

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pembahasan yang dilakukan pada penelitian ini merujuk kepada penelitian-penelitian sebelumnya. Berikut ini akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu beserta persamaan dan perbedaan yang mendukung penelitian ini.

2.1.1 Hyun Shik Yoon dan Luis Occena (2014)

Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini adalah yang dilakukan oleh Hyun Shik Yoon dan Luis Occena pada tahun 2014 dengan judul penelitian “Dampak dari Persepsi Nasabah atas Penggunaan *Internet Banking* dengan Ponsel Pintar”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh keamanan, manfaat dan kemudahan penggunaan *internet banking* dengan ponsel pintar. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan *software PLS (Partial Least Squares) Correlation Matrix and Average Variance Extracted (AVE)*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa persepsi nasabah terhadap keamanan, manfaat dan kemudahan menjadi faktor penting yang mempengaruhi penggunaan *internet banking* pada ponsel pintar. Dalam hal ini terdapat kesamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Penelitian saat ini mengambil tiga variabel yang sama pada penelitian terdahulu, yaitu persepsi manfaat, kemudahan dan keamanan. Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu terletak

pada sampel penelitiannya. Pada penelitian terdahulu, sampel penelitiannya adalah para pengguna *internet banking banking* pada *smart phone* di Columbia sebanyak 160 responden, sedangkan pada penelitian yang sekarang adalah seratus nasabah pengguna *internet banking* Bank BCA di Surabaya.

2.1.2 Michael D. Clemes, Christopher Gan, Junhua Du (2012)

Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Michael D. Clemes, Christoper Gan, Junhua Du pada tahun 2012 dengan judul penelitian “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah untuk Menggunakan *Internet Banking*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengadopsi *internet banking* di industri perbankan New Zealand. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan *ANOVA*. Dan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa kemudahan menggunakan *website*, *internet* akses, mulut ke mulut, harga, dan citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah menggunakan *internet banking*. Dalam hal ini terdapat kesamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Penelitian saat ini mengambil satu variabel yang sama pada penelitian terdahulu, yaitu kemudahan dalam menggunakan. Kemudian perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu terletak pada sampel penelitiannya. Pada penelitian terdahulu, sampel penelitiannya adalah nasabah bank di New Zealand yang memutuskan untuk menggunakan *internet banking* sebanyak 462 responden, sedangkan pada penelitian yang sekarang adalah seratus nasabah pengguna *internet banking* Bank BCA di Surabaya.

Tabel 2.1
PERSAMAAN DAN PERBEDAAN DENGAN PENELITIAN TERDAHULU

Keterangan	Hyun Shik Yoon dan Luis Occena (2014)	Michael D. Clemes, Christopher Gan, Junhua Du (2012)	Peneliti Sekarang. Fitri Rizki Alifia (2016)
Judul	Dampak dari Persepsi Nasabah atas Penggunaan <i>Internet Banking</i> dengan Ponsel Pintar.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah untuk Menggunakan <i>Internet Banking</i> .	Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan <i>Internet Banking</i> Nasabah Bank BCA di Surabaya.
Variabel Terikat	Keputusan Menggunakan <i>Internet Banking</i> .	Keputusan Menggunakan <i>Internet Banking</i> .	Keputusan Menggunakan <i>Internet Banking</i> .
Variabel Bebas	Persepsi Keamanan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan.	Kenyamanan, kemudahan, <i>internet</i> akses, komunikasi pemasaran, mulut ke mulut, persepsi risiko, harga, citra merek, dan karakteristik demografi.	Manfaat, Kemudahan dan Keamanan.
Obyek	<i>Internet Banking</i> di Columbia.	<i>Internet Banking</i> di New Zealand.	<i>Internet Banking</i> di Surabaya, Indonesia.
Sampel	160 nasabah pengguna <i>internet banking</i> pada <i>smart phone</i> .	462 nasabah yang menggunakan <i>internet banking</i> .	100 nasabah pengguna <i>internet banking</i> Bank BCA di Surabaya.
Teknik Analisis	<i>Correlation Matrix and Average Variance Extracted (AVE)</i> .	ANOVA.	Regresi Berganda Uji F dan Uji t.
Hasil	Persepsi nasabah terhadap keamanan, manfaat dan kemudahan penggunaan bisa menjadi faktor penting yang mempengaruhi penggunaan <i>internet banking</i> pada ponsel pintar.	Penggunaan <i>website</i> yang mudah, pengaruh risiko, harga, dan <i>internet</i> akses merupakan faktor penting dalam menentukan keputusan nasabah untuk menggunakan <i>internet banking</i> .	Manfaat dan keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan <i>internet banking</i> Bank BCA di Surabaya. Sedangkan kemudahan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan <i>internet banking</i> Bank BCA di Surabaya.

Sumber: Hyun Shik Yoon dan Luis Occena (2014) dan Michael D. Clemes, Christopher Gan, Junhua Du (2012), diolah.

2.2 Landasan Teori

Landasan teori yang digunakan di dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

2.2.1 *Internet Banking*

Internet Banking pada dasarnya merupakan gabungan dua istilah dasar yaitu *internet* dan *banking* (bank). *Interconnected network (internet)* adalah suatu sistem jaringan yang menghubungkan tiap-tiap komputer secara global di seluruh penjuru dunia. Koneksi yang menghubungkan masing-masing komputer tersebut memiliki standar yang digunakan yang disebut *Internet Protocol Suite* atau yang disingkat dengan TCP/IP.

Menurut Bank Indonesia, *internet banking* merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk dapat memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan *internet*. *Internet banking* juga dapat diartikan sebagai salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan *internet* (Hadyan dan Syaefullah, 2014: 2). Jenis kegiatan *internet banking* dibedakan menjadi tiga yaitu:

1. *Informational Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan *internet* dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*).

2. *Communicative Internet Banking* adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *internet banking* secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi.
3. *Transactional Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *internet banking* dan melakukan eksekusi transaksi.

Internet banking adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan *internet* (Sri Maharsi dan Fenny, 2006: 35). Kegiatan ini menggunakan jaringan *internet* sebagai perantara atau penghubung antara nasabah bank dan pihak bank. Selain itu, bentuk transaksi yang dilakukan bersifat maya atau tanpa memerlukan proses tatap muka antara nasabah dan petugas bank yang bersangkutan. *Internet banking* juga dapat diartikan sebagai salah satu bentuk *electronic banking* yang ditawarkan melalui *internet*, yang memungkinkan para nasabah dapat melakukan transaksi jasa keuangan dalam suatu lingkungan semu, oleh karena itu suatu bank yang memiliki *website* tapi tidak dapat melakukan transaksi di *web* tersebut tidak termasuk dalam *internet banking* (Handri dan Susilowati, 2007: 127).

Menurut Budi Sutedjo Dharma Oetomo (2005: 62) definisi *internet banking* adalah sebuah jaringan komputer yang sangat besar yang terdiri dari jaringan-jaringan kecil yang saling terhubung yang menjangkau seluruh dunia. Sedangkan menurut Turban (2010: 160), *internet banking* adalah *online banking*,

termasuk di dalamnya bermacam-macam kegiatan perbankan yang terhubung dari rumah, bisnis, atau dari jalan daripada fisik lokasi bank. Jenis-jenis *internet banking* dapat dibagi menjadi tiga, antara lain (Turban Efraim, 2010: 162):

1. *Virtual Companies*

Bank sebagai institusi yang membangun cabangnya secara virtual dan tidak memerlukan fasilitas atau alamat kantor perusahaan secara fisik dan hanya melayani jasa perbankan melalui *internet* saja.

2. *Hybrid Model*

Sebagai bank yang sudah maju sebelumnya dan kemudian membangun situs *web* sebagai jasa pemasaran dan saluran distribusi tambahan dari pelayanan jasa tradisionalnya.

3. *Strategic Partnership*

Bank-bank atau jasa keuangan yang secara individual atau membangun konsorsium dengan perusahaan perangkat lunak terkemuka seperti *microsoft*, untuk membangun perangkat lunak aplikasi keuangan yang terintegrasi dengan sistem keuangan di perusahaan tersebut untuk melayani kebutuhan pengelolaan keuangan pribadi atau perusahaan.

Internet banking juga dikenal sebagai *cyberbanking*, *virtual banking*, *online banking* dan *home banking*, yang dapat melakukan berbagai macam aktivitas perbankan dimana saja dan kapan saja. Nasabah dapat menggunakan *internet banking* untuk membayar tagihan *online* atau melakukan pinjaman secara elektronik (Turban Efraim, 2010: 162). Manfaat penerapan *internet banking* terhadap industri perbankan terdiri atas (Maharsi, 2007: 18):

1. *Business Expansion*

Dulu sebuah bank harus memiliki beberapa kantor cabang untuk beroperasi di berbagai tempat. Usaha ini memerlukan biaya yang tidak sedikit. Kemudian hal ini dipermudah dengan hanya meletakkan mesin ATM. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, muncul teknologi *internet banking* dan *phone banking* yang dengan menggunakan teknologi tersebut mulai menghilangkan batas fisik, batas ruang, dan waktu. Layanan perbankan dapat diakses dimana saja di seluruh Indonesia, dan bahkan dari seluruh dunia.

2. *Customer Loyalty*

Nasabah akan merasa lebih nyaman untuk melakukan aktivitas perbankan tanpa harus membuka akun di bank yang berbeda-beda di berbagai tempat.

3. *Revenue and Cost Improvement*

Biaya untuk memberikan layanan perbankan melalui *internet banking* dapat lebih murah daripada membuka kantor cabang, transaksi lewat *internet banking* jauh lebih menguntungkan karena dengan setiap transaksi tatap muka membutuhkan biaya yang lebih besar.

4. *Competitive Advantage*

Bank yang memiliki sedikit mesin ATM akan sulit berkompetisi dengan bank yang memiliki banyak mesin ATM. Demikian pula bank yang memiliki *internet banking* akan memperoleh keuntungan dibandingkan dengan bank yang tidak memiliki *internet banking*.

5. *New Business Model*

Internet banking memungkinkan adanya model bisnis yang baru. Layanan perbankan baru dapat diluncurkan melalui *web* dengan cepat. *Internet banking* memberikan keuntungan, yaitu dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan.

Internet banking adalah salah satu faktor yang terpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yaitu perbankan. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di sektor perbankan relatif lebih maju dibandingkan sektor lainnya. Peraturan penerapan manajemen resiko yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia terkait dengan pengelolaan atau manajemen resiko penyelenggaraan kegiatan *internet banking* adalah peraturan Bank Indonesia No. 5/8/PBI/2003 tentang Penerapan Manajemen Resiko bagi Bank Umum dan Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/18/dpnp tanggal 20 April 2004 Bank Indonesia perihal penerapan manajemen resiko pada aktivitas pelayanan jasa bank melalui *internet banking*.

Aplikasi teknologi informasi dalam *internet banking* akan meningkatkan efisiensi, efektifitas dan produktifitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif daripada bank konvensional.

2.2.2 Keputusan Menggunakan

Keputusan dalam mengadopsi layanan *internet banking* dapat diartikan sebagai keinginan seseorang dalam melakukan suatu perilaku. Dalam konteks *internet banking* akan mempengaruhi keputusan nasabah apakah akan terus menggunakan

internet banking atau memutuskan untuk tidak akan memakainya lagi (Jogiyanto, 2008: 34). Keputusan menggunakan adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Nasabah yang telah merasa nyaman, percaya dan merasa puas terhadap layanan *internet banking* akan terus menggunakan layanan ini untuk mendukung kegiatan sehari-hari (Panggih Rizki, 2014: 3).

Pemanfaatan teknologi menunjukkan keputusan individu untuk menggunakan atau tidak menggunakan teknologi dalam menyelesaikan serangkaian tugasnya. Idealnya, dalam hubungannya dengan faktor kecocokan tugas dengan teknologi, pemanfaatan teknologi diukur dari seberapa besar keinginan pemakai untuk menggunakan sistem, kesesuaian akan kebutuhan, dukungan dalam menggunakannya, dan merekomendasikannya kepada orang lain (Maharsi dan Yuliani, 2007: 36).

Operasionalisasi tersebut mencerminkan keinginan pemakai untuk menggunakan teknologi berdasarkan hasil evaluasinya atas faktor kecocokkan teknologi sehingga pemanfaatan teknologi berlangsung dalam situasi sukarela. Akan tetapi, proporsi tersebut sangat sulit dalam studi lapangan. Sebagai pemecahannya, agar pemanfaatan diaktualisasikan sebagai seberapa luas sistem informasi terintegrasi pada setiap tugas rutin individu, baik karena pilihan individu atau karena mandat organisasi (Maharsi dan Yuliani, 2007: 36).

Keputusan untuk menggunakan teknologi mencerminkan perilaku individu dalam menerima suatu sistem. Hal ini dengan menanyakan seberapa besar ketergantungan pengguna terhadap berbagai daftar sistem informasi berbasis komputer yang tersedia pada organisasi. Menurut (Yoon dan Ocenna, 2014: 7)

adapun indikator keputusan menggunakan *internet banking* adalah sebagai berikut:

1. Nasabah merasa semakin tertarik dengan layanan *internet banking*.
2. Nasabah merasa *internet banking* sesuai dengan kebutuhan dalam bertransaksi.
3. Nasabah memutuskan untuk menggunakan *internet banking*.

2.2.3 Manfaat

Manfaat adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja orang tersebut. Ada beberapa indikator dalam pemanfaatan *internet banking* yaitu seperti meningkatkan efektivitas pemanfaatan layanan perbankan, memudahkan transaksi perbankan, memudahkan dalam mendapatkan layanan perbankan yang lebih cepat, dan meningkatkan kinerja dalam memanfaatkan layanan perbankan (Mohammad, 2011: 63).

Menurut Jogiyanto (2007: 114) manfaat penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Menurut Mangin (2008: 14) persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam berkerja, artinya bahwa manfaat dari *internet banking* akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi orang yang menggunakan fasilitas tersebut.

Menurut (Yoon dan Ocenna, 2014: 7) persepsi manfaat terhadap penggunaan teknologi dapat diukur dari beberapa indikator berikut, antara lain:

1. Layanan *internet banking* memungkinkan untuk menyelesaikan tugas-tugas lebih cepat.
2. Layanan *internet banking* berguna dalam melakukan transaksi perbankan
3. *Internet banking* meningkatkan kinerja layanan perbankan menjadi lebih baik.
4. *Internet banking* membuat lebih efisien.

Kebermanfaatan adalah suatu konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja (Panggih 2014: 2).

Dengan demikian dapat diartikan bahwa pemanfaatan dari penggunaan *internet banking* dapat meningkatkan kinerja seseorang. Dalam *internet banking*, kebermanfaatan merupakan suatu manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh para nasabah dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya.

2.2.4 Kemudahan

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Atas dasar definisi tersebut kemudahan penggunaan *internet banking* berarti kemudahan dalam memahami transaksi melalui media *internet banking*. Menurut Widjana (2010: 33) kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan. Menurut Panggih dan Paulus (2014: 2) kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu kepercayaan bahwa suatu sistem komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.

Menurut Hadyan dan Syaefullah (2005: 95) bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Kemudahan adalah sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usaha. Kemudahan sangat penting bagi nasabah pengguna *internet banking* dengan fleksibel waktu dan tempat. Dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. *Internet banking* dapat diakses dengan mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam bertransaksi. Maka dari itu, kemudahan dapat digunakan untuk mengukur ketertarikan nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Persepsi kemudahan penggunaan memberikan beberapa indikator terhadap suatu sistem informasi (termasuk *internet banking*) yang meliputi efisiensi waktu dalam penggunaan, tampilannya situsnya mudah dimengerti, menambah keterampilan dalam menggunakannya, dan mudah untuk dipelajari (Mahardika dan Basuki, 2011: 169). Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha para nasabah dalam mempelajari asal usul dari perilaku bertransaksi melalui *internet banking*. Kemudahan penggunaan juga memberikan indikasi bahwa para pengguna sistem informasi dapat bekerja lebih mudah dibandingkan dengan yang bekerja tanpa menggunakan sistem informasi. Kemudahan dari *internet banking* diukur

berdasarkan mudah dipelajari, mudah dimengerti, mudah dalam bertransaksi, dan mudah digunakan. Dalam *internet banking* bila jasa pelayanan yang diberikan suatu bank dipersepsikan mudah, maka nasabah akan terdorong untuk selalu menggunakan *internet banking* (Fita Pertiwi, Vidya Vitta Adhivinna 2014: 424).

Menurut (Yoon dan Ocenna, 2014: 7) adapun indikator-indikator dari variabel kemudahan penggunaan adalah sebagai berikut:

1. *Internet banking* mudah untuk dipelajari.
2. Aplikasi *internet banking* jelas dan mudah dimengerti.
3. Layanan *internet banking* memudahkan dalam melakukan berbagai kegiatan perbankan.
4. Bertransaksi dengan *internet banking* jelas dan mudah dimengerti.

2.2.5 Keamanan

Keamanan merupakan manajemen pengelolaan keamanan yang bertujuan menjegah, mengatasi, dan melindungi berbagai sistem informasi dari resiko terjadinya tindakan ilegal. Seperti halnya *internet banking* yang harus dipertimbangkan keamanannya karena itu mempengaruhi keputusan penggunaan para nasabah. Menurut Mahardika dan Basuki (2011: 147) keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi *internet banking* dari ancaman dan penyalahgunaan rekening nasabah.

Aspek keamanan merupakan hal penting dalam sebuah sistem informasi. Namun, akan menjadi masalah besar jika menyangkut keamanan pada sistem informasi perbankan, terkait dengan data-data perbankan yang bersifat sangat rahasia. Menurut Budhi Rahardjo (2005: 2) keamanan informasi adalah

bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.

Menurut Yousafzai (2007: 7) dalam konteks *internet banking*, ancaman keamanan adalah serangan atau penyalahgunaan baik melalui jaringan transaksi dan transmisi data melalui akses yang tidak sah ke rekening dengan cara otentikasi palsu. Dapat dijelaskan bahwa keamanan dalam menggunakan *internet banking* adalah terjaminnya dana dan data nasabah dari risiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi melalui *internet banking*. Menurut (Yoon dan Ocenna, 2014: 7) adapun indikator-indikator dari variabel keamanan menggunakan *internet banking* adalah sebagai berikut:

1. Informasi pribadi nasabah terjaga kerahasiaannya melalui *internet banking*.
2. Dalam proses transaksi menggunakan *internet banking* nasabah merasa aman.
3. Terdapat perangkat untuk keamanan nasabah menggunakan *internet banking*.
4. Nasabah merasa nyaman saat bertransaksi menggunakan *internet banking*.

2.2.6 Pengaruh Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan *Internet Banking*.

Teknologi dikatakan bermanfaat bagi nasabah apabila nasabah tersebut memutuskan untuk menggunakannya karena dirasakan bahwa teknologi akan mempermudah menyelesaikan pekerjaannya. Pernyataan tersebut dibuktikan penelitian-penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa manfaat mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi serta merupakan konstruk yang paling berpengaruh terhadap sikap, minat, dan perilaku di dalam menggunakan teknologi dibandingkan dengan

konstruk yang lainnya (Jogiyanto, 2007: 114). Menurut Darwis (2008: 14) persepsi manfaat dapat didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa ketika menggunakan suatu teknologi, maka akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja.

Adamson dan Shine (2003: 67) mendefinisikan manfaat dalam keputusan menggunakan *internet banking* adalah sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja yang berkaitan dengan produktifitas dan efektifitas sistem dari kegunaan dalam meningkatkan kinerja nasabah yang menggunakan sistem tersebut. Adamson dan Shine (2003: 84) juga menyebutkan bahwa hasil riset empiris menunjukkan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor yang cukup kuat mempengaruhi penerimaan adopsi dan penggunaan sistem terdapat hubungan yang positif antara persepsi manfaat dengan keputusan penggunaan *internet banking*.

2.2.7 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan *Internet Banking*.

Kemudahan penggunaan dapat didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Kemudahan dalam penggunaan *internet banking* berarti kemudahan dalam bertransaksi melalui *internet banking*. Persepsi kemudahan dalam menggunakan memberikan beberapa indikator terhadap suatu sistem informasi (termasuk *internet banking*) yang meliputi efisiensi waktu dalam penggunaan, tampilan situs yang mudah dimengerti, menambah keterampilan ketika menggunakannya, serta mudah untuk dipelajari (Mahardika dan Basuki, 2011:169).

Adamson dan Shine (2003: 9) dalam Irmadhani dan Mahendra Adhi Nugroho (2011: 68) mendefinisikan persepsi kebermanfaatan sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Meskipun usaha menurut setiap orang berbeda-beda tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan dari pengguna sistem atas sistem yang dikembangkan, maka sistem harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa mengeluarkan usaha yang dianggap memberatkan, dengan begitu pengguna akan mau menggunakan sistem tersebut. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007: 115). Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika nasabah merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka nasabah akan menggunakannya. Sebaliknya, jika nasabah merasabahaya sistem informasi tidak mudah digunakan, maka nasabah tidak akan menggunakannya.

Kemudahan penggunaan mempengaruhi secara positif pada keputusan menggunakan dengan dasar pemikiran bahwa semakin tinggi kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan suatu sistem akan mempertinggi minat penerimaan sistem itu sendiri. Dikatakan bahwa suatu sistem itu mudah, jika seseorang tidak akan mengalami kendala ataupun kesulitan dalam menggunakan teknologi tersebut. Kemudahan penggunaan mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Sehingga dapat dikatakan bahwa kemudahan

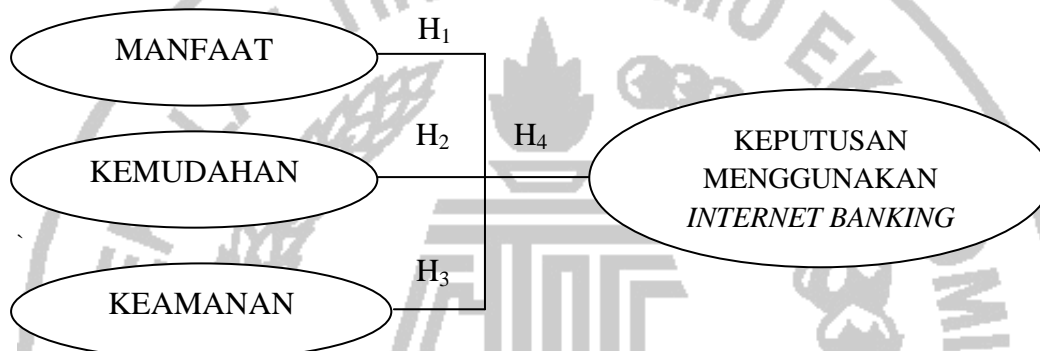
menggunakan secara tidak langsung juga mempengaruhi keputusan untuk menggunakan *internet banking*.

2.2.8 Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Internet Banking*.

Keamanan dapat diartikan bahwa nasabah merasa *internet banking* itu fleksibel dalam hal waktu dan tempat sehingga dapat memberikan kenyamanan pada nasabah (Yoon dan Ocenna, 2014: 5). Sebuah sistem biasanya tidak akan sering digunakan apabila dianggap rumit oleh penggunanya. Nasabah harus memastikan bahwa data rahasia mereka benar-benar terjamin dan tidak akan menyebar luas sehingga mengakibatkan kerugian terhadap nasabah pengguna *internet banking* (Irmadhani dan Nugroho, 2012: 68). Menurut Budhi Rahardjo (2005: 2) keamanan informasi adalah dapat mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya tidak memiliki arti fisik. Dalam konteks *internet banking*, ancaman keamanan adalah serangan atau penyalahgunaan baik melalui jaringan transaksi dan transmisi data melalui akses yang tidak sah ke rekening dengan cara otentikasi palsu (Yousafzai, 2007: 7). Dapat dijelaskan bahwa keamanan akan mempengaruhi penggunaan *internet banking* karena dengan terjaminnya *internet banking* tersebut, penggunaan sistem informasi akan aman, risiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan risiko pencurian akan rendah. Semakin nasabah merasa aman dengan *internet banking*, maka akan berpengaruh pada semakin seringnya layanan *internet banking* tersebut digunakan oleh para nasabah. Bank melakukan upaya terus menerus untuk membuat kebijakan dalam mengembangkan praktik-praktik yang lebih efektif untuk menangani pelanggaran keamanan dalam penggunaan *internet banking*.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan tentang manfaat, kemudahan dan keamanan yang berdampak pada keputusan menggunakan, maka berbentuk kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini dilandaskan oleh dua penelitian terdahulu. Kerangka konseptual tersebut adalah sebagai berikut:



Sumber: Hyun Shik Yoon dan Luis Occena (2014) dan Michael D. Clemes, Christopher Gan, Junhua Du (2012), diolah.

Gambar 2.1
KERANGKA PEMIKIRAN

Sebagaimana digambarkan dalam kerangka model, dijelaskan bahwa variabel manfaat, kemudahan dan keamanan mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan *internet banking*.

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan landasan teori yang disusun, maka diperoleh hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁ : Manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan *internet banking* nasabah Bank BCA di Surabaya.

H₂ : Kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan

menggunakan *internet banking* nasabah Bank BCA di Surabaya.

H₃ : Keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menggunakan

internet banking nasabah Bank BCA di Surabaya.

H₄ : Manfaat, kemudahan dan keamanan secara simultan berpengaruh

signifikan positif terhadap keputusan menggunakan *internet banking*

nasabah Bank BCA di Surabaya.

