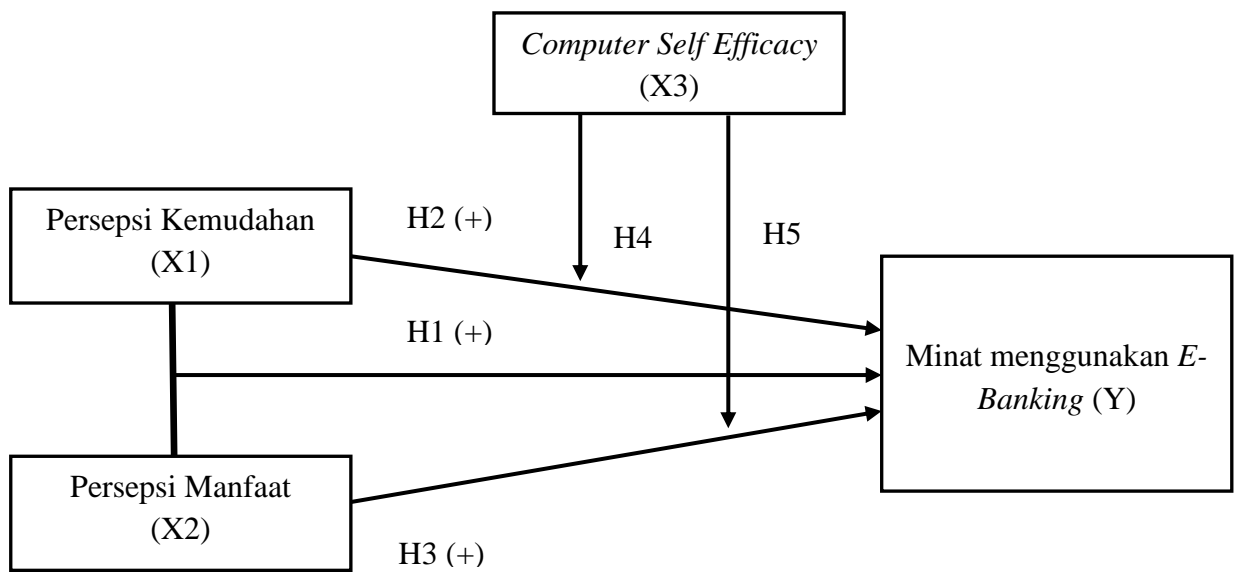
4. Peran pemoderasian *computer self efficacy* dalam TAM.

penelitian sebelumnya seperti Venkatesh (2000), Davis, (1996) telah menegaskan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari *computer self-efficacy* pada persepsi manfaat dan persepsi kemudahan dari TAM. Reid Michael, Levy Yair (2008) menunjukkan bahwa sementara CSE tidak berdampak positif persepsi kemudahan penggunaan, CSE secara signifikan dan positif diprediksi persepsi manfaat.

H4: *Computer self efficacy* memoderasi pengaruh persepsi kemudahan pada perilaku mahasiswa minat menggunakan layanan *e-banking*.

H5: *Computer self efficacy* memoderasi pengaruh persepsi manfaat pada perilaku mahasiswa minat menggunakan layanan *e-banking*.

D. Model Penelitian



Gambar 2.2 Skema Penelitian