



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

LANDASAN LITERATUR

2.1 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Internet Banking

Adapun menurut BI (2004), Internet Banking adalah seluruh sistem jaringan perbankan yang mengkoneksikan jaringan komputer di berbagai belahan dunia untuk dapat saling terintegrasi satu sama lain secara global sehingga memungkinkan nasabah dalam memperoleh informasi dan bertransaksi menggunakan jaringan internet.

Sedangkan menurut (Blount, 2005) *electronic banking* adalah integrasi optimal dari semua kegiatan bank dalam memenuhi TI modern yang dimiliki semua layanan yang diperlukan dapat diberikan kepada pelanggan sehingga dapat mempermudah segala kegiatan perbankan yang akan dilakukan oleh setiap nasabah yang ada.

Electronic Banking merupakan salah satu faktor yang terpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di dunia perbankan. *E-banking* dapat membantu bank dalam memberikan layanan yang lebih cepat, mudah, murah dan memuaskan (Polatoglu, 2001). Dengan E-banking sendiri, para nasabah dapat melakukan kegiatan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun selama terhubung internet.

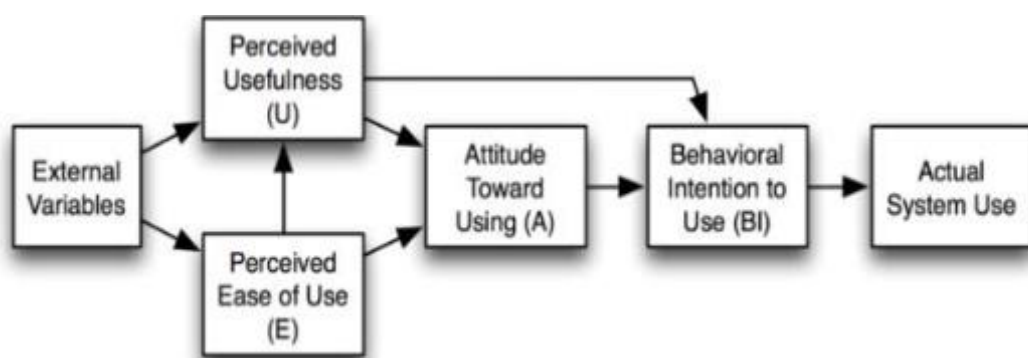
2.2.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Adapun penelitian yang difokuskan dalam penulisan laporan ini bertujuan untuk mengukur tingkat penerimaan penggunaan dari *digital form mobile application*.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan TAM (*Technology Acceptance Model*) untuk mengetahui seberapa besar tingkat ukuran penerimaan sistem informasi yang diperlukan. Tujuan utama dari penggunaan model TAM adalah memberikan penjelasan secara umum mengenai sikap ataupun perilaku penggunaan teknologi di dalam suatu populasi (Davis, 1989). TAM dapat memprediksi user acceptance terhadap teknologi apapun melalui *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*.

TAM merupakan sebuah model yang diadopsi dari model TRA (*Theory of Reasoned Action*) untuk dijadikan sebagai alat pengukur dalam penerimaan system informasi. TAM memiliki rangkaian utama variable antara lain *perceived usefulness (U)* atau persepsi manfaat dan *perceived ease of use (E)* atau persepsi kemudahan penggunaan ditunjukkan pada Gambar 2.1 dalam hal ini penggunaan TAM memiliki suatu cara mengukur dengan penambahan variabel eksternal yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan, sikap, dan niat dalam menggunakan teknologi informasi kembali.

Adapun indikator setiap variabel model TAM adalah sebagai berikut (Davis, 1989) :



Gambar 2. 1 Technology Acceptance Model (TAM)

A. Perceived Trust (PT)

- Secure and Guarantee – Jaminan keamanan atas data yang diberikan.
- Privacy – Privasi dijamin kerahasiannya.
- Reliable all the time – *Digital Form Mobile Application* dapat diandalkan pada setiap penggunaannya.

B. Perceived Ease of Use (PEOU)

Persepsi mengenai kemudahan penggunaan yang dilakukan oleh (Davis, 1989) mengatakan bahwa ada suatu tingkatan dimana seorang pengguna memiliki suatu kepercayaan akan penggunaan system tertentu dapat mengurangi upaya dalam melakukan kegiatannya. Dalam hal ini ketika suatu pengguna percaya akan penggunaan suatu sistem dan memberikan suatu kemudahan yang dapat mempengaruhi aktual dari penggunaan sistem tersebut.

Ease of Use atau persepsi kemudahan penggunaan dapat memberikan suatu kontribusi secara langsung ataupun tidak langsung terhadap *Behavioral Intention* tergantung dari kegiatan tersebut dapat difasilitasi oleh sistem atau tidak.

- Learning How to Use – Penggunaan *digital form mobile application* mudah untuk dipelajari.
- Clear & Understandable – Tampilan pada *digital form mobile application* jelas dan mudah dipahami.
- Easy to Use – *digital form mobile application* mudah dalam penggunaannya.

C. Perceived Usefulness (PU)

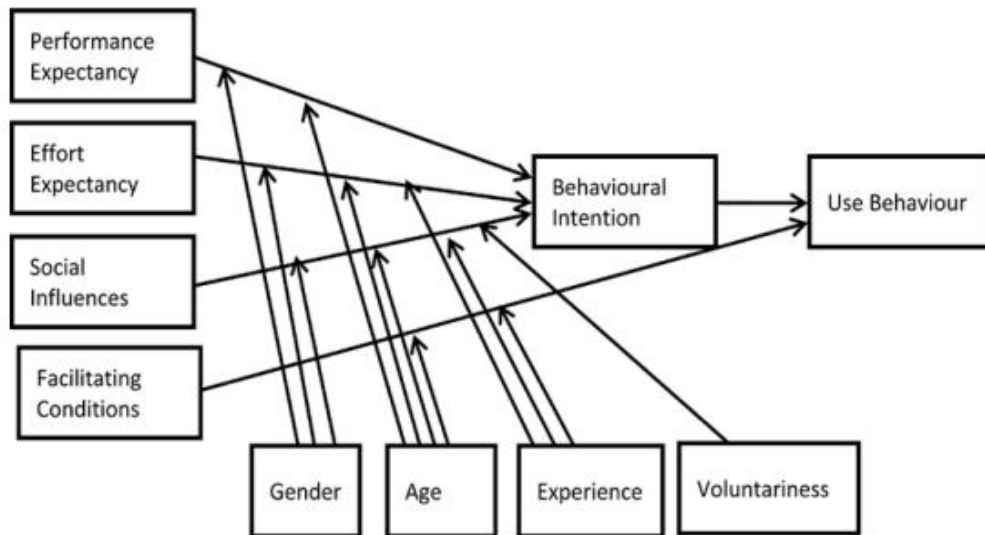
Menurut (Davis, 1989) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai tingkatan dimana seseorang percaya akan penggunaan suatu

sistem dapat meningkatkan kinerjanya. Dengan semakin besar manfaat yang dihasilkan maka kemudahan dalam penggunaan sistem akan menjadi lebih mudah dalam penerapan serta implementasinya. Persepsi manfaat dapat dijadikan sebagai faktor yang dapat digunakan untuk mendukung suatu penerapan sistem agar dapat menghasilkan suatu value kepada pengguna akan penerapan aplikasi yang ada.

Sedangkan menurut (Williams, 2016) persepsi manfaat dapat memegang peranan penting terhadap kemauan seseorang untuk dapat menggunakan suatu teknologi ataupun sistem dalam hal ini persepsi manfaat dapat mendorong seseorang untuk mengadopsi penggunaan suatu sistem.

- Increase Chance of Achieving Tasks – *digital form mobile application* membantu dalam meningkatkan pencapaian pengerjaan tugas yang ada.
- Useful – *digital form mobile application* membantu setiap aktifitas yang dilakukan.
- Accomplish Tasks More Quickly – Transaksi perbankan dengan *digital form mobile application* selesai lebih cepat.
- Productivity – Penggunaan *digital form mobile application* dapat meningkatkan produktivitas pengguna.

2.2.3 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology(UTAUT)



Gambar 2. 2 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

UTAUT merupakan suatu model yang menjelaskan tentang penerimaan teknologi dengan delapan teori. Venkatesh, dkk (2003) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa UTAUT merupakan model yang tepat dalam menjelaskan *behavior* seorang individu terhadap penggunaan suatu teknologi informasi dan komunikasi dimana Gender, Age, Experience, dan Voluntariness menjadi variabel moderatingnya, namun yang menjadi variabel predictornya adalah performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating condition. Adapun yang menjadi konstruk penting dalam model UTAUT adalah :

A. Performance Expectancy (PE)

Performance Expectancy atau harapan kerja merupakan tingkatan dimana seseorang percaya akan kegunaan suatu sistem dapat membantu menyelesaikan pekerjaannya. Harapan kinerja juga dapat diartikan sebagai suatu keadaan dengan memiliki keunggulan dari sisi teknologi.

Variabel *performance expectancy* berasal dari berbagai model penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Venkatesh et al.,

(2003) antara lain *perceived usefulness* (TAM dan C-TAM-TPB), *extrinsic motivation* (MM), *job-fit* (MPCU), *relative advantage* (IDT) dan *outcome expectations* (SCT).

- Convenient – *digital form mobile application* dapat digunakan dimanapun dan kapanpun.
- Effectiveness – *digital form mobile application* efektif dan rutin digunakan setiap bulannya
- Fast response – *digital form mobile application* memiliki tingkat respon yang cepat pada setiap transaksinya
- Performance – *digital form mobile application* meningkatkan kinerja pada saat melakukan transaksi perbankan

B. Effort Expectancy (EE)

Menurut (Venkatesh V. M., 2003) ekspektasi upaya merupakan gambaran tingkat kemudahan dari penggunaan suatu sistem. Variabel yang menjadi pengembangan di dalam model yang di teliti oleh Venkatesh antara lain *complexity* (MPCU), *perceived ease of use* (TAM/TAM2), dan *ease of use* (IDT). *Effort Expectancy* juga dapat disimpulkan sebagai seberapa besar minat dalam diri seseorang untuk menggunakan suatu system tersebut karena dirasa memberi kemudahan dan kegunaan.

Sesuai dengan penelitian oleh Jati dan Laksito (2012) yang menjelaskan bahwa *Effort Expectancy* mempengaruhi minat pemanfaatan/*behavioural intention* user online marketplace di Surabaya

- Competent - *digital form mobile application* memiliki tingkat kompetensi yang tinggi
- Simple - *digital form mobile application* tidak ribet dan mudah digunakan

C. Social Influence (SI)

(Venkatesh V. M., 2003) mengemukakan bahwa pengaruh sosial atau *social influence* dapat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang ingin menggunakan atau mengadopsi suatu sistem berdasarkan kepercayaan terhadap orang disekitarnya yang dianggap penting sehingga dapat mempengaruhi dalam penggunaan sistem baru. Semakin penting orang tersebut maka akan meningkatkan kepercayaan seseorang untuk mengadopsi dan menggunakan sistem tersebut. Variabel ini memiliki kesamaan dengan model penelitian yang dilakukan sebelumnya antara lain *subjective norm* (TRA, TAM2, TBP, C-TAM-TPB), *social factors* (MPCU), dan *image* (IDT).

- Behavior Influence – Orang terdekat memberikan pengaruh dalam penggunaan *digital form mobile application*
- Prestige – Adanya *digital form mobile application* dapat meningkatkan reputasi perusahaan
- High Profile – Menggunakan *digital form mobile application* dapat meningkatkan status sosial

D. Facilitating Condition (FC)

Masih menurut (Venkatesh V. M., 2003), kondisi yang memfasilitasi merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis yang ada dapat mendukung penggunaan suatu sistem informasi. Kondisi yang memfasilitasi menjelaskan tentang tersedianya sumber daya serta dukungan untuk menggunakan suatu sistem informasi. Sumberdaya yang ada dapat berupa komputer ataupun smart device yang dapat digunakan dengan kegunaan yang terkait.

Dengan adanya kondisi yang memfasilitasi maka pengguna dapat menggunakan sistem ataupun teknologi tersebut

- Guidance available – Ada petunjuk dalam penggunaan *digital form mobile application*.
- Specialized Instruction – Ada instruksi khusus dalam penggunaan *digital form mobile application*.
- Fits wells needs – *digital form mobile application* cocok dengan kebutuhan perbankan.
- Fits into style – *digital form mobile application* sesuai dengan style/cara bertransaksi.

E. Behavioral Intention (BI)

Behavioral intention memiliki hubungan langsung terhadap penggunaan aktual suatu sistem atau teknologi yang ada. Kontstruk tersebut berasal TRA merupakan penelitian yang dilakukan oleh (Davis, 1989). Dalam hal ini niat perilaku penggunaan dapat dijadikan sebagai ukuran bahwa seseorang memiliki niat dalam penggunaan sistem atau teknologi yang ada.

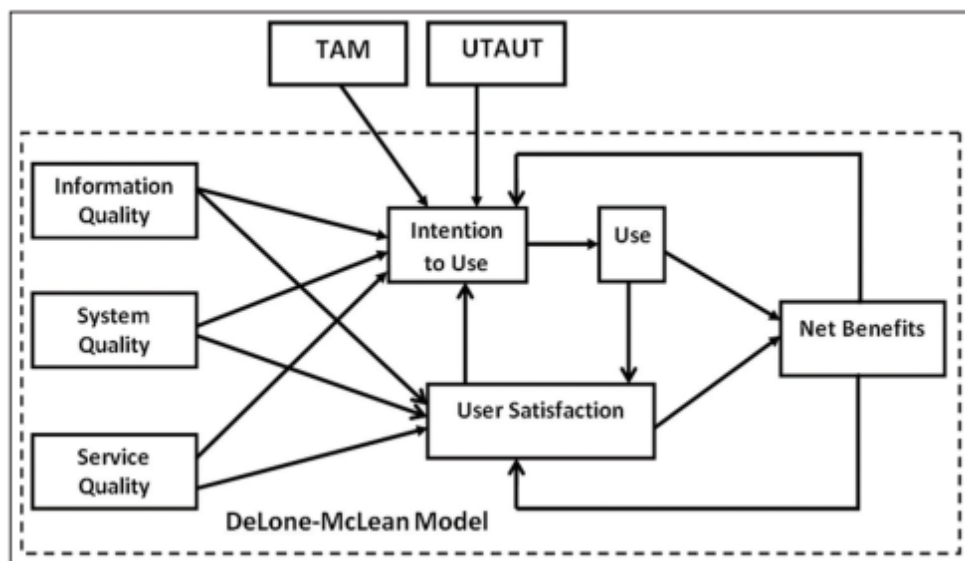
- Intend to Use – Ada niat untuk menggunakan *digital form mobile application*.
- Try to Use – Mencoba untuk menggunakan *digital form mobile application*.

F. Use Behavior (UB)

- Accessing – Selalu mengakses *digital form mobile application* pada setiap kegiatan transaksinya.
- Loyalty – Penggunaan *digital form mobile application* secara berulang-ulang.

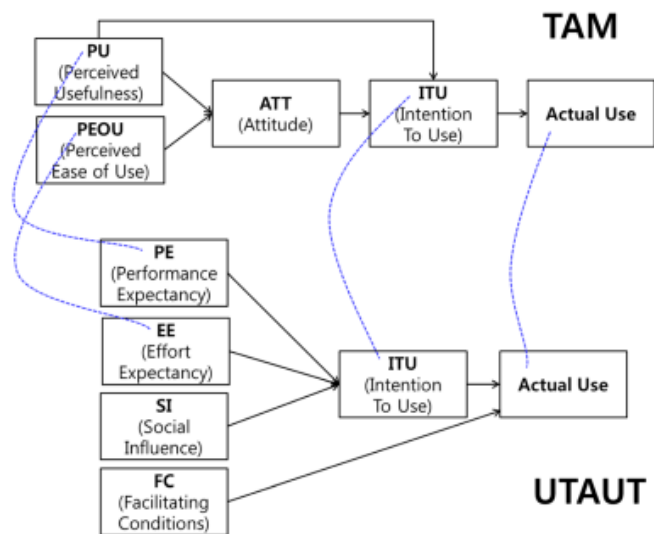
2.2.4 Combination of Model Theory TAM and UTAUT

Siti Mardiana dan Jann H (2015) dalam penelitiannya terhadap pengukuran *intention to use* dengan menggunakan DeLone-McLean menjelaskan bahwa model TAM memiliki keterbatasan karena kurang mempertimbangkan pengaruh sosial dalam penggunaan dan pemanfaatan teknologi baru yang ada, sehingga perlu melibatkan model UTAUT teori di dalamnya.



Gambar 2. 3 DeLone-McLean Model - UTAUT and TAM Model Theory

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Seok Kim (2016) yang berjudul *Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi mobile EMR pada rumah sakit tersier* dengan menggabungkan model teori TAM dan UTAUT dan dengan menggunakan penghitungan SEM diperoleh berbagai hasil hipotesis yang lebih konkrit dalam mengeneralisi penggunaan mobile EMR system terhadap *intention to use* para customer di rumah sakit dibandingkan hanya dengan menggunakan satu model teori saja



Gambar 2. 4 Combination of TAM and UTAUT

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

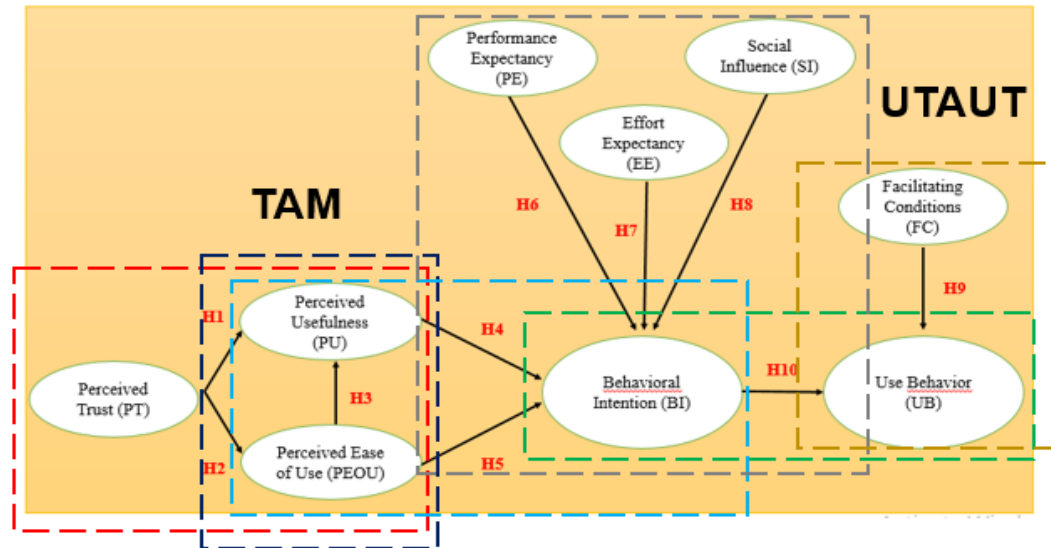
	Peneliti - Judul	Deskripsi	Pembahasan
1	Shanab, Abu. 2007 <i>Internet banking in Jordania: The UTAUT perspective</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kuesioner dibagikan kepada para pelanggan saat memasuki kantor utama bank-bank di Yordania • Menggunakan regresi untuk mengevaluasi data 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan metode UTAUT • Pengaruh sosial, harapan kinerja dan usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap niat membeli para pelanggan dalam mengadopsi teknologi i-banking
2	Govender. 2014 Studi terhadap adopsi mobile banking di	<ul style="list-style-type: none"> • Analisa terhadap penerimaan penggunaan mobile 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepercayaan terbukti berpengaruh terhadap niat

	kalangan mahasiswa menggunakan <i>extended</i> TAM model	banking kepada setiap mahasiswa dengan pendekatan model TAM	para mahasiswa dalam menggunakan m-banking
3	Williams. 2016 Consumer Adoption of m-banking in Jordania	<ul style="list-style-type: none"> • Pendekatan model TAM. • SEM dilakukan untuk menganalisa data yang dikumpulkan dari kuesioner nasabah perbankan Yordania. 	<ul style="list-style-type: none"> • Results menunjukkan bahwa tingkat persepsi kemudahan penggunaan dan resiko memiliki pengaruh signifikan terhadap niat perilaku para nasabah dalam mengadopsi m-banking di Yordania.
4	Seok Kim. 2016 Analisa faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi mobile EMR pada rumah sakit tersier	<ul style="list-style-type: none"> • Pendekatan model TAM dan UTAUT • Penghitungan menggunakan SEM dalam menganalisa data. 	<ul style="list-style-type: none"> • Harapan kinerja, usaha, pengaruh sosial, dan fasilitas yang diberikan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat adopsi penggunaan teknologi • Harapan usaha memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap penerimaan penggunaan EMR system.
5	Ivan Christiono, Daniel. 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Pendekatan model UTAUT • Sampel yang dipakai adalah masyarakat Surabaya yang pernah menggunakan <i>online marketplace</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Harapan kinerja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat perilaku. • Harapan usaha juga terbukti berpengaruh secara positif

	Analisis Pengaruh PE & EE terhadap BI pada Online Marketplace		namun tidak signifikan terhadap niat perilaku
6	<p>Brolyn. 2019</p> <p>Analisa faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan <i>digital e-form</i> di PT. XYZ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pendekatan dengan model UTAUT • Sampel yang dipakai adalah para user <i>digital e-form</i> di berbagai kantor cabang PT. XYZ wilayah Jakarta. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Social Influence</i>, <i>Performance Expectancy</i> dan <i>Facilitating Condition</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavior Intention</i> para nasabah. • <i>Performance Expectancy</i> berpengaruh paling besar terhadap penerimaan penggunaan <i>digital e-form</i>.

2.3 Rerangka Konseptual

Adapun dalam penyusunan laporan penelitian ini, penulis menggunakan 2 model teori yaitu model TAM dan model UTAUT.



Gambar 2. 5 Rerangka Konseptual

Sumber : Penulis (2020)

2.4 Hipotesis

2.4.1 H1 (Pengaruh *perceived trust* terhadap *perceived usefulness*)

Yousafzai, Pallister dan Foxall (2003) menyatakan bahwa *perceived trust* sebagai persepsi atau katalis dalam kegiatan transaksi antara berbagai pihak sehingga kepuasan pihak konsumen dapat terpenuhi sesuai dengan yang mereka harapkan. Ponte (2015) mendefinisikan *perceived trust* sebagai bentuk kesediaan suatu individu dalam menggantungkan dirinya kepada berbagai pihak lain karena adanya tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap pihak lain tersebut.

Jared (2017) dalam penelitiannya di United Kingdom, menjelaskan akan pengaruh *perceived trust* (PT) terhadap *perceived usefulness* (PU) yang terbukti positif dan signifikan. *Perceived trust* (PT) pengguna yang

tinggi terhadap suatu sistem menunjukkan akan semakin bermanfaat kegunaan dari sistem tersebut. Berdasarkan uraian teoritis di atas, maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut :

Ha : Semakin besar tingkat *perceived trust* (PT) pengguna akan suatu sistem yang ada, maka akan semakin bermanfaat juga kegunaan dari sistem tersebut.

2.4.2 H2 (Pengaruh *perceived trust* terhadap *perceived ease of use*)

Juniwati (2015) dalam penelitiannya di kota Pontianak, menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara *perceived trust* para konsumen terhadap *perceived ease of use* aplikasi e-commerce). Sehingga dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut :

Ha : Semakin besar tingkat kepercayaan pengguna maka akan semakin memberikan kemudahan dalam menggunakan sistem tersebut.

2.4.3 H3 (Pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness*)

PEOU merupakan suatu tingkatan dimana user akan percaya terhadap penggunaan suatu sistem karena sistem tersebut memang terbukti memberikan kemudahan dalam penggunaannya (Jahangnir, 2008).

Hsu (2008) dalam penelitiannya di Taiwan mengungkapkan bahwa ditemukan hubungan positif antara *perceived ease of use* dalam penggunaan suatu unauthorized software terhadap *perceived usefulness* yang diperoleh setelah menggunakan software tersebut. Sehingga dapat ditarik suatu hipotesis bahwa :

Ha : Semakin besar tingkat kemudahan dari penggunaan suatu sistem maka akan semakin tinggi pula kegunaan yang dapat dirasakan para penggunanya.

2.4.4 H4 (Pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention*)

Semakin banyak manfaat yang dihasilkan oleh suatu sistem maka kemudahan dalam penggunaan sistem akan menjadi lebih mudah dalam penerapannya.

Menurut penelitian Hanafizadeh (2014), PU dapat dijadikan sebagai faktor penggerak pengadopsian penggunaan aplikasi mobile banking. Williams (2016) juga berpendapat bahwa PU berpengaruh terhadap kemauan seseorang untuk dapat menggunakan suatu teknologi yang mendorong seseorang dalam mengadopsi sistem tersebut. Berdasarkan studi teoritis yang sudah dilakukan oleh para peneliti terdahulu, dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut :

Ha : Semakin tinggi tingkat kegunaan dari suatu sistem bagi pengguna, maka akan semakin sering juga sistem tersebut akan dipakai secara terus-menerus.

2.4.5 H5 (Pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention*)

Juniwati (2015) mengungkapkan bahwa *perceived ease of use* terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan pada *behavior intention* toko pakaian online di kota Pontianak. Sehingga dapat diperoleh hipotesis bahwa :

Ha : Semakin besar tingkat kemudahan penggunaan suatu sistem yang ada maka akan semakin besar pula tingkat keinginan yang ada untuk menggunakan sistem tersebut.

2.4.6 H6 (Pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*)

Venkatesh (2003) berpendapat bahwa *performance expectancy* sebagai bentuk suatu keyakinan dimana dengan memanfaatkan suatu teknologi informasi, aktifitas kerja suatu individu akan semakin terbantu dan cepat selesai.

Hanafizadeh (2014) juga lewat penelitiannya mengemukakan bahwa terdapat relasi yang signifikan antara *performance expectancy* terhadap adopsi penggunaan aplikasi mobile banking.

Ha : Semakin besar tingkat harapan kinerja dari pemanfaatan suatu sistem yang ada maka akan semakin besar pula kemungkinan sistem tersebut akan digunakan oleh para penggunanya.

2.4.7 H7 (Pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*)

Daniel dan Ritzky (2018) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa *effort expectancy* dari online marketplace memiliki pengaruh positif dan signifikan pada *behavioral intention* masyarakat Surabaya. Pernyataan ini diperkuat oleh pendapat dari Subarsyah dan Florentina Kurniasari (2020) yang menyebutkan bahwa *behavioral intention* ditentukan oleh norma-norma subyektif dan perilaku individu dimana dalam penelitiannya ditemukan bahwa *behavioral intention* dari masyarakat muslim Indonesia memang terbukti dipengaruhi oleh persepsi etis mereka ketika hendak membeli layanan pemakaman modern.

Ha : Semakin besar upaya pengguna dalam menggunakan sistem teknologi maka akan semakin besar pula keinginan untuk menggunakan sistem teknologi tersebut.

2.4.8 H8 (Pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention*)

Venkatesh V. M (2003) beranggapan bahwa SI merupakan tingkatan dimana seorang individu memiliki keinginan dalam menggunakan suatu sistem berdasarkan pengaruh dari orang penting sekitarnya. Semakin penting orang tersebut, semakin besar juga kepercayaan yang dihasilkan dalam mengadopsi suatu sistem.

Cindy F.G. (2019) dalam penelitiannya di Surabaya, mengungkapkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat perilaku dalam menggunakan aplikasi Hijabanka pada masyarakat yang menyukai penggunaan hijab di Surabaya.

Ha : Semakin tinggi pengaruh sosial dari pengguna sistem teknologi lainnya maka semakin tinggi suatu individu juga memiliki keinginan untuk menggunakan suatu sistem teknologi tersebut.

2.4.9 H9 (Pengaruh langsung *facilitating conditions* terhadap *use behavior*)

Montano (2015) dalam penelitiannya berpendapat bahwa FC / sumber daya yang tersedia berpengaruh terhadap penggunaan suatu sistem informasi. Sumber daya yang ada dapat berbentuk komputer, smart device, dsb yang terkait dalam penggunaannya.

Ha : Semakin besar tingkat fasilitas atau infrastruktur yang tersedia dalam pemanfaatan suatu sistem teknologi maka semakin sering juga bagi pengguna dalam memanfaatkan sistem tersebut.

2.4.10 H10 (Pengaruh *behavioral intention* terhadap *use behavior*)

Davis (1989) mendefinisikan *behavioral intention* sebagai adanya suatu keinginan yang dimiliki suatu individu dalam menggunakan suatu sistem yang ada.

Achmad Fauz (2018) dalam penelitiannya di Bandung, beranggapan bahwa tingkat *behavior intention* yang tinggi akan berpengaruh terhadap seringnya penggunaan aplikasi Go-Jek dan Grab oleh para mahasiswa/i Telkom University di kota Bandung.

Ha : Semakin besar minat individu terhadap penggunaan suatu sistem teknologi maka akan semakin sering juga sistem teknologi tersebut digunakan setiap waktunya.