

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas penelitian selanjutnya yaitu tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

2.1 Penelitian terdahulu

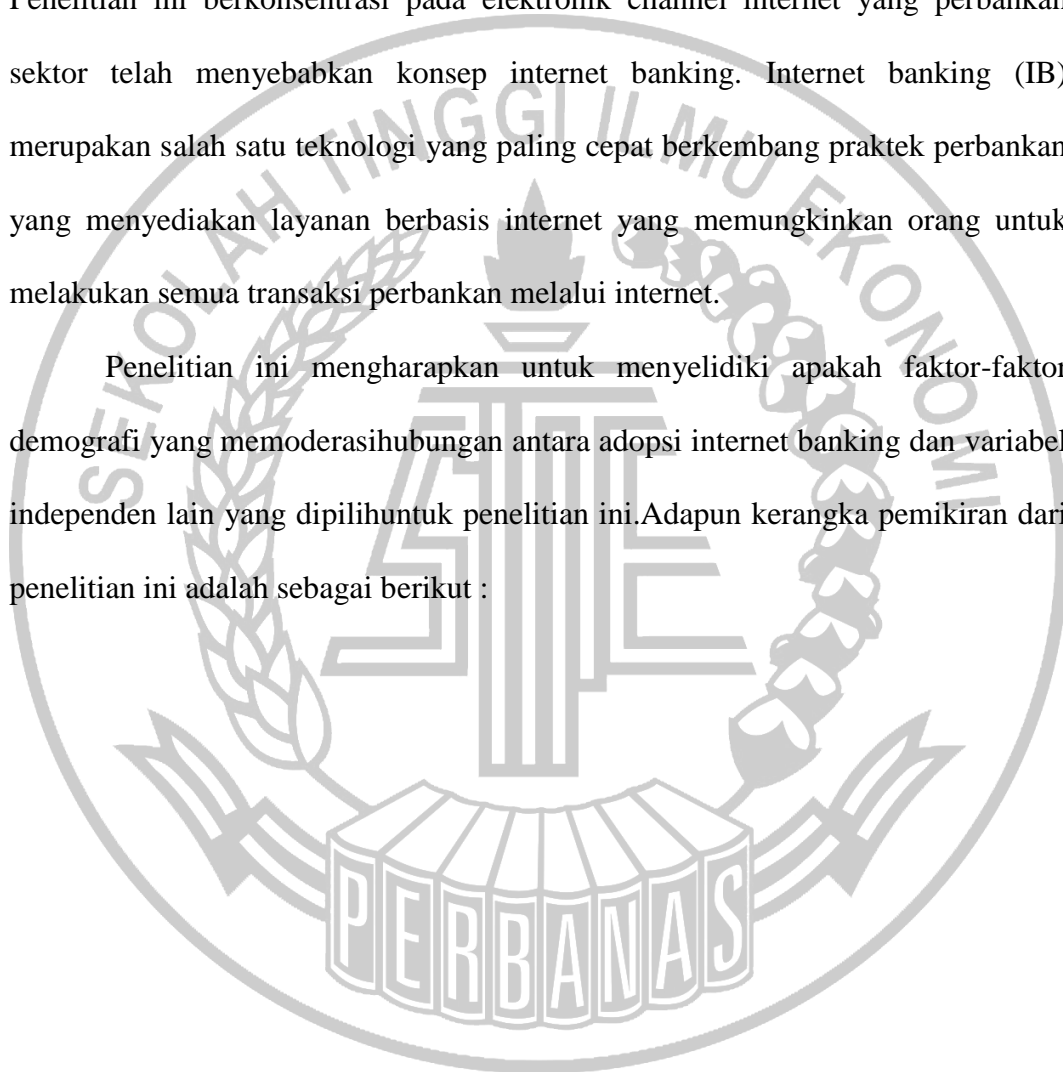
Penelitian ini menggunakan dua penelitian terdahulu yang sangat bermanfaat bagi penulis dan sebagai bahan acuan. Penelitian tersebut adalah yang dilakukan oleh:

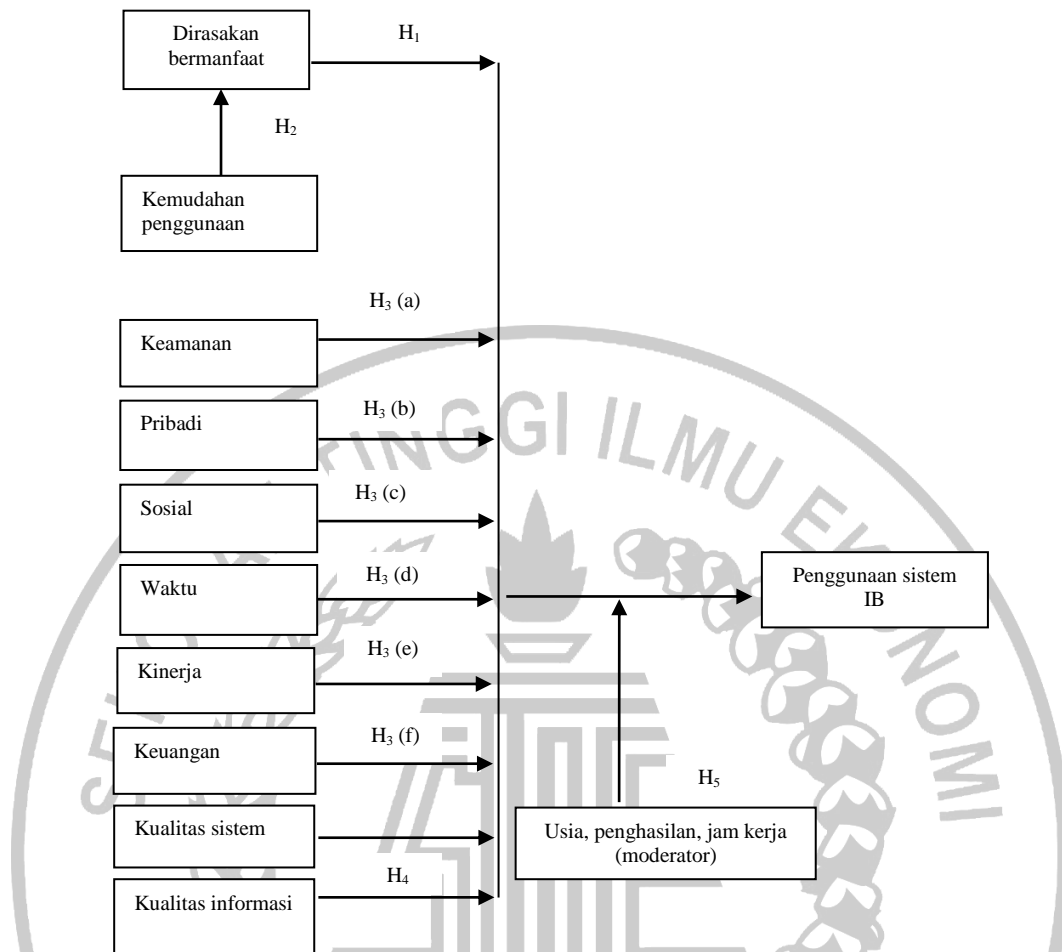
2.1.1 Jayasiri N.K, Gunawarada K.D, dan Dharmasada P (2015)

Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain yang dilakukan oleh Jayasiri N.K, Gunawarada K.D, dan Dharmasada P dan Dharmasada P dengan judul “ *Adoption of Internet Banking in Sri Lanka an Extension to Technology Acceptance Model*” pada tahun 2015 penelitian ini mengembangkan model diperpanjang untuk memprediksi adopsi pelanggan internet banking berbasis pada *Technology Acceptance Model (TAM)* mengintegrasikan dengan risiko yang dirasakan, situs web yang dirasakan fitur. Secara khusus, menggambar dari konstruk risiko yang dirasakan, enam aspek risiko tertentu; keamanan, privasi, sosial, waktu, kinerja dan risiko keuangan disintesis dengan construct dirasakan fitur situs web yang memiliki dua variabel; persepsi kualitas sistem dan dirasakan kualitas informasi yang terintegrasi dengan model penerimaan teknologi (TAM) variabel, kegunaan dan kemudahan penggunaan untuk mengusulkan model teoritis untuk memprediksi adopsi pelanggan internet banking.

Munculnya teknologi informasi telah mempengaruhi banyak industri. Salah satu industri yang telah sangat dipengaruhi oleh fenomena ini adalah industri perbankan. Teknologi informasi telah membuat bank dapat melakukan tugas-tugas mereka secara lebih efektif dan memperluas bisnis mereka melalui internet. Penelitian ini berkonsentrasi pada elektronik channel internet yang perbankan sektor telah menyebabkan konsep internet banking. Internet banking (IB) merupakan salah satu teknologi yang paling cepat berkembang praktek perbankan yang menyediakan layanan berbasis internet yang memungkinkan orang untuk melakukan semua transaksi perbankan melalui internet.

Penelitian ini diharapkan untuk menyelidiki apakah faktor-faktor demografi yang memoderasi hubungan antara adopsi internet banking dan variabel independen lain yang dipilih untuk penelitian ini. Adapun kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut :





Sumber : Jayasiri N.K, Gunawarada K.D, dan Dharmasada P (2015)

GAMBAR 2.1

KERANGKA PEMIKIRAN JAYASIRI N.K, GUNAWARADA K.D, DAN DHARMASADA P (2015)

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian ini adalah kesamaan dalam dua variabel bebas yaitu kemudahan penggunaan, keamanan dan kualitas informasi. Metode pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner, dan teknik pengumpulan data menggunakan regresi berganda. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah beberapa variabel bebas yang tidak digunakan pada penelitian yang akan dilakukan seperti persepsi kegunaan, pribadi, sosial, prestasi, keuangan, kualitas sistem dan kualitas

informasi. Perbedaan lainnya yaitu pada penelitian yang sebelumnya para pengguna *Internet Banking* di Sri Lanka sedangkan penelitian kali ini pada nasabah pengguna *Internet Banking* di Surabaya. Perbedaan lainnya adalah pada jumlah responden yang digunakan peneliti terdahulu sebanyak 214 dan peneliti yang sekarang sebanyak 112.

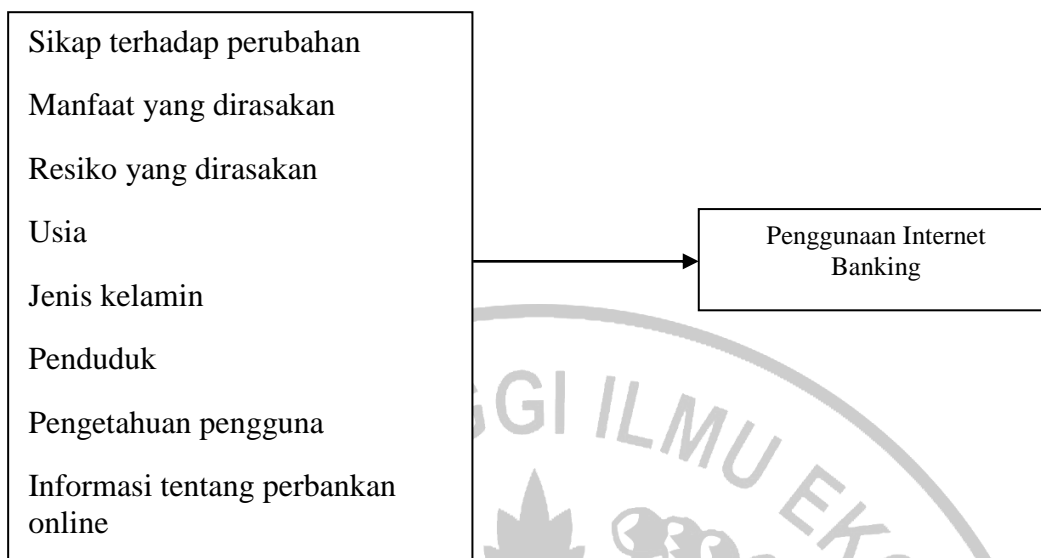
2.1.2 M. Mohamed Shiraj (2015)

Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain yang dilakukan oleh M. Mohamed Shiraj dengan judul "*Factors Influencing the Adoption of Internet Banking (Special Reference to the South Eastern Region, Sri Lanka)*" pada tahun 2015 *Internet banking* memainkan peran utama dalam sektor perbankan. Tampaknya bank komersial belum menarik pelanggan cukup untuk menggunakan *internet banking* bila dibandingkan dengan maju lainnya dan negara-negara berkembang di wilayah tenggara di Sri Lanka

Kemajuan informasi dan komunikasi teknologi khususnya, penggunaan tumbuh dari *internet* untuk transaksi bisnis, telah memiliki efek mendalam pada industri perbankan. sementara ini adalah fenomena global, menciptakan benar-benar global pasar, penetrasi *internet banking* ke negara-negara berkembang tertinggal bahwa dari negara maju. Sementara ekonomi miskin, pendidikan dan infrastruktur merupakan faktor yang jelas di adopsi lambat teknologi di beberapa negara-negara berkembang, mungkin ada juga lainnya isu-isu seperti kepercayaan yang memainkan peran. Perbankan selalu menjadi informasi yang sangat kegiatan intensif yang sangat bergantung pada informasi teknologi untuk memperoleh, mengolah, dan menyampaikan informasi kepada semua pengguna

yang relevan. Tidak hanya teknologi informasi penting dalam pengolahan informasi, menyediakan cara bagi bank untuk membedakan produk mereka dan jasa. Bank menemukan bahwa mereka harus terus berinovasi dan update untuk mempertahankan mereka menuntut dan konsumen yang cerdas dan menyediakan nyaman, handal, dan bijaksana jasa.

Penelitian ini menguji faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan Internet Banking oleh bank komersial di wilayah tenggara di Sri Lanka. Penelitian ini menggunakan metode kuesinoer untuk mengumpulkan data yang menggunakan Internet banking di wilayah tenggara di Sri Lanka. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu, penelitian terdahulu menggunakan 227 responden sedangkan penelitian sekarang menggunakan 112 responden. Persamaan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian terdahulu dan penelitian ini adalah persepsi manfaat. Teknik pengumpulan pada penelitian terdahulu dan penelitian ini sama-sama menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap terhadap perubahan, manfaat yang dirasakan, resiko yang dirasakan, usia, jenis kelamin, penduduk dan pengetahuan pengguna secara langsung mempengaruhi minat menggunakan dalam penggunaan layanan Internet Banking di wilayah tenggara di Sri Lanka. Adapun kerangka pemikiran dari penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:



Sumber :M. Mohamed Shiraj (2015)

Gambar 2.2

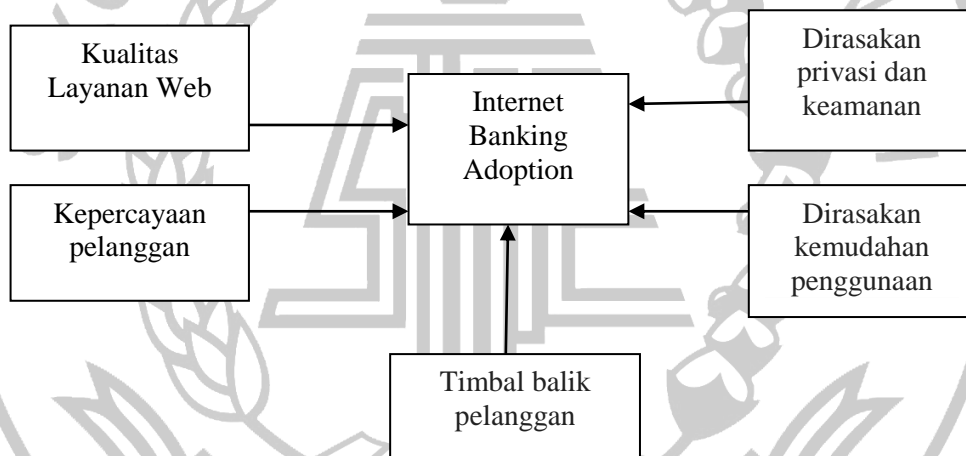
KERANGKA PEMIKIRAN M MOHAMED SHIRAJ (2015)

2.1.3 Hussein Ahmad Alwan dan Abdelhalim Issa Al-Zu'bi (2016)

Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain yang dilakukan oleh Hussein Ahmad dan Abdelhalim Issa Al-Zu'bi dengan judul “*Determinants of Internet banking Adoption between Customers Commercial Bank: An Empirical Study in Jordan Banking Sector*” 2016. Penelitian bertujuan untuk menyelidiki adopsi Internet banking oleh nasabah bank komersial Yordania. Faktor ini digunakan untuk menentukan dimensi penelitian item sedangkan regresi sederhana dikerjakan untuk menentukan relative yang mempengaruhi privasi dan keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas layanan, customer kepercayaan dan umpan balik pelanggan di Internet banking adopsi. Semua variabel independen memiliki dampak signifikan pada adopsi internet banking. Sementara yang terbaik predictor adopsi dicatat untuk kualitas

website dan diikuti oleh kepercayaan pelanggan. Namun, tingkat adopsi rendah dan dilacak terutama oleh pelanggan dari tingkat pendidikan yang tinggi dan kemampuan yang tinggi dalam menggunakan aplikasi computer dan internet.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa niat individu untuk menggunakan internet banking secara signifikan dipengaruhi oleh pengaruh privasi yang dirasakan dan keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas layanan, customer kepercayaan dan umpan balik pelanggan. Adapun kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut



Sumber: Hussein Ahmad Alwan dan Abdelhalim Issa Al-Zu'bi (2016)

Gambar 2.3

KERANGKA PEMIKIRAN HUSSEIN AHMAD ALWAN DAN ABDELHALIM
ISSA AL-ZU'BI (2016)

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian ini adalah kesamaan pada variabel bebas yaitu persepsi kemudahan penggunaan. Perbedaan terletak pada servis kualitas broser, umpan balik customer, kepercayaan nasabah dan privasi. Teknik pengumpulan data yang menggunakan probabilitas berkelompok dengan teknik analisis data *Partial Least Squares (PLS) Regression*.

TABEL 2.1
PERBEDAAN DAN PERSAMAAN DENGAN PENELITIAN SEKARANG
DAN PENELITIAN TERDAHULU

Uraian	Jayasiri N.K, Gunawarada K.D, and Dharmasada P (2015)	M. Mohamed Shiraj (2015)	Hussein Ahmad dan Abdelhalim Issa Al- Zu'bi (2016)	Zumrotus Sholikah (2018)
Judul	Adoption of Internet Banking in Sri Lanka an Extension to Technology Acceptance Model.	Factors Influencing the Adoption of Internet Banking(Special Reference to the South Eastern Region, Sri Lanka).	Determinants of Internet banking Adoption between Customers Commercial Bank: An Empricial Study in Jordan Banking Sector.	Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Informasi Terhadap Penggunaan Internet Banking Bank Rakyat Indonesia di Surabaya
Variabel Bebas	Perceived usefulness Perceived ease of use Security Privacy Social Time Performance Financial System quality Information quality	Attitude toward change Perceived benefits Perceived risks AgeGender Occupation Users IT knowledge	Customer trust Browser quality Ease of use Security Feedback	Persepsi Manfaat Keamanan Persepsi Kemudahan penggunaan Kualitas Informasi

Uraian	Jayasiri N.K, Gunawarada K.D, and Dharmasada P (2015)	M. Mohamed Shiraj (2015)	Hussein Ahmad dan Abdelhalim Issa Al-Zu'bi (2016)	Zumrotus Sholikah (2018)
Variabel Terikat	Adoption of <i>IB system</i>	Adoption of <i>Internet Banking</i>	Adoption of Internet Banking	Penggunaan Internet Banking
Populasi & Sampel	214 pengguna <i>Internet Banking</i>	227 pengguna <i>Internet Banking</i>	116 pengguna <i>Internet Banking</i>	114 nasabah pengguna <i>Internet Banking</i>
Alat Penelitian	SPSS	SPSS	PLS	SPSS
Lokasi	Sri Lanka	Sri Lanka	Yordania	Surabaya, Indonesia
Hasil	The results indicated that the adoption of Internet Banking is positively affected by perceived usefulness, perceived security, Perceived social facet, and perceived system quality and those variables were found to be the most influential factors explaining the adoption of internet banking services.	The results of the model tested that use of internet banking in Sri Lanka. The adoption/ non-adoption decision is highly influenced by attitude toward Change, Perceived benefits, perceived risks, Occupation, Users' IT knowledge except Information on online Banking.	The study concludes that the individual's intention to adopt internet banking is significantly influenced by the perceived privacy influence and security, perceptions of ease of use, service quality, customer trust, and customer feedback	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan <i>internet banking</i> , sedangkan persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan kualitas informasi berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan <i>internet banking</i> .

Sumber: Jayasiri N.K, *et al* (2015), M. Mohamed Shiraj (2015), Hussein Ahmad *et al* (2016)

2.2 Landasan Teori

Landasan teori ini akan dijelaskan beberapa teori yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti dan akan digunakan sebagai acuan dalam penyusunan hipotesis serta analisis data. Dimana dalam penelitian ini ada beberapa variabel bebas yaitu persepsi manfaat, keamanan, persepsi kemudahan penggunaan. Sedangkan variabel terikatnya adalah penggunaan.

2.2.1 Penggunaan Internet Banking

Bank menyediakan layanan Internet Banking untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan alternative media untuk melakukan transaksi perbankan, selain yang tersedia dikantor cabang dan ATM. Dengan Internet Banking nasabah tidak perlu lagi membuang waktu untuk mengantri dikantor-kantor bank atau ATM, karena saat ini banyak transaksi perbankan dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun dengan mudah dan praktis melalui handphone (Irwan dan Sari, 2014). Internet Banking adalah kegiatan yang melakukan transaksi, pembayaran dan lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan. *Internet banking* sebagai salahsatu bentuk aplikasi sistem juga dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas penggunanya. Oleh karena itu, penggunaan *Internet Banking* dapat diartikan sebagai kondisi nyata penggunaan layanan *Internet Banking* oleh nasabah bank. Dalam penelitian ini penggunaan adalah pemakaian pada layanan yang ada di *Internet Banking*.

2.2.2 Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaanya (Jogiyanto, 2007:114).

Manfaat dalam menggunakan *Internet Banking* merupakan manfaat yang diperoleh nasabah dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya. Dalam suatu teknologi dapat dikatakan bermanfaat apabila dapat memberikan nilai yang lebih dan dapat memenuhi segala keinginan yang akan dicapai oleh para penggunaannya.

2.2.3 Keamanan

Keamanan Internet Banking yaitu keamanan yang memfokuskan pada informasi yang telah disediakan layanan internet banking akurat, informasi bagi nasabah terjaga kerahasiannya dan setiap transaksi yang dilakukan aman, sehingga kemajuan teknologi tersebut mampu meningkatkan keamanan layanan. Keamanan dan privasi merupakan salah satu faktor penting yang mendorong minat nasabah untuk menggunakan layanan internet banking

2.2.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dengan demikian apabila individu atau masyarakat percaya bahwa sebuah sistem informasi akan mudah untuk digunakan dan tidak akan mengalami kesulitan dalam penggunaan teknologi tersebut maka secara otomatis masyarakat tersebut menggunakan sistem informasi dan sebaliknya (Jogiyanto, 2007:115).

2.2.5 Kualitas Informasi

Menurut Tata Sutabri (2005:35-36), kualitas informasi bergantung pada 3 (tiga) hal yang sangat domain yaitu:

1. Informasi harus akurat

Sebuah informasi harus akurat karena dari sumber informasi hingga penerima informasi kemungkinan banyak terjadi gangguan yang dapat mengubah atau merusak informasi tersebut.

2. Informasi harus tepat waktu

Informasi yang dihasilkan dari suatu proses pengolahan data, datangnya tidak boleh terlambat (using).

3. Informasi harus relevan.

Informasi dikatakan berkualitas jika relevan bagi pemakainya. Hal ini berarti bahwa informasi tersebut harus bermanfaat bagi pemakainya. Relevansi informasi untuk tiap-tiap orang satu dengan yang lainnya berbeda.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan *Internet Banking*

BRI di Surabaya

Persepsi Manfaat merupakan suatu kepercayaan nasabah BRI Surabaya tentang proses pengambilan keputusan untuk menggunakan *Internet Banking* BRI. Apabila nasabah percaya bahwa *Internet Banking* BRI akan berguna bagi dirinya maka nasabah akan menggunakannya, sedangkan sebaliknya apabila *Internet Banking* BRI tersebut tidak berguna bagi dirinya maka orang tersebut tidak akan menggunakannya. Menurut Jogiyanto (2007;114) Persepsi Manfaat atau *Perceived usefulness* adalah sejauh mana nasabah BRI Surabaya percaya bahwa menggunakan *Internet Banking* BRI akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya.

2.3.2 Pengaruh Keamanan terhadap Penggunaan *Internet Banking* BRI di Surabaya

Aspek keamanan merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan BRI untuk meningkatkan mutu layanan *Internet Banking* BRI nya karena data nasabah dan transaksi yang dilakukan nasabah bersifat sangat rahasia. Menurut Hussein Ahmad Alwan & Abdelhalim Issa Al-Zu'bi(2016) diketahui bahwa keamanan dan privasi merupakan dua dimensi penting yang dapat mempengaruhi nasabah menggunakan *Internet Banking*. Keamanan merupakan penentu penting bagi perbankan, keamanan mengacu pada kepercayaan apakah dapat terjaga dengan baik atau tidak, keamanan yang dirasakan oleh nasabah BRI Surabaya dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap adopsi *Internet Banking* BRI Surabaya.

2.3.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan *Internet Banking* BRI di Surabaya

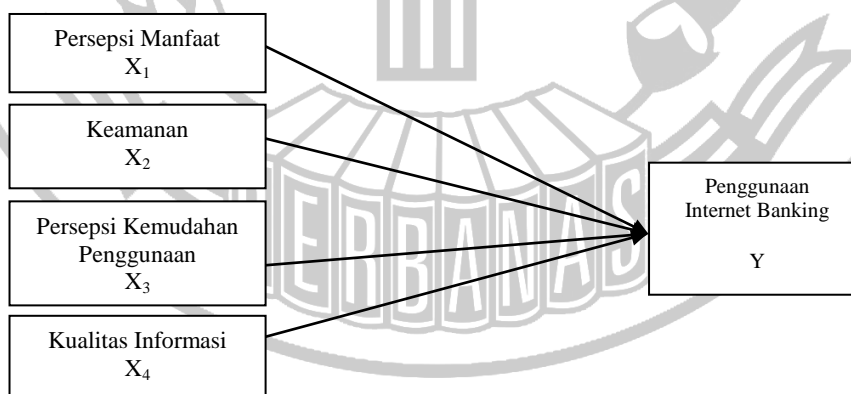
Persepsi kemudahan penggunaan (*Ease of Use*) yaitu keyakinan nasabah BRI Surabaya menggunakan *Internet Banking* BRI tidak membutuhkan atau melibatkan usaha yang besar pada saat digunakan . Kemudahan Penggunaan ini merupakan suatu keyakinan nasabah *Internet Banking* BRI Surabaya tentang proses pengambilan keputusan. Jika nasabah merasa yakin bahwa *Internet Banking* BRI mudah digunakan maka nasabah akan menggunakan sistem tersebut. Sebaliknya jika nasabah tidak merasa yakin bahwa sistem tidak mudah digunakan maka nasabah tersebut tidak akan menggunakannya.

2.3.4 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Penggunaan *Internet Banking* BRI di Surabaya

Kualitas Informasi dalam menggunakan internet banking dirasakan nasabah sangat bermanfaat karena dapat memudahkan dalam bertransaksi. Kualitas informasi tergantung pada tiga hal yaitu informasi yang harus tepat waktu, akurat dan relevan. Pembaharuan website internet banking sesuai dengan perkembangan waktu dan kebutuhan dan web internet banking menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh nasabah.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini didasarkan pada perpaduan model yang pernah diajukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, serta sebagai teori pendukung lainnya yang berkaitan. Adapun deskripsi dari kerangka pemikiran dari gambar berikut ini :



Gambar 2.4

KERANGKA PEMIKIRAN

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pemikiran penelitian diatas maka hipotesis dari rumusan masalah yang diteliti adalah :

H₁ : Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *Internet Banking* pada bank BRI di Surabaya.

H₂ : Keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *Internet Banking* pada bank BRI di Surabaya.

H₃ : Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *Internet Banking* bank BRI di Surabaya.

H₄ : Kualitas informasi berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *Internet Banking* pada bank BRI di Surabaya.

H₅ : Persepsi Manfaat, Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Informasi berpengaruh signifikan positif terhadap Penggunaan *Internet Banking* pada bank BRI di Surabaya.

