

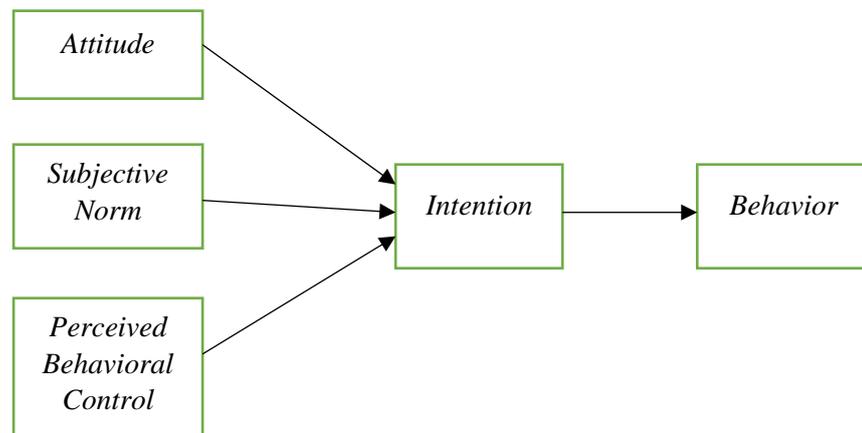
## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. LANDASAN TEORI

##### 1. Theory of Planned Behavior (TPB)

Pada tahun 1991 Icek Ajzen memperkenalkan sebuah teori yang bernama *Theory of Planned Behavior* (TPB). Teori ini merupakan pengembangan sebuah konstruk yang belum ada dari *Theory Reasoned Action* (TRA). Konstruk tersebut adalah kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Konstruk ini digunakan untuk mengontrol perilaku individu yang dibatasi oleh keterbatasan sumber daya yang digunakan untuk melakukan perilaku. Asumsi dasar dari TPB untuk menjelaskan bahwa banyaknya perilaku yang tidak sepenuhnya dibawah kontrol individu sehingga dibutuhkan tambahan konsep kontrol perilaku (*perceived behavior control*) (Irianto, 2012). Konsep kontrol perilaku ditentukan oleh dua faktor, yaitu *control beliefs* (kepercayaan mengenai kemampuan dalam mengendalikan) dan *perceived power* (persepsi mengenai kekuasaan yang dimiliki untuk melakukan suatu perilaku). TPB dapat digunakan untuk menjelaskan tentang sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*), norma subjektif (*subjective norms*) dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*) yang memengaruhi niat konsumen untuk bertransaksi secara *online*.



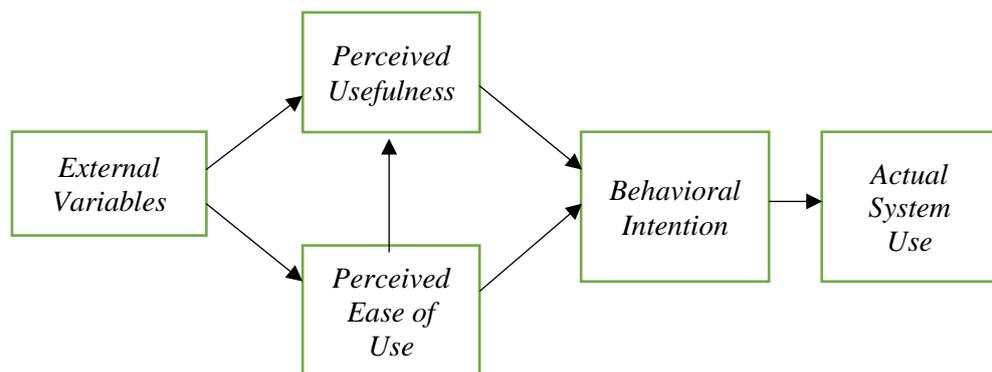
**Gambar 2. 1** TPB

Sumber : Ajzen, (1991)

TPB di dalam penelitian ini sebagai dasar untuk hipotesis variabel persepsi kepercayaan, persepsi risiko dan persepsi keamanan. Jika nasabah memiliki *control beliefs* yang kuat mengenai faktor-faktor yang ada, maka nasabah memiliki persepsi yang tinggi untuk mampu mengendalikan suatu perilaku. Hal ini untuk menjelaskan kepada nasabah apakah akan berminat untuk menggunakan *internet banking* jika didasari oleh hal-hal yang diyakini nasabah mengenai siap atau tidak siap serta adanya usaha yang dikeluarkan oleh individu untuk melakukan suatu perilaku. Namun sebaliknya jika nasabah memiliki persepsi yang rendah atau nasabah tidak memiliki kesiapan apapun dan tidak mempertimbangkan dampak yang terjadi maka nasabah tersebut tidak akan berminat menggunakan *internet banking*. Persepsi ini dapat mencerminkan pengalaman masa lalu, antisipasi terhadap situasi yang akan datang, dan sikap terhadap norma-norma yang berpengaruh di sekitar individu

## 2. Technology Acceptance Model (TAM)

Pada tahun 1986 Fred D. Davis memperkenalkan sebuah teori yang bernama TAM (*Technology Acceptance Model*). TAM merupakan pengembangan teori dari TRA. *Technology Acceptance Model* (TAM) sendiri dikembangkan untuk menjelaskan perilaku penggunaan teknologi. Sampai saat ini TAM merupakan model yang paling banyak digunakan dalam memprediksi penerimaan teknologi informasi dan telah terbukti menjadi model teoritis yang sangat berguna dalam memahami dan menjelaskan perilaku pemakai dalam implementasi sistem informasi (Gefen, 2002). Menurut (Kusumawardani, 2017) TAM merupakan model yang memprediksi penerimaan oleh penggunanya terhadap suatu teknologi sehingga dihasilkan kesimpulan bahwa seseorang dalam menggunakan teknologi yang baru akan dipengaruhi oleh dua faktor yang selanjutnya disebut sebagai persepsi.



**Gambar 2. 2 TAM**  
Sumber : Davis, (1998)

Ada 3 faktor yang memengaruhi penggunaan sebuah sistem sesuai yang diusulkan oleh (Davis, 1989), yakni yang pertama adalah *Perceived*

*Usefulness* yaitu suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja. Kemudian yang kedua adalah *Perceived Ease of Use* yaitu suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut tak perlu bersusah payah. Sedangkan yang terakhir adalah *Behavioral Intention* yakni adanya niat dari perilaku untuk menggunakan suatu teknologi.

TAM dalam penelitian ini sebagai dasar untuk hipotesis variabel persepsi kemudahan. Persepsi kemudahan didalam TAM didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari usaha. Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya akan tetapi jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi itu sulit digunakan maka dia tidak akan menggunakannya. Dimana pada penggunaan *internet banking* biasanya nasabah akan tertarik jika pihak bank memberikan cara kemudahan dalam penggunaannya. Namun sebaliknya jika nasabah merasa kesulitan dalam menggunakannya maka nasabah cenderung mengurungkan niatnya dan merasa ragu dalam melakukan transaksi *internet banking*.

### **3. Internet Banking**

Berdasarkan Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/18/DPNP/2004, *internet banking* adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, serta bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui

internet, sehingga pendirian dan kegiatan *internet only bank* tidak diperkenankan. Oleh karena itu maka pembuatan aplikasi *internet banking* harus melalui prosedur serta peraturan yang berlaku dan bank harus selalu mengevaluasi layanan *internet banking* serta memberikan inovasi secara berkelanjutan agar minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* semakin meningkat

Dalam ruang lingkup ilmu akuntansi, *internet banking* diklasifikasikan sebagai sistem pemrosesan transaksi yang terotomatisasi atau yang sering diidentifikasi sebagai bagian dari sistem informasi akuntansi (Gunawan, 2014). Sistem pemrosesan transaksi ini berfungsi untuk mengkonversikan berbagai kegiatan ekonomi ke dalam transaksi keuangan, mencatatnya serta melaporkannya kepada pengguna akhir baik kepada pihak internal maupun eksternal. Sistem ini berperan penting dalam mempermudah dan memperlancar proses akuntansi. Hal ini membuat keberadaan *internet banking* diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang menerapkannya. Namun keberhasilan implementasi suatu sistem informasi tidak hanya ditentukan oleh sistemnya, tetapi juga ditentukan oleh pelaksananya. Sebagus apapun sistem yang diterapkan tanpa adanya dukungan positif dari pelaksananya maka sistem tersebut akan gagal (Suryandari, 2002). Sehingga pada aplikasi *internet banking* dibutuhkan dukungan dari kedua belah pihak yakni pengguna dan penyedia layanan *internet banking* tersebut agar sistem informasi dalam *internet*

*banking* akan berjalan lancar dan berhasil memberikan manfaat bagi keduanya.

Kegiatan *internet banking* merupakan salah satu bentuk inovasi teknologi pada perbankan. *Internet banking* merupakan pelayanan transaksi elektronik melalui komputer atau laptop yang terhubung dengan jaringan internet sehingga lebih mudah dan cepat seperti dalam transfer dana atau transaksi pembayaran yang dapat dilakukan di setiap waktu dan tempat. Tetapi meski pemanfaatan fasilitas *internet banking* memberikan keuntungan namun juga memiliki risiko. Untuk itu bank harus memperhitungkan untung ruginya serta risiko yang akan dihadapi oleh nasabah.

#### **4. Persepsi Kepercayaan**

Menurut (Kusumaningrum, 2015) Kepercayaan adalah perkiraan subjektif dimana konsumen akan percaya kepada mereka untuk dapat melakukan transaksi *online* secara konsisten dengan sesuai harapan. Kepercayaan juga bisa dikatakan sebagai keyakinan seseorang akan menemukan apa yang diinginkan dengan sesuai harapan.. (Putri, 2015)

Penelitian (Harlan, 2014) menyatakan bahwa kepercayaan adalah yakin terhadap orang lain dengan harapan bahwa orang lain tersebut tidak akan berperilaku oportunistis. Ini merupakan keyakinan kepada pihak lain untuk berperilaku guna memenuhi komitmen. Namun (Gefen, 2002) mendefinisikan kepercayaan adalah kemauan untuk membuat dirinya peka pada tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggung jawab. Kepercayaan disini adalah

kepercayaan nasabah kepada penyelenggara transaksi elektronik perbankan, serta kepercayaan pada mekanisme operasional dari transaksi yang dilakukan

## **5. Persepsi Kemudahan**

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) menurut Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai suatu keadaan dimana seseorang memiliki keyakinan bahwa sistem dapat dengan mudah untuk dipahami. Sedangkan menurut Prasetyo (2014) kemudahan adalah sistem yang lebih bisa diterima oleh para pengguna sehingga dapat memengaruhi sikap individu penggunanya yang secara tidak langsung akan berdampak pada kinerja pengguna.

Tidak jarang juga nasabah dalam mempertimbangkan untuk menggunakan layanan *internet banking* juga melihat pada sistemnya. Jika sistem layanan *internet banking* itu dirasa rumit maka nasabah masih cenderung lebih menggunakan layanan ATM (Putri, 2015). Namun dengan adanya kemudahan yang diberikan oleh bank maka nasabah lebih mudah untuk memahami dalam menggunakan *internet banking*. Dalam penelitian ini, persepsi kemudahan berarti sistem tersebut mudah dipahami dan mudah dioperasikan oleh pengguna sehingga akan mendorong nasabah untuk menggunakan fasilitas *internet banking* (Setiyani, 2016)

## **6. Persepsi Risiko**

Penelitian (Amijaya, 2010) mendefinisikan persepsi risiko sebagai perkiraan subjektif individu apakah akan merasa untung atau rugi dalam menerima hasil yang diinginkan.. Sedangkan Menurut (Fullah dan Candra

2012) menjelaskan bahwa risiko dianggap sebagai suatu ketidakpastian tentang kemungkinan negatif dari penggunaan produk atau jasa. Apabila risiko yang mendominasi daripada manfaat yang didapat, maka konsumen tidak akan berminat untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. Sebaliknya ketika risiko yang akan didapatkan semakin kecil, maka semakin besar pula kemungkinan terdorongnya minat konsumen untuk menggunakan produk atau jasa tersebut, (Pertiwi dan Adhivinna 2013).

Hal ini juga sama dalam penggunaan *internet banking*, ketika perbankan mampu memberikan pelayanan sistem yang baik maka risiko yang ditimbulkan rendah sehingga minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* akan meningkat.

## **7. Persepsi Keamanan**

Menurut Priyanto (2015) menjelaskan bahwa keamanan merupakan keyakinan nasabah atas terjaminnya transaksi yang aman dan terjaganya informasi pribadi. Sedangkan menurut Desmayanti (2012) keamanan sistem informasi adalah manajemen pengelolaan keamanan yang bertujuan untuk mencegah, mengatasi dan melindungi berbagai sistem informasi dari risiko terjadinya tindakan ilegal seperti penggunaan tanpa izin, penyusupan dan perusakan terhadap berbagai informasi yang dimiliki

Dalam penelitian ini, keamanan digunakan untuk mengukur persepsi nasabah tentang bagaimana sistem keamanan yang ditawarkan oleh pihak bank kepada nasabah untuk menggunakan *internet banking*. Namun keamanan dalam melakukan transaksi *internet banking* bukanlah

sepenuhnya tanggung jawab bank akan tetapi nasabah juga dituntut berperan aktif menjaganya (Cahyo. 2014)

## **B. PENELITIAN TERDAHULU & HIPOTESIS**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*, maka peneliti membuat hipotesis sebagai berikut :

### **1. Persepsi Kepercayaan**

Faktor kepercayaan merupakan salah satu hal yang penting. Kepercayaan yang ditekankan dalam penelitian ini adalah kepercayaan nasabah terhadap lembaga perbankan yang menyediakan layanan *internet banking*. Ketika nasabah memberikan rasa kepercayaan yang tinggi terhadap pelayanan jasa dari perbankan maka hal tersebut bisa menumbuhkan minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* (Kusumaningrum, 2015).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Putri (2015) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Hal ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Farizi (2014), Maharsi & Fenny (2006) serta Listyawati (2017) yang menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap penerimaan *internet banking*. Akan tetapi hasil penelitian yang dilakukan oleh Farizi (2014) bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Silvia (2014). Penelitian yang dilakukan oleh Silvia (2014)

mengungkapkan bahwa kepercayaan berpengaruh negatif terhadap *internet banking*.

Semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dimiliki nasabah maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Tetapi jika semakin rendah kepercayaan yang dimiliki nasabah maka semakin rendah pula minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Hal ini dapat terjadi jika pihak bank dapat dipercaya oleh nasabah dengan sesuai harapan maka minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* akan meningkat. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>1</sub> :** *Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking*

## **2. Persepsi Kemudahan**

Persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Menurut Davis (1989) kemudahan yaitu suatu keadaan dimana seseorang memiliki keyakinan bahwa sistem dapat dengan mudah untuk dipahami.

Menurut Putri, (2015) bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif terhadap *internet banking*. Demikian juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyo (2014) Saputro (2013) serta Pertiwi & Adhivinna, (2013) menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan juga memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Aryani (2015) menyatakan bahwa kemudahan memiliki pengaruh namun secara negatif

terhadap penggunaan *internet banking*. Apabila nasabah semakin dapat menemukan kemudahan dalam menggunakan *internet banking* maka semakin tinggi pula penggunaan *internet banking* tersebut. Ini terjadi karena ketika sistem *internet banking* dapat mudah dipahami oleh nasabah maka minat nasabah dalam menggunakan transaksi *internet banking* akan meningkat. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>2</sub>** : *Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking*

### **3. Persepsi Risiko**

Pengaruh risiko dalam suatu transaksi berbasis online sangatlah tinggi. Risiko yang akan ditimbulkan dapat merugikan pengguna teknologi sehingga nasabah akan mengurungkan minatnya untuk menggunakan *internet banking* (Kusumaningrum, 2015). Pihak perbankan harus melakukan upaya-upaya yang dapat memperkecil risiko seperti pengamanan dari penyusup (*hacker*) ataupun sistem yang error. (Dewi, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Farizi (2014) dan Amijaya (2010) mengungkapkan bahwa risiko berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2015) yang menyimpulkan bahwa risiko memiliki pengaruh secara negatif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Begitu juga dengan hasil yang dimiliki oleh Setiyani (2016), Listyawati (2017) serta Kusumaningrum (2015) yang

menyatakan bahwa risiko juga memiliki pengaruh secara negatif. Semakin besar risiko yang ditimbulkan maka semakin rendah minat nasabah untuk menggunakan *internet banking* dan juga sebaliknya. Hal ini terjadi karena dalam transaksi *internet banking* memiliki beberapa risiko didalamnya seperti mengambil data nasabah, menguras uang nasabah dan sebagainya. Atas dasar tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>3</sub> :** *Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking*

#### **4. Persepsi Keamanan**

Faktor keamanan merupakan salah satu unsur penting dalam penggunaan *internet banking*. Karena di dalam transaksi *internet banking* sangat rawan terhadap penyalahgunaan data nasabah dan pengintaian informasi yang dilakukan oleh orang yang tidak bertanggungjawab.

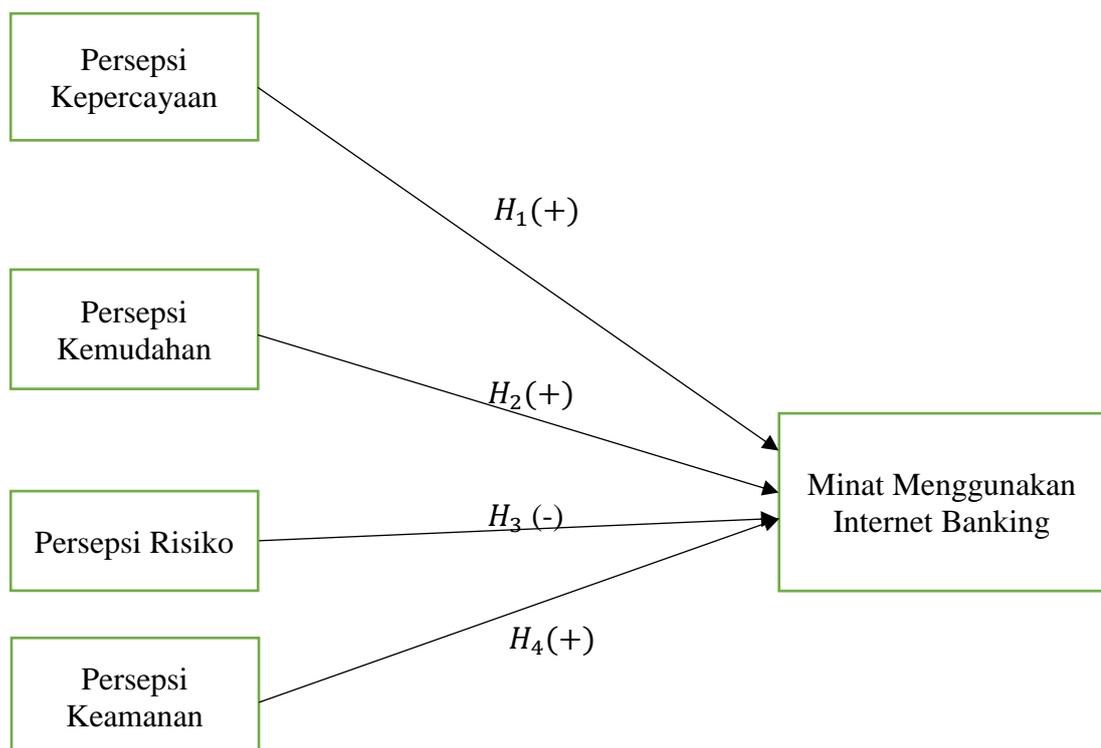
Cahyo (2014) menyimpulkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Hal ini didukung oleh beberapa penelitian yang dilakukan oleh Purnami (2016) dan Listyawati (2017) yang menyatakan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Akan tetapi hasil yang berbeda didapatkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Aryani (2015) yang mengungkapkan bahwa persepsi keamanan memiliki hasil negatif terhadap minat menggunakan *internet banking*. Semakin tinggi tingkat keamanan yang ditawarkan oleh bank kepada nasabah maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam *internet banking*. Namun jika pihak bank tidak memberikan jaminan

keamanan yang tinggi pada penggunaan *internet banking* maka minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* akan rendah. Hal ini terjadi karena saat menggunakan *internet banking* nasabah akan merasa aman dan nyaman maka minat untuk dalam penggunaan *internet banking* akan meningkat. Maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>4</sub>** : *Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking*

### C. MODEL PENELITIAN

Berdasarkan hipotesis diatas maka peneliti merumuskan model penelitian sebagai berikut :



**Gambar 2. 3 Model Penelitian**