

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat dua penelitian terdahulu yang diminati dan dijadikan rujukan dalam penelitian ini. Adanya tinjauan terhadap beberapa penelitian terdahulu ini bertujuan untuk memberikan perspektif umum yang memberikan manfaat bagi pelaksanaan penelitian. Berikut akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini:

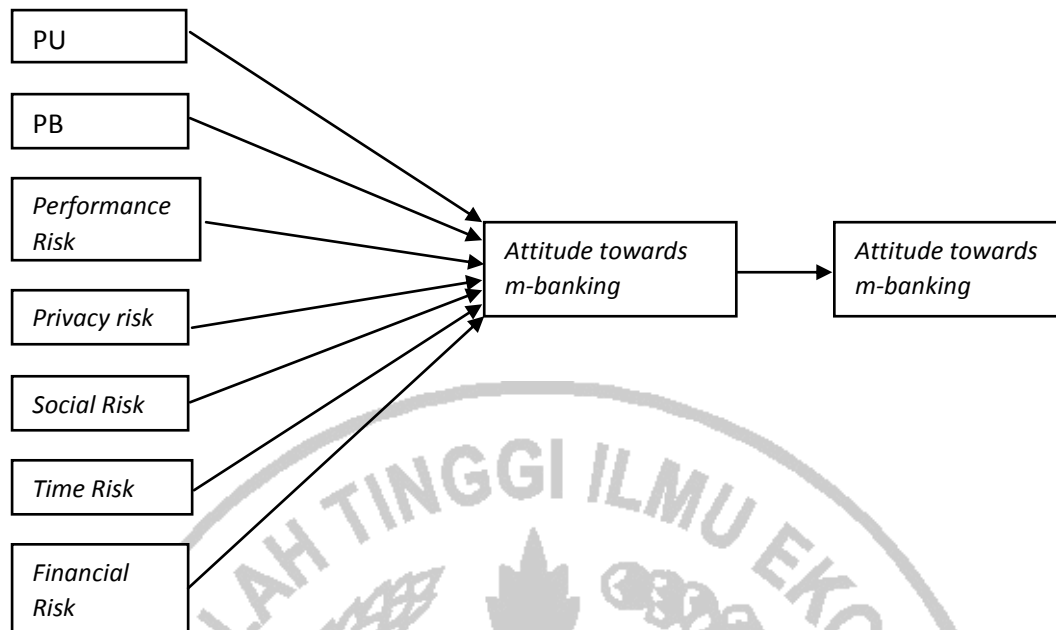
2.1.1 Khasawneh MHA (2015)

Penelitian yang dilakukan oleh Khasawneh MHA (2015) yang berjudul “*A Mobile Banking Adoption Model in the Jordanian Market: An Integration of TAM with Perceived Risks and Perceived Benefits*” yang bertujuan untuk menyediakan lebih luas penjelasan mengenai persepsi risiko terhadap adopsi *mobile banking*. Penelitian ini di desain untuk mempersatukan lima dimensi dari persepsi risiko dengan TAM yang bertujuan untuk memberikan model lebih luas dari penerimaan *mobile banking* dan pengadopsian di Jordan. Meskipun persepsi pelanggan dari risiko mengadopsi *mobile banking* telah banyak diteliti, namun variasi persepsi risiko hanya diujikan sebagai gambaran utama, yang gagal mengungkapkan hubungan pasti dari persepsi risiko dan penjelasan mengapa pelanggan menolak untuk menggunakan layanan banking. Dengan demikian, sebuah model konseptual dan delapan hipotesis diuji dengan sample 404 pengguna mobile phone dan di analisis kuantitatif. Penemuan dari studi ini memberikan dukungan untuk model penelitian dan sebagian besar hubungan

hipotesis antara model variabel. Secara khusus model penelitian yang diberikan pada tulisan ini unik karena model penelitian di kombinasi dengan variabel TAM beserta manfaat persepsi, variasi dimensi, risiko persepsi, sikap dan tujuan kebiasaan yang mengevaluasi keputusan untuk mengadopsi *mobile banking*. Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan *mobile banking* secara negatif dan tidak signifikan dipengaruhi oleh persepsi risiko, keamanan, privasi, risiko sosial.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner tersebut di bagikan secara online sebanyak 835 email dan sebanyak 432 tanggapan namun duapuluh delapan diantaranya memiliki data atau nama yang sama sehingga diperoleh 404 kuisisioner yg terkumpul bersih.

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah persamaan variabel persepsi risiko, manfaat, keamanan, dan penelitian ini juga meggunakan kuisisioner sebagai pengumpulan data. Perbedaan penelitian saat ini dengan yang terdahulu adalah penelitian terdahulu menggunakan 404 responden sedangkan penelitian saat ini menggunakan 100 responden.



Sumber: Khasawneh MHA (2015).

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Khasawneh Mha

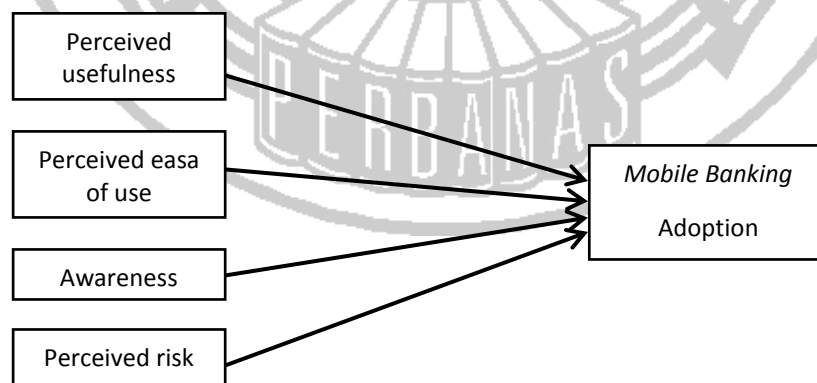
2.1.2 Rahmath Safeena (2012)

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmath Safeena (2012) yang berjudul “*Technology Adoption and Indian Consumers: Study on Mobile Banking*” yang mengungkapkan bahwa teknologi informasi di anggap sebagai kunci penggerak perubahan yang terjadi di serluruh dunia. *Mobile banking* adalah layanan terbaru dan inovatif yang di tawarkan oleh bank. Transformasi perubahan dari bank tradisional menjadi e-banking telah menjadi sebuah perubahan lompatan. Perkembangan dari e-banking mulai dari penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (ATM), tele-banking, pembayaran tagihan langsung, transfer dana elektronik dan online banking. Penelitian ini menentukan pandangan pelanggan dalam mengadopsi mobile banking. Penelitian ini mempertimbangkan empat faktor yaitu faktor kegunaan yang dirasakan, persepsi kemudahan penggunaan, kesadaran

konsumen dan risiko yang dirasakan terkait dengan *mobile banking*. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dampak manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, kesadaran konsumen pada *mobile banking* dan risiko yang dirasakan pada penerimaan *mobile banking* oleh konsumen.

Meskipun *mobile banking* memberikan keuntungan yang fleksibilitas dalam melakukan transaksi keuangan, mudah dan cepat, namun individu masih enggan untuk mengadopsi layanan *mobile banking* karena beberapa alasan yaitu keamanan dan privasi adalah dua elemen dalam persepsi risiko. Dengan demikian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kesadaran konsumen dan persepsi risiko adalah faktor penting dalam penggunaan *mobile banking*.

Persamaan dari penelitian saat ini dengan peneliti terdahulu adalah persamaan variabel persepsi manfaat, persepsi risiko. Perbedaan penelitian saat ini dengan yg terdahulu adalah penelitian saat ini dilakukan di Surabaya sedangkan penelitian terdahulu dilakukan di India.



Sumber: Rahmath Safeena (2012).

Gambar 2.2

KERANGKA PEMIKIRAN RAHMATH SAFEENA

Berikut ini perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yang akan dijelaskan secara detail pada tabel 2.1

Tabel 2.1
PERBANDINGAN PENELITIAN TERDAHULU

Keterangan	Penelitian I Khasawneh MHA (2015)	Penelitian II Rahmath Safeena (2012)	Peneliti sekarang Heny Rahmawati (2016)
Judul	<i>A Mobile Banking Adoption Model in the Jordanian Market: An Integration of TAM with Perceived Risks and Perceived Benefits</i>	<i>Technology Adoption and Indian Consumers: Study on Mobile Banking</i>	Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat, Keamanan Terhadap Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i> Bank MANDIRI di Surabaya
Lokasi	Jordania	India	Surabaya
Sampel	404	157	100
Variabel bebas	<i>Perceived risks, Perceived benefits</i>	<i>Perceived usefulness, Perceived ease of use, Awareness, Perceived risk</i>	Persepsi risiko, Manfaat, Keamanan
Variabel terikat	<i>Attitude towards m-banking</i>	<i>Mobile Banking Adoption</i>	Penggunaan <i>Mobile banking</i>
Hasil	<i>Perceived benefits</i> memiliki pengaruh secara signifikan terhadap adopsi <i>Mobile banking</i>	Seluruh variabel bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap adopsi <i>Mobile banking</i>	Persepsi risiko dan Manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan <i>mobile banking</i>

Sumber: Khasawneh MHA (2015), Rahmath Safeena (2012), diolah

2.2 Landasan Teori

Dalam penelitian ini terdiri dari beberapa variabel yang menjadi landasan teori, variabel-variabel terkait dengan penelitian ini dirujuk dari jurnal penelitian sebelumnya yaitu Khasawneh MHA (2015) dan Rahmath Safeena (2012). Tidak semua variabel yang digunakan penelitian terdahulu digunakan dalam penelitian saat ini hanya menggunakan variabel persepsi risiko, manfaat dan keamanan.

Alasan menggunakan variabel ini semata-mata hanya karena ingin lebih mengetahui pengaruh secara langsung antara persepsi risiko, manfaat, dan keamanan terhadap penggunaan layanan mobile banking.

2.2.1 Penggunaan *Mobile Banking*

Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Layanan mobile banking juga dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada SIM *Subscriber Identity Module* card, atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. Fitur layanan mobile banking antara lain adalah layanan informasi saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran berbagai macam tagihan yaitu tagihan listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi dan internet, berbagai macam pembelian pulsa dan tiket dan berbagai macam transaksi lainnya.

Menurut Maryanto Supriyono (2010:65) kemajuan pesat teknologi computer baik perangkat keras maupun perangkat lunak, sistem jaringan dan komunikasi data memberikan dampak yang luar biasa kepada jasa perbankan secara elektronik. Perkembangan *Mobile banking* mengalami peningkatan pesat kemudahan yang ditawarkan *mobile banking*, efisiensi waktu dan nasabah tidak perlu datang langsung ke bank untuk bertransaksi cukup menggunakan *mobile banking* dimana saja kapan saja.

Mobile banking memberikan banyak manfaat baik bagi nasabah dan bank. Manfaat bagi nasabah ialah *mobile banking* memberikan kemudahan bertransaksi dalam hal waktu, tempat, dan biaya. Nasabah tidak perlu mendatangi kantor bank

untuk memperoleh informasi atau melakukan transaksi perbankan. Bahkan nasabah dapat bertansaksi 24jam hanya dengan melalui telephone seluler yang dapat dibawa kemana saja selama terhubung dengan internet.

2.2.2 Persepsi Risiko

Dalam Kaidah bahasa yang dimaksud dengan persepsi adalah tindakan menyusun, mengenali dan menafsirkan informasi sensoris guna untuk memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan (Wikipedia.org). Sedangkan risiko adalah suatu keadaan yang tidak bisa di duga yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak dalam melakukan hal tertentu. Persepsi risiko didefinisikan sebagai ketidak pastian yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak mampu melihat kemungkinan yang akan terjadi (Tatik Suryani, 2013:86). Bila di hubungkan dengan konteks penelitian persepsi risiko adalah persepsi pengguna internet terhadap ketidak pastian dan konsekuensi yang dihadapi saat menggunakan transaksi secara online karena penggunaan transaksi online tidak terlepas dari risiko. Risiko yang dapat dihadapi oleh pengguna transaksi yang dilakukan secara online adalah risiko keamanan bertransaksi dan kepastian terhadap barang yang dipesannya.

Dalam hal ini kaitannya adalah ketika seseorang akan melakukan transaksi *mobile banking*. Besarnya persepsi konsumen mengenai risiko dapat mempengaruhi besarnya minat nasabah terhadap *mobile banking*. Seringkali konsumen beranggapan bahwa memiliki atau terdapat risiko yang tinggi walaupun sebenarnya risiko tersebut memiliki risiko yang rendah. Hal ini mencerminkan persepsi risiko berhubungan langsung ketidak pastian, terutama untuk mencari

serta memilih informasi produk atau jasa dalam pembelian. Persepsi risiko ini memainkan peran penting dalam transaksi keuangan secara online.

2.2.3 Manfaat

Persepsi manfaat dalam *mobile banking* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jogiyanto,2007). Dari definisinya, diketahui bahwa persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Dengan demikian jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Suatu layanan *mobile banking* akan bermanfaat apabila layanan tersebut mudah dimengerti. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan teknologi. Manfaat atau kegunaan sangat dihangungkan dengan produktivitas. Kemanfaatan dapat menjadi kemanfaatan estimasi faktor seperti, meningkatkan produktivitas, bermanfaat, mendorong efektifitas, pekerjaan lebih mudah, dan meningkatkan kinerja pekerjaan.

Adopsi teknologi merupakan hasil atas penerimaan teknologi oleh pemakai akhir yang didasarkan pada persepsi manfaat dalam penggunaan teknologi tersebut yang dapat menghasilkan perilaku serta perhatian untuk menggunakan teknologi baru. Persepsi manfaat juga didefinisikan sebagai tingkat dimana seorang individu percaya bahwa dalam menggunakan sebuah sistem dapat meningkatkan performa dalam pekerjaannya. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kemanfaatan dari teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerja dari orang yang menggunakan teknologi tersebut dan kinerja pekerjaan. Sehingga manfaat-

manfaat yang terdapat dari *mobile banking* tersebut seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan sebagainya akan segera nasabah dapatkan langsung via ponsel irit biaya dan tanpa waktu yang terbuang meskipun ketika bank sedang tidak beroperasi atau pada saat hari libur.

2.2.4 Keamanan

Keamanan merupakan manajemen pengolahan keamanan yang bertujuan mengatasi, melindungi, serta mencegah berbagai sistem informasi yang bersifat legal. Keamanan merupakan unsur penting yang dipertimbangkan nasabah (Tatik Suryani, 2013:86). Keamanan adalah persepsi nasabah bahwa penggunaan layanan *mobile banking* dapat terlindungi dari terjadinya pencurian atau segala bentuk penyalahgunaan lainnya. Keamanan tersebut berhubungan dengan orang-orang yang mencoba mengakses *remote* secara legal. Sebagian besar masalah keamanan terjadi terutama disebabkan oleh adanya orang-orang jahat yang mencoba mengambil keuntungan.

Keamanan informasi merupakan untuk memastikan informasi hanya dibaca, diubah, didengar, disebarkan serta jika tidak digunakan oleh orang yang mempunyai hak untuk melakukannya. Hal ini tentu memerlukan bidang pengetahuan dan keterampilan. Keamanan *mobile banking* sendiri kini telah menjadi perhatian utama bagi institusi perbankan. Para nasabah perbankan pastinya tidak akan ingin apabila setelah menggunakan layanan *mobile banking*, nomor rekening nasabah tersebut diketahui serta digunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

2.2.5 Pengaruh Persepsi Risiko dalam Penggunaan *Mobile banking*.

Persepsi risiko merupakan persepsi-persepsi pelanggan yang dimana tentang ketidak pastian serta konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dalam melakukan suatu hal atau kegiatan (Jogiyanto,2007:71). Persepsi risiko berpengaruh sangat penting dalam tingkat kepercayaan. Semakin kecil persepsi yang dirasakann individu maka semakin besar tingkat kepercayaan tersebut, dan begitu pula sebaliknya. Risiko merupakan suatu keadaan *uncertainty* yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak dalam menggunakan *mobile banking*.

Ada berbagai aspek persepsi risiko yang dapat menimbulkan tingkat persepsi risiko konsumen tentang penggunaan layanan *mobile banking*. Salah satunya merupaka risiko kinerja, yang berkaitan dengan kekhawatiran konsumen tentang tingkat produk atau layanan kinerja yang berkaitan dalam apa yang diharapkan (Nicolaou et al, 2013). Menurut Dowling dan Staelin dalam Pavlou (2003), risiko dapat dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko dari penggunaan *mobile banking*. Bila diadaptasikan dengan konteks penelitian persepsi risiko merupakan persepsi pengguna internet terhadap ketidakpastian serta konsekuensi yang dihadapi pada saat menggunakan online karena penggunaan transaksi secara online tidak terlepas dari risiko.

2.2.6 Pengaruh Persepsi Manfaat dalam Penggunaan *Mobile banking*.

Persepsi manfaat dalam *mobile banking* adalah manfaat yang akan diperoleh nasabah dalam menyelesaikan tugas maupun pekerjaannya, suatu layanan *mobile banking* akan bermanfaat apabila layanan tersebut mudah

dimengerti. Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kemanfaatan penggunaan teknologi informasi tedapat dari kepercayaan penggunaan teknologi informasi, dengan satu kepercayaan bahwa penggunaan teknologi informasi dapat memberikan kontribusi yang positif. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan teknologi yaitu penelitian yang dilakukan oleh Lewis (2010). Menurut Lewis (2010) terjadi hubungann yang signifikan antara persepsi manfaat dengan sikap penggunaan teknologi informasi. Lewis (2010) meneliti tentang faktor-faktor yang menentukan perilaku terhadap penggunaan *mobile banking*.

2.2.7 Pengaruh Keamanan dalam Penggunaan *Mobile banking*.

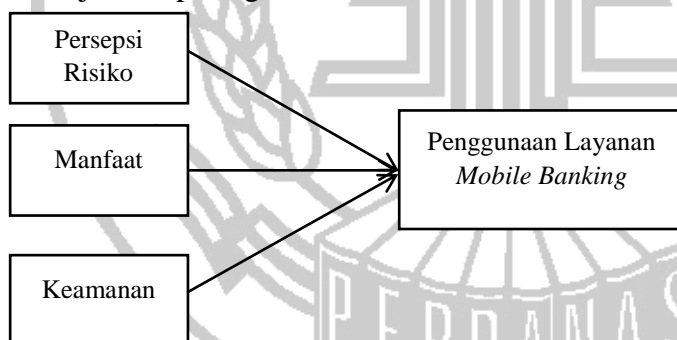
Keamanan merupakan unsur penting yang dipertimbangkan nasabah (Tatik Suryani 2013:86). Keamanan sistem dalam *mobile banking* mengacu pada perlindungan terhadap semua sumber daya informasi dari ancaman pihak-pihak yang tidak berhak. Keamanan informasi adalah untuk memastikan bahwa informasi hanya dibaca, diubah, didengar, disebarkan dan tidak digunakan oleh orang-orang yang tidak berhak untuk melakukannya. *Mobile banking* dilengkapi dengan sistem proteksi yang maksimal yang secara otomatis sudah terprogram sejak pendaftaran. Selain menggunakan PIN yang dapat dipilih sendiri serta nomor ponsel yang didaftarkan, setiap transaksi yangg dilakukan juga akan diacak untuk menjamin keamanan transaksi setiap nasabah. Kemudian selain verifikasi yang dilakukan oleh costumer servis bank, *mobile banking* didukung oleh data *encryption* dan 2 kali permintaan pin transaksi. Apabila terjadi permasalahan

sistem, sistem di bank itu akan memberikan SMS informasi kembali bahwa telah dilakukan kredit kembali ke rekening kita.

Dengan demikian, *mobile banking* tidak hanya memberikan keamanan bahkan lebih dari itu, dapat memberikan efisien dalam hal waktu serta biaya. Nasabah tidak perlu membuang waktu, energi, dan biaya untuk mengantri di ATM dan di bank. Tanpa memerlukan layanan GPRS atau internet dalam menggunakan layanan ini. Namun, karena PIN ini rahasia nasabah harus berhati-hati dalam dan berkewajiban menjaga kerahasiaan PIN tersebut.

2.3 Kerangka Pemikiran

Untuk mempermudah dalam memahami penelitian ini, maka peneliti memberikan kerangka pemikiran terhadap variabel yang akan di teliti yang ditunjukkan pada gambar di bawah ini:



Gambar 2.3
KERANGKA PEMIKIRAN

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan rumusan jawaban sementara terhadap suatu masukan yang akan diteliti untuk menyelesaikan masalah dan mencari jawaban yang sebenarnya. Sehingga hipotesis harus diajukan sebagai hasil uji diterima atau tidak dalam penelitian ini.

H1:Persepsi risiko memiliki pengaruh signifikan positif terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank MANDIRI di Surabaya.

H2:Manfaat memiliki pengaruh signifikan positif terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank MANDIRI di Surabaya.

H3:Keamanan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank MANDIRI di Surabaya.

H4:Persepsi risiko, manfaat, dan keamanan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan layanan *mobile banking* Bank MANDIRI di Surabaya.

