

BAB II

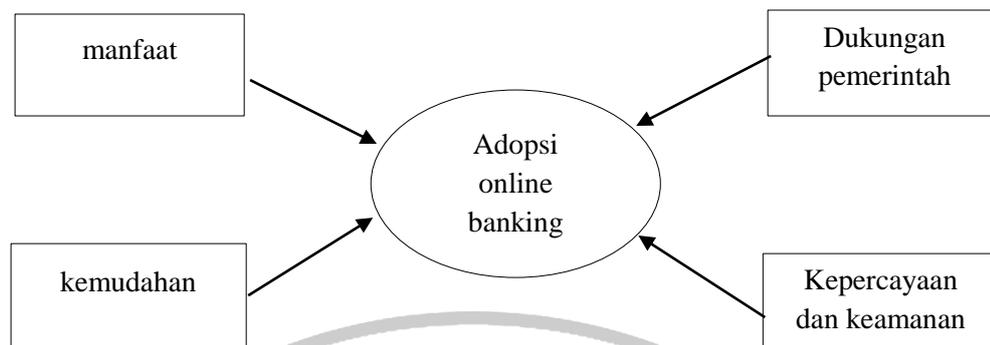
TINJAUAN PUSTAKA

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

2.1 Penelitian terdahulu

1. Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013)

Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain yang dilakukan oleh Perkins dan Annan dengan judul penelitian “*Factor affecting the adoption of online banking in Ghanna; implications for bank managers*” pada tahun 2013 tersebut menyatakan bahwa pengguna internet di Ghanna terus meningkat dan semua indikasi menunjuk ke arah kemungkinan penerapan di perbankan *online* untuk menjadi sukses. Namun, adopsi perbankan *online* yang akan datang menyebabkan perekonomian menghadapi keraguan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi perbankan *online*. Analisis data dengan menggunakan analisis regresi dalam software SPSS untuk menghasilkan hasil ANOVA, dan data yang digunakan sebanyak 120 sampel. Hasil menunjukkan bahwa konstruksi asli TAM yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan pengguna serta ekstensi dukungan pemerintah, kepercayaan dan keamanan semua signifikan terhadap intension pelanggan untuk mengadopsi *banking*. Implikasi untuk pihak bank bahwa mereka harus berkonsentrasi pada promosi dan kemajuan yang diperoleh dari biaya transaksi yang lebih rendah, suku bunga deposito yang tinggi antara lain yang direalisasikan dari penggunaan *online* perbankan terkait untuk kemudahan pengguna.



Sumber : Ed- Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013)

Gambar 2.1

KERANGKA PEMIKIRAN PERKINS DAN ANNAN (2013)

Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa implikasi untuk manajer bank agar berkonsentrasi pada promosi dan kemanjuran *payback* seperti biaya transaksi lebih rendah dan suku bunga deposit yang lebih tinggi. Selain itu bank juga harus meningkatkan kepercayaan nasabah untuk meningkatkan adopsi *online banking* karena kepercayaan dan keamanan ditemukan signifikan untuk menentukan adopsi nasabah menggunakan *online banking*.

Terdapat perbedaan dan persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Perbedaan dari penelitian ini yaitu pada objek penelitian, dimana pada penelitian yang sebelumnya objek penelitiannya adalah para penggunaan *online banking* di Ghana sedangkan pada penelitian kali ini objek penelitiannya pada nasabah pengguna *Internet Banking* di Surabaya. Perbedaan lainnya adalah pada jumlah responden yang digunakan peneliti terdahulu sebanyak 120 dan peneliti yang sekarang sebanyak 105, peneliti terdahulu menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan ANOVA

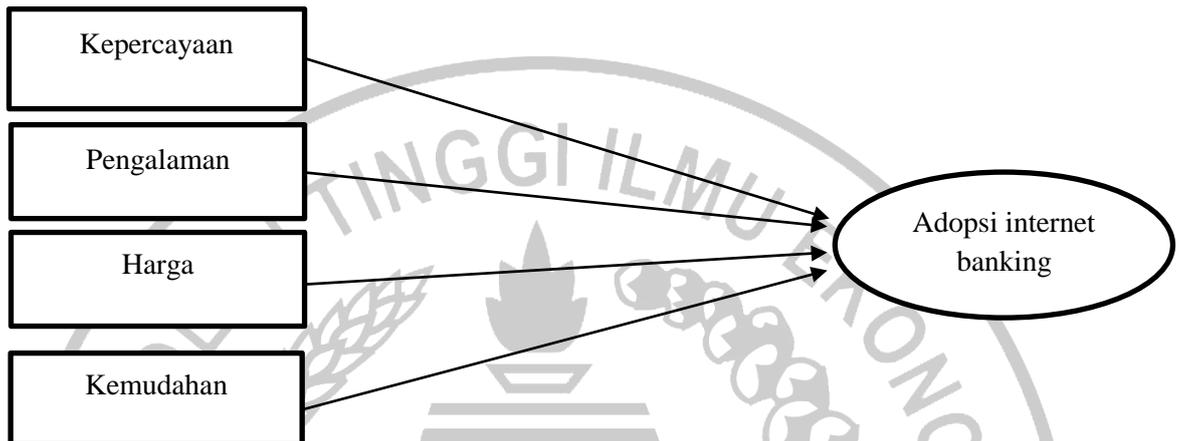
sedangkan peneliti saat ini menggunakan regresi linier. Namun terdapat persamaan dalam penelitian ini adalah alat analisisnya yaitu peneliti terdahulu menggunakan software SPSS dan penelitian saat ini menggunakan software SPSS. Persamaan lainnya yaitu metode pengumpulan data peneliti terdahulu dan peneliti saat ini sama-sama menggunakan purposive sampling.

2. Mahiswaran Selvanathan, Pei Jun Tan, Tan Fei Bow, Mahadevan Supramaniam (2016)

Penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Mahiswaran Selvanathan, Pei Jun Tan, Tan Fei Bow, Mahadevan Supramaniam dengan judul "*The Impact of Cost, Customer Experience, Ease of Use, and Trust towards Adoption of Online Banking*" tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi adopsi *online banking* di Malaysia, terutama kepercayaan, pengalaman, biaya, dan kemudahan penggunaan pelanggan. Adapun jumlah kuesioner yang akan dibagikan terdapat 120 pengguna *online banking* di kota Damansara, Selangor, Malaysia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah dan pengalaman memiliki hubungan yang signifikan terhadap penerapan *online banking*. Hasilnya memberikan informasi penting bagi pihak bank dalam merancang sebuah *internet banking* yang berorientasi massa atau user-friendly yang akan menarik orang untuk mengadopsi *online banking*.

Terdapat perbedaan dan persamaan terhadap penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang. Perbedaannya pada penelitian terdahulu peneliti melakukan penelitian di Malaysia sedangkan peneliti yang sekarang melakukan penelitian di Surabaya. Pada persamaan terdapat pada teknik analisis data dimana

pada peneliti terdahulu menggunakan regresi linier berganda dan peneliti yang sekarang menggunakan regresi linier berganda. Adapun persamaan lainnya pada peneliti terdahulu dan peneliti yang sekarang sama-sama menggunakan kuesioner.



Sumber : Mahiswaran Selvanathan, *et al.*

Gambar 2.2

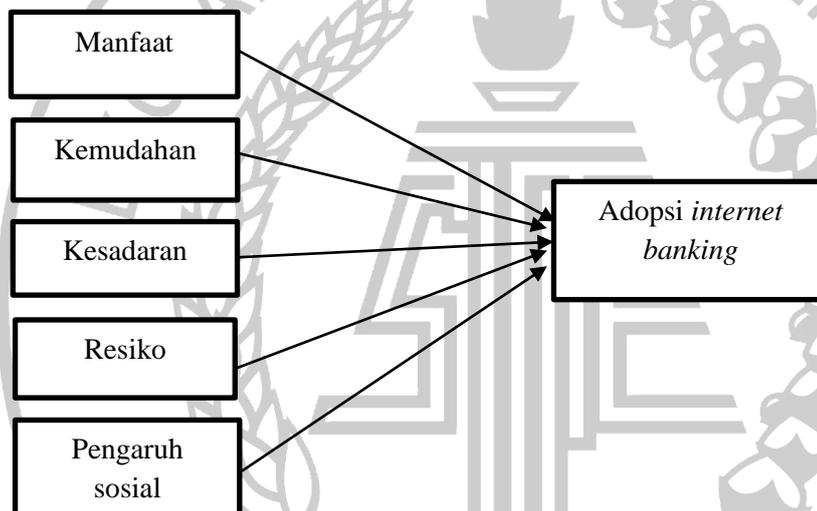
Kerangka Pemikiran Mahiswaran Selvanathan (2016)

3. Eni Noviarni (2014)

Penelitian yang ke tiga bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi layanan *internet banking* oleh nasabah bank di Pekanbaru untuk mendekati *Technology Acceptance Model* (TAM). Metode penelitian adalah survey dengan pendekatan analisis deskriptif. Data diolah dan dianalisis dengan model statistik menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS versi 17, data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 100 sampel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa besarnya manfaat, kemudahan, kesadaran, risiko dan pengaruh sosial mempengaruhi adopsi *internet banking* oleh nasabah bank di Pekanbaru.

Terdapat perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini, adapun perbedaan yang terdapat dalam penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada lokasi penelitian dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian di Pekanbaru sedangkan penelitian saat ini melakukan penelitian di Surabaya. Perbedaan lainnya terletak pada populasi dan sampel, dimana peneliti terdahulu menggunakan 100 sampel sedangkan peneliti saat ini menggunakan 105 sampel.

Adapun persamaan dalam penelitian ini adalah peneliti terdahulu dan peneliti saat ini sama-sama menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.



Sumber : Eni Noviarni (2014)

Gambar 2.3
KERANGKA PEMIKIRAN ENI NOVIARNI

Tabel 2.1
PERBEDAAN DAN PERSAMAAN DENGAN PENELITIAN TERDAHULU

Uraian	Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013)	Mahiswaran Selvanathan, Pei Jun Tan, Tan Fei Bow, Mahadevan Supramaniam (2016)	Eni Noviarni (2014)	Yuliani Astutik (2017)
Judul	<i>Factor affecting the adoption of online banking in ghanna; implications for bank managers</i>	<i>The Impact of Cost, Customer Experience, Ease of Use, and Trust towards Adoption of Online Banking</i>	<i>Analisis Adopsi Layanan Internet Banking Oleh Nasabah Perbankan Di Pekanbaru</i>	Pengaruh kemudahan, keamanan dan kepercayaan terhadap adopsi internet banking bank BCA di Surabaya
Variabel Bebas	- manfaat - kemudahan - dukungan pemerintah - kepercayaan - keamanan	- kepercayaan - pengalaman - harga - kemudahan	- manfaat - kemudahan - kesadaran - resiko - pengaruh sosial	- kemudahan - Keamanan - Kepercayaan
Variabel Terikat	Adopsi <i>Internet Banking</i>	Adopsi <i>Internet Banking</i>	Adopsi internet banking	Adopsi <i>Internet Banking</i>
Objek Penelitian	<i>Internet Banking</i> di Ghanna	<i>Internet banking</i> di Malaysia	<i>Internet banking</i> di Pekanbaru	<i>Internet banking</i> BCA di Surabaya
Lokasi Penelitian	Ghanna	Selangor, Malaysia	Pekanbaru, Indonesia	Surabaya, Indonesia
Instrumen Penelitian	Kuesioner	Kuesioner	Kuesioner	Kuesioner
Populasi & Sampel	120 nasabah <i>internet banking</i>	120 nasabah <i>Internet banking</i>	100 nasabah pengguna <i>Internet Banking</i>	71 nasabah pengguna <i>Internet Banking</i>
Teknik Sampling	Purposive Sampling	Purposive Sampling	Purposive Sampling	Purposive Sampling
Teknik Analisis	ANOVA	Regresi Linier	Regresi Linier	Regresi Linier
Hasil	Pengaruh manfaat, kemudahan, dukungan pemerintah, kepercayaan dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap adopsi <i>internet banking</i>	Kepercayaan, pengalaman pengguna, harga dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap adopsi <i>internet banking</i>	Manfaat, kemudahan, kesadaran, resiko dan pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap adopsi internet banking	Kemudahan, keamanan berpengaruh tidak signifikan sedangkan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap adopsi <i>internet banking</i>

Sumber: Ed- Zilla, *et al.* (2013), Mahiswaran Selvanathan, *et al.* (2016), Eni Noviarni (2014)

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Internet Banking*

Internet banking adalah layanan yang dilakukan oleh bank secara *online* 24 jam dan suatu bentuk manfaat dari media internet agar dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi dengan *online* sekaligus dapat mempromosikan produk yang konvensional maupun yang baru dengan mudah dan cepat.

Internet banking sangat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi karena dengan adanya *internet banking* dapat mengurangi kesibukan nasabah karena dengan mudah dapat mengakses layanan yang ada pada *internet banking*.

Menurut Wiji Nurastuti (2011: 112) menjelaskan bahwa *internet banking* merupakan salah satu pelayanan bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, adapun kegiatan *internet banking* dibedakan menjadi tiga bagian yaitu:

1. *Informational banking* adalah layanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi.
2. *Communicative internet banking* adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan internet banking secara erbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi.

3. *Transactional internet banking* adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia jasa *internet banking* dan melakukan eksekusi dan transaksi.

Sejak adanya layanan *internet banking*, para nasabah bank tidak perlu menambah kesibukannya dengan mendatangi bank, karena dengan adanya layanan *internet banking* mampu membuat kesibukan nasabah berkurang, cukup dengan mengakses internet dan melakukan layanan *internet banking* sudah dapat melakukan berbagai macam layanan perbankan yang sudah disediakan, adapun layanan yang tersedia pada *internet banking* pada BCA antara lain melakukan transfer, informasi rekening, melakukan pembelian pulsa elektrik, tiket pesawat dan lain sebagainya. Layanan *internet banking* BCA juga menyediakan informasi kurs, status transaksi, informasi kredit investasi dan produk BCA lainnya.

2.2.2 Adopsi

Menurut Tatik Suryani (2013:232) karakteristik sebuah produk baru mempengaruhi tingkat adopsi. Sebuah produk dapat dengan mudah diterima masyarakat jika produk tersebut memiliki keunggulan yang relatif dari produk yang sudah ada sebelumnya. Apabila penerimaan perilaku baru atau adopsi telah melalui proses seperti ini, dimana didasari oleh pengetahuan kesadaran dan sikap yang positif, maka perilaku tersebut akan bersifat langgeng, sebaliknya apabila perilaku itu tidak didasari oleh pengetahuan dan kesadaran tidak akan berlangsung lama. Tatik suryani (2013: 321) mengemukakan beberapa pandangan tradisional

mengenai proses adopsi mengikuti tahapan AIETA (*awareness, interest, evaluation, trial, adoption*) yang dijelaskan sebagai berikut :

a) Tahap *awareness* (kesadaran)

Pada tahap ini konsumen mengetahui adanya ide-ide baru tapi kurang informasi mengenai hal tersebut atau informasi yang diperoleh sangat terbatas.

b) Tahap *interest* (menaruh minat)

Pada tahap ini konsumen mulai menaruh minat terhadap inovasi dan mencari informasi lebih banyak mengenai inovasi tersebut.

c) Tahap *evaluation* (penilaian)

Pada tahap ini konsumen melakukan penilaian terhadap produk baru berdasarkan informasi-informasi yang diperoleh dan mencoba untuk mengaitkan dengan kondisinya sebelum memutuskan untuk mencoba.

d) Tahap *trial* (percobaan)

Pada tahap ini konsumen menggunakan atau mencoba inovasi pada produk untuk memastikan ide-ide dalam skala kecil untuk menentukan kegunaannya, apakah sesuai dengan dirinya.

e) Tahap *adoption* (penerimaan)

Pada tahap ini konsumen berdasarkan evaluasinya selama mencoba produk dan merasakan hasilnya akan memutuskan menggunakan produk jika ternyata produk baru dinilai sesuai dengan harapan dan keinginannya.

Menurut Eni Noviarni (2014: 33) adopsi *internet banking* diukur melalui beberapa indikator yaitu :

1) Keinginan menggunakan *internet banking* dimasa yang akan datang

Responden merasa ingin menggunakan internet banking karena dengan kenyamanan yang dirasakan oleh responden.

- 2) Kesesuaian penggunaan *internet banking* dengan kebutuhan

Responden merasa internet banking sesuai dengan kebutuhan responden.

- 3) Dukungan dalam menggunakan *internet banking*

Responden sangat mendukung dengan adanya internet banking Karena dapat memudahkan responden dalam melakukan transaksi.

- 4) Keinginan merekomendasikan *internet banking*

Dengan kenyamanan yang dirasakan oleh responden, responden ingin merekomendasikan kepada orang lain.

2.2.3 Kemudahan

Kemudahan adalah keyakinan responden dalam bertransaksi lebih mudah dibandingkan harus antri dengan antrian yang lama ke bank hanya untuk melakukan transaksi, kemudahan yang dirasakan oleh responden akan menjadi kepuasan suatu bank dalam melayani nasabah karena nasabah tidak mengalami kesulitan untuk menggunakan *internet banking*. Dengan adanya kemudahan dalam menggunakan *internet banking* maka akan menjadi pengaruh positif terhadap bank sehingga mampu membuat nasabah setia menggunakan layanan *internet banking* juga dapat menarik nasabah lebih banyak lagi karena sudah terbukti kemudahan yang dirasakan oleh nasabah lainnya.

Menurut Eni Noviarni (2014) Item dipergunakan untuk mencari persepsi kemudahan penggunaan adalah :

1. Efisiensi waktu

Responden merasa tidak membutuhkan waktu lama karena kemudahan yang terdapat dalam internet banking.

2. Kemampuan dalam melakukan transaksi

Responden merasa mampu untuk melakukan transaksi pada internet banking dengan cepat dan mudah.

3. Kemudahan operasional internet banking

Responden merasa mudah dalam mengoperasikan internet banking

4. Penggunaan yang fleksibel

Responden merasa internet banking bisa digunakan secara fleksibel tanpa kesulitan apapun.

2.2.4 Keamanan

Keamanan adalah pendapat responden tentang kenyamanan dalam bertransaksi pada *internet banking* dengan keamanan yang memadai, keamanan sangat di pertimbangkan oleh responden ketika responden menggunakan *internet banking*, keamanan sangat berpengaruh penting bagi responden karena keamanan adalah persepsi nasabah bahwa penggunaan *internet banking* dapat terlindungi dari terjadinya pencurian atau bentuk segala bentuk penyalahgunaan lainnya. Sebagian besar masalah keamanan terjadi terutama disebabkan oleh adanya orang-orang jahat yang mencoba mengambil keuntungan.

Menurut Radomir *et al* (2014) dan Perkins *et al.* (2013) menjelaskan beberapa indikator tentang keamanan yaitu :

1. Informasi layanan sangat akurat.

Responden merasa informasi layanan *internet banking* sangat akurat.

2. Data pribadi aman.

Responden merasa data pribadinya terjaga kerahasiaannya.

3. Keamanan dalam bertransaksi.

Responden merasa aman saat melakukan proses transaksi.

4. Kenyamanan dalam bertransaksi.

Responden merasa nyaman saat bertransaksi.

2.2.5 Kepercayaan

Menurut Tatik Suryani (2013:93) menjelaskan bahwa kepercayaan dalam konteks ini adalah persepsi nasabah bahwa teknologi *internet banking* aman untuk digunakan. Kepercayaan lebih penting dalam dunia *online banking* mengandung informasi yang sensitif dan pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan mengkhawatirkan akses terhadap file penting dan informasi yang dikirim melalui internet. Kepercayaan ditunjukkan dari keyakinan nasabah untuk menerima kerentanan dalam memenuhi harapannya. Oleh karena itu kepercayaan nasabah sangat berpengaruh penting terhadap suatu bank karena dengan kepercayaan nasabah dapat meningkatkan jumlah nasabah dan kesetiaan nasabah. Dengan kepercayaan yang di rasakan oleh nasabah juga dapat meningkatkan citra positif bagi bank, karena semakin banyak nasabah yang percaya maka akan semakin banyak pula nasabah yang ingin melakukan transaksi di bank tersebut.

Terdapat beberapa indikator yang di kemukakan oleh Sohrabi, M., Yee, J. Y. M., & Nathan, R. J. (2013). Kepercayaan dapat di ukur dengan beberapa indikator sebagai berikut:

1. Layanan *internet banking*

Nasabah percaya pada layanan *internet banking* BCA

2. Keamanan pada layanan *internet banking*

Nasabah percaya penuh terhadap keamanan *internet banking*

3. Keamanan saat melakukan transaksi

Nasabah percaya dengan keamanan *internet banking* saat melakukan transaksi

4. Informasi pada *internet banking*

Nasabah percaya dengan informasi *internet banking* pada BCA

Hubungan Antar Variabel

Pada bagian ini akan dijelaskan beberapa hubungan antar variabel yang menjadi dasar dalam penelitian ini, yaitu :

2.2.6.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Adopsi *Internet Banking*

Pengaruh kemudahan terhadap adopsi *internet banking* berpengaruh positif, hal ini dibuktikan oleh peneliti terdahulu yaitu penelitian yang di lakukan Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013:105) menunjukkan bahwa kemudahan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi pengguna *internet banking*.

Namun teori yang berbeda dikemukakan oleh Mahiswaran Selvanathan, *et al.* (2016) menunjukkan bahwa antara kemudahan dan adopsi *internet banking* tidak

berpengaruh signifikan, dalam penelitian ini juga di ungkapkan bahwa hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh asdullah dan yazdifar (2016). Namun chong, et al. (2010) menemukan teori bahwa tidak ada dampak signifikan dari kemudahan penggunaan terhadap penerapan *internet banking*, salah satu alasan yang menyebabkan ketidakkonsistenan hasil ini adalah faktor usia responden. Responden yang berusia 21-29 tahun, dipandang sebagai generasi penerus teknologi. Dimana anak muda saat ini mungkin tidak melihat dari kemudahan penggunaan karena mereka dengan mudah bias mempelajarinya dengan kemajuan teknologi yang serba canggih pada saat ini.

2.2.6.2 Pengaruh Keamanan Terhadap Adopsi *Internet Banking*

Pengaruh keamanan terhadap adopsi *internet banking* berpengaruh positif, karena dengan adanya keamana yang memadai pengguna *internet banking* merasa aman dalam melakukan transaksi *internet banking* oleh karena itu keamanan sangat mempengaruhi adopsi pengguna *internet banking*. Selain itu keamanan juga sangat dipertimbangkan oleh nasabah ketika menggunakan *internet banking* karena jika keamanan yang tidak memadai maka nasabah enggan untuk menggunakannya.

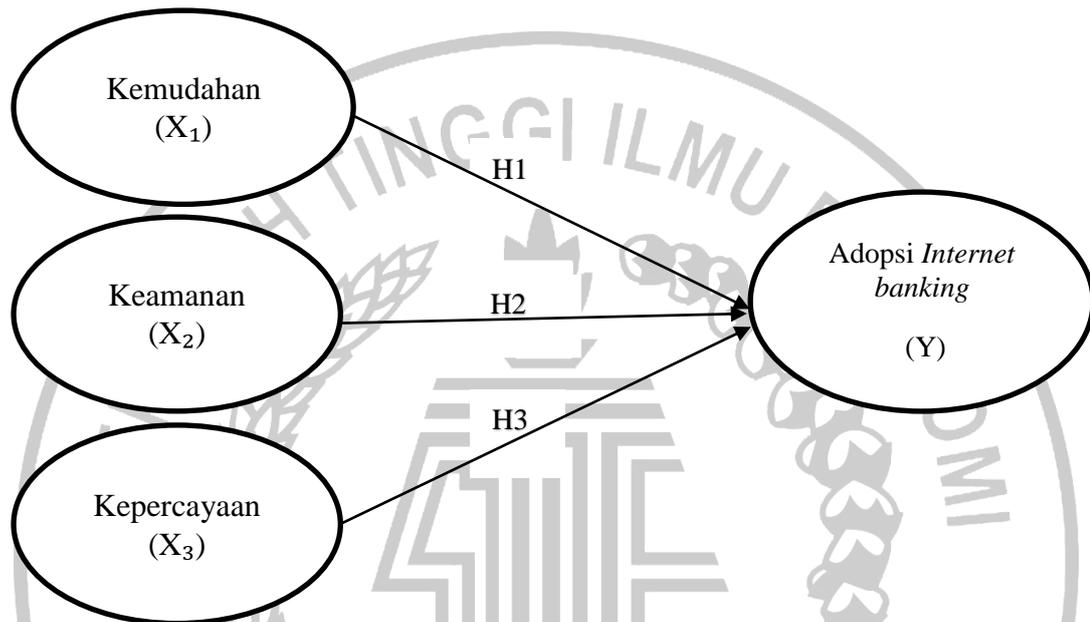
Hal ini dibuktikan oleh peneliti terdahulu yang di lakukan Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013:105) bahwa keamanan sangat penting dan memiliki pengaruh signifikan terhadap keinginan pengguna *internet banking* di Ghanna, teori ini juga di dukung oleh penelitian serupa yang di lakukan oleh Chong dkk (2010) di Vietnam.

2.2.6.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Adopsi *Internet Banking*

Pengaruh kepercayaan berpengaruh positif terhadap adopsi *internet banking* karena dengan nasabah percaya bahwa menggunakan *internet banking* nasabah dapat merasakan pengaruh positif, dari situ dapat di simpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap adopsi *internet banking*, hal ini juga di dukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013:105) bahwa kepercayaan sangat penting dan memiliki pengaruh signifikan terhadap keinginan pengguna di Ghana untuk menggunakan *internet banking*, penemuan ini juga didukung oleh teori yang di ungkapkan oleh Woldie *et al.* (2008) dalam sebuah studi serupa di Ghana. Selain itu peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Mahiswaran Selvanathan, *et al.* (2016) menunjukkan bahwa hubungan antara kepercayaan dan adopsi *internet banking* berpengaruh signifikan. Penemuan ini juga didukung oleh teori Baraghani (2007) yang menunjukkan bahwa kepercayaan akan mempengaruhi adopsi *internet banking* di Selangor Malaysia.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini di dasarkan pada perpaduan model yang pernah diajukan oleh peneliti sebelumnya, maka dapat di kembangkan suatu kerangka pemikiran toritis yang dilihat pada gambar berikut ini.



Sumber: Ed- Zilla, et al. (2013), Mahiswaran Selvanathan, et al. (2016), Eni Noviarni (2014).

Gambar 2.4
KERANGKA PEMIKIRAN

2.4 Hipotesis Penelitian

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

H1 : Kemudahan berpengaruh positif terhadap adopsi *internet banking* bank BCA di Surabaya.

H2 : Keamanan berpengaruh positif terhadap adopsi *internet banking* bank BCA di Surabaya.

H3 : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap adopsi *internet banking* bank BCA di Surabaya.

