

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

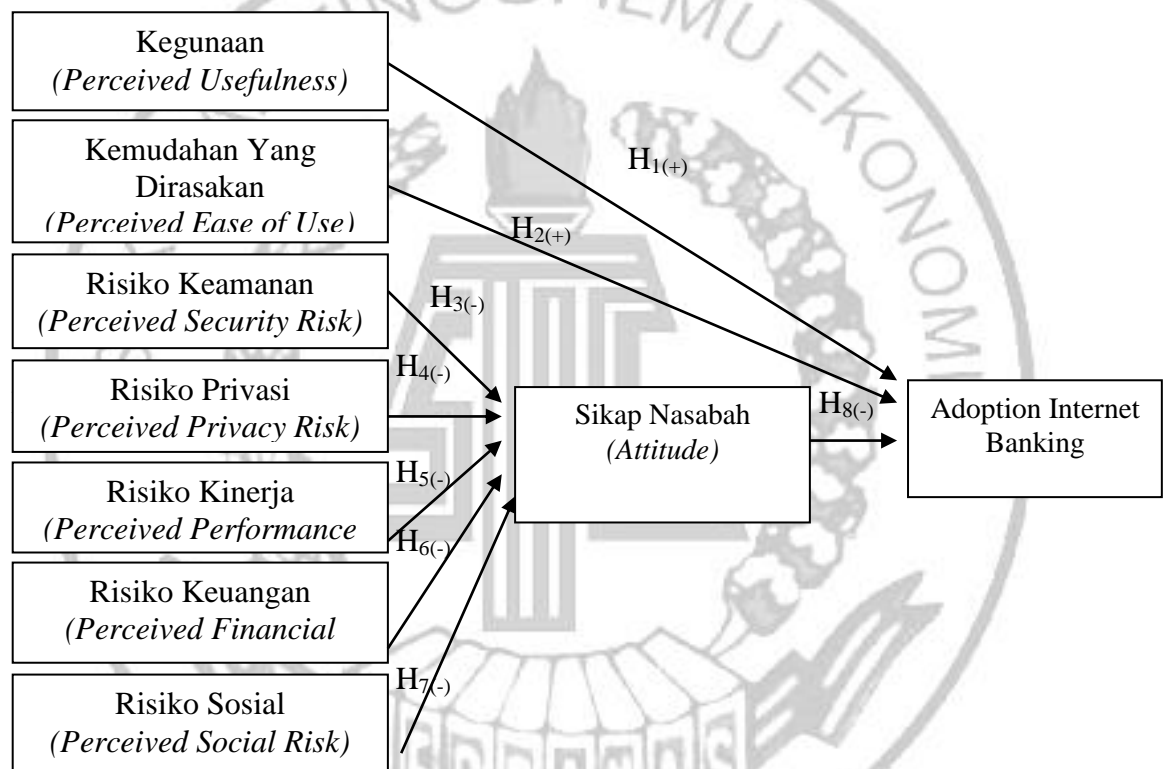
2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh antara lain: penelitian Muhammad Ali Nasir, Junjie Wu, Milton Yago, Haohong Li pada tahun 2015 dengan judul "*Influence Of Psychographics And Risk Perception On Internet Banking Adoption*", penelitian Chorng-Shyong Ong, Yi Luen Lin pada tahun 2015 dengan judul "*Security, Risk, and Trust In Individuals Internet Banking Adoption*", dan penelitian Mathavi Massilamany dan Dineswary Nadarajan tahun 2017 dengan judul "*Factors That Influencing Adoption Of Internet Banking In Malaysia*".

2.1.1 **Penelitian Muhammad Ali Nasir et al. (2015)**

Penelitian yang digunakan oleh Muhammad Ali Nasir, et al. dengan judul "*Influence Of Psychographics And Risk Perception On Internet Banking Adoption*" ini menggunakan 7 (tujuh) variabel yaitu kegunaan, kemudahan yang dirasakan, risiko keamanan, risiko privasi, risiko kinerja, risiko keuangan dan risiko sosial. Penelitian ini mengenai adopsi *internet banking* di Inggris. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor penting yang mendasari keputusan untuk menggunakan *internet banking* oleh pelanggan *internet banking* di bank UK. Pentingnya penelitian disebabkan adanya faktor yang menentukan nasabah untuk memutuskan menggunakan dan sejauh mana hambatan psikologis telah mempengaruhi keputusan nasabah di Inggris tentang penggunaan *internet*

banking. Penelitian ini menggunakan teknik regresi linier berganda untuk menganalisis data. Penelitian ini menggunakan data primer dan metode survey dengan cara membagikan kuesioner pada nasabah pengguna *internet banking* untuk menguji hipotesis. Total kuesioner sebanyak 215 yang dibagikan dan 191 kuesioner yang dapat digunakan untuk menganalisis data. Pengujian hipotesis penelitian menggunakan analisis regresi linier.



Sumber: Muhammad Ali Nasir, *et al.*(2015)

Gambar 2. 1
KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN MUHAMMAD ALI NASIR, *et al.*(2015)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegunaan dan kemudahan yang dirasakan secara positif mempengaruhi adopsi *internet banking* sedangkan risiko keamanan, risiko privasi, risiko kinerja, risiko keuangan, dan risiko sosial secara negative mempengaruhi sikap nasabah terhadap penggunaan *internet banking*.

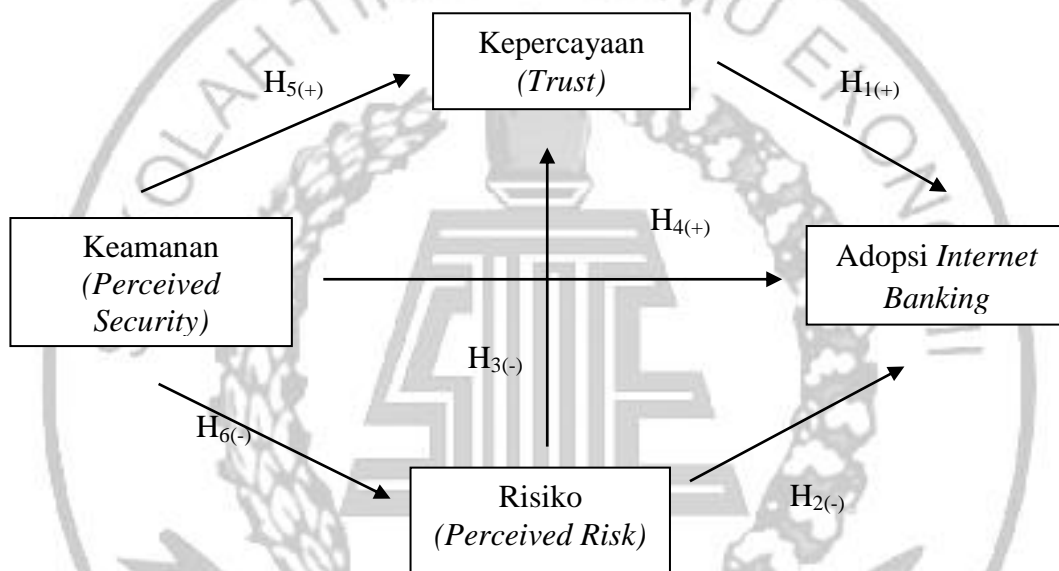
Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan saat ini terletak pada kesamaan variabel yaitu kegunaan. Selain itu, terdapat persamaan pada pengumpulan data menggunakan data primer dengan metode survei menggunakan kuesioner.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan saat ini yaitu obyek penelitian dan jumlah responden. Penelitian terdahulu yang menjadi obyek penelitian adalah nasabah bank UK di Negara Inggris. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan saat ini yang menjadi obyek penelitian adalah nasabah pengguna *internet banking* BCA dalam transaksi *e-commerce* di Surabaya. Pada penelitian terdahulu jumlah responden sebanyak 215 responden, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini sebanyak 110 responden.

2.1.2 Chorng-Shyong Ong, Yi Luen Li. (2015)

Penelitian yang dilakukan oleh Chorng-Shyong Ong dan Yi Luen Li dengan judul "*Security, Risk and Trust In Individuals Internet Banking Adoption*" ini menggunakan 3 (tiga) variabel independen yaitu keamanan yang dirasakan, kepercayaan, dan risiko yang dirasakan. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi individu terhadap adopsi internet perbankan. Pentingnya penelitian disebabkan adanya informasi sensitif pada layanan perbankan seperti keuangan, privasi, dan transaksi, isu-isu tentang

keamanan informasi sensitif seperti keamanan, risiko dan kepercayaan dianggap sebagai pertimbangan utama individu terhadap adopsi internet perbankan. Model kerangka teori dalam konteks penelitian ini menggunakan SRT. Sementara itu, untuk melaksanakan penelitian ini menggunakan data primer dan metode survei kuesioner untuk menguji hipotesis dan untuk mengeksplorasi implikasinya dengan 362 kuesioner. Pengujian hipotesis penelitian menggunakan SmartPLS.



Sumber: Chorng-Shyong Ong, Yi Luen Li (2015)

Gambar 2. 2
KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN CHORNG-SHYONGONG, YI LUEN LI (2015)

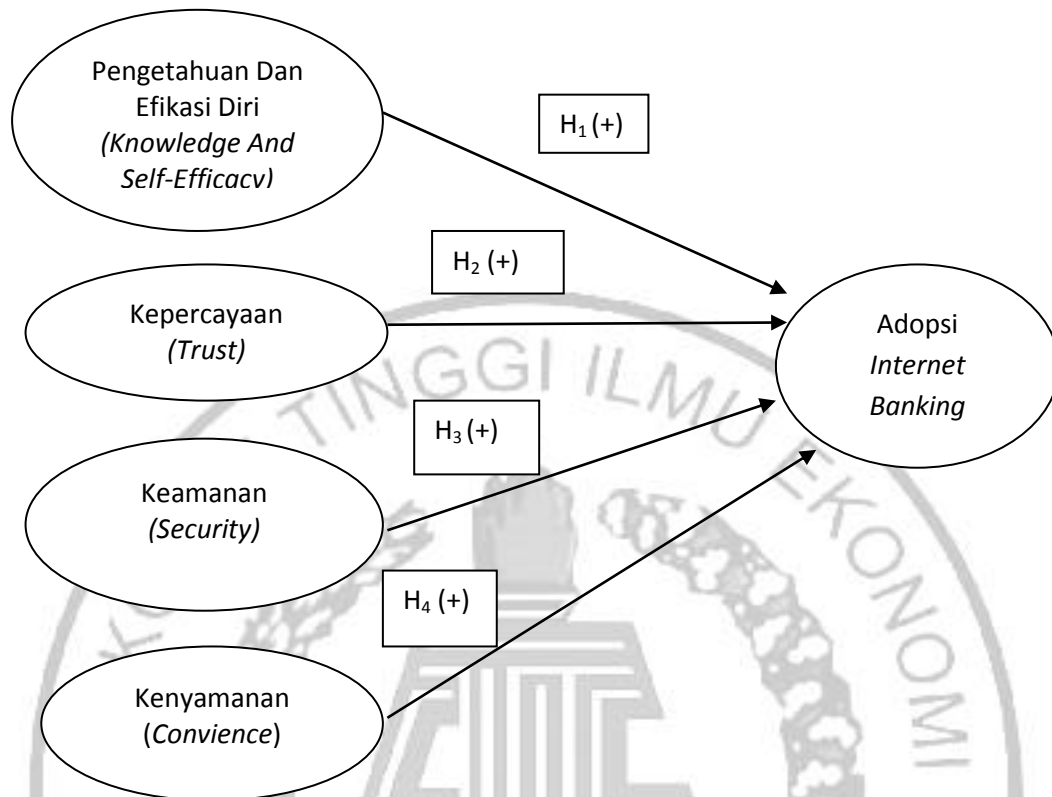
Berdasarkan hasil analisis, temuan pada penelitian ini mengungkapkan bahwa keamanan dan kepercayaan memiliki hubungan yang signifikan positif dalam mengadopsi *internet banking*. Risiko yang dirasakan berpengaruh tidak signifikan terhadap adopsi *internet banking*.

Persamaan penelitian terdahulu dengan yang dilakukan saat ini adalah bahwa penelitian yang dilakukan mengambil 2(Dua) variabel yaitu keamanan dan kepercayaan. Selain itu, terdapat persamaan pada instrument ini menggunakan skala likert. Penguji hipotesis menggunakan SmartPLS.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu terletak pada obyek penelitian dan jumlah responden. Pada penelitian terdahulu yang menjadi obyek penelitian adalah para mahasiswa universitas di Taiwan, sedangkan penelitian yang saat ini dilakukan yang menjadi obyek penelitian adalah nasabah yang menggunakan *internet banking* BCA dalam transaksi *e-commerce* di Surabaya. Pada penelitian terdahulu jumlah responden sebanyak 362 responden, sedangkan penelitian yang akan dilakukan saat ini sebanyak 110 responden.

2.1.3 Mathavi Massilamany, Dineswary Nadarajan (2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Mathavi M. dan Dineswary N. dengan judul "*Factors That Influencing Adoption Of Internet Banking In Malaysia*" ini menggunakan 4(Empat) variabel yaitu pengetahuan dan efikasi diri, kepercayaan, keamanan dan kenyamanan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *internet banking* di Malaysia. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan teknik sampling yang digunakan simple random untuk mendistribusikan kuesioner survey, untuk ukuran sampel sebanyak 200 responden di sekitar Malaysia.



Sumber: Mathavi Massilamany dan Dineswary Nadarajan (2017).

Gambar 2.3
KERANGKA PEMIKIRAN MATHAVI MASSILAMANY DAN
DINESWARY NADARAJAN (2017)

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan efikasi diri, kepercayaan, keamanan dan kenyamanan memiliki hubungan dengan adopsi *internet banking*. Semua variabel independen (pengetahuan dan efikasi diri, kepercayaan, keamanan dan kenyamanan) memiliki hubungan positif dengan adopsi *internet banking*.

Persamaan penelitian terdahulu dan yang dilakukan saat ini adalah mengambil satu variabel yaitu keamanan. Selain itu terdapat persamaan pada instrument yang digunakan berupa kuesioner.

Perbedaan antara peneliti terdahulu dengan yang dilakukan saat ini yaitu terletak pada obyek penelitian dan jumlah responden. Penelitian terdahulu yang menjadi obyek penelitian adalah nasabah di sekitar Malaysia, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini adalah nasabah pengguna *internet banking* BCA dalam transaksi *e-commerce* di Surabaya. Pada penelitian terdahulu jumlah responden sebanyak 200 responden, sedangkan pada penelitian yang dilakukan saat ini sebanyak 110 responden.

Secara garis besar, perbedaan dan persamaan penelitian dapat disimpulkan pada tabel dibawah ini, sebagai berikut:

Tabel 2.1
PERBEDAAN DAN PERSAMAAN PENELITIAN

Peneliti	Muhammad Ali Nasir, Junjie Wu, Milton Yago, dan Haohong Li (2015)	Chorng-Shyong Ong, dan Yi Luen Li (2015)	Mathavi Massilamany dan Dineswary Nadarajan (2017)	Rafidah Almas Mauludiyah
Judul	“Influence of Psychographics and Risk Perception on <i>Internet Banking</i> Adoption: Current State of Affairs in Britain”	“Security, Risk, and Trust in Individuals <i>Internet Banking</i> Adoption”	“Factors That Influencing Adoption of <i>Internet Banking</i> in Malaysia”	“Pengaruh Keamanan, Kepercayaan dan Kegunaan Bagi Nasabah Terhadap Adopsi <i>Internet Banking</i> BCA Dalam Transaksi <i>E-Commerce</i> di Surabaya”
Variabel Independen	Kegunaan, Kemudahan yang Dirasakan, Risiko Keamanan, Risiko Privasi, Risiko Kinerja, Risiko Keuangan dan Risiko Sosial	Keamanan	Pengetahuan dan Efikasi Diri, Keamanan, Kepercayaan, dan Kenyamanan	Keamanan dan Kegunaan
Variabel Intervening	Sikap Nasabah	Kepercayaan dan Risiko	-	Kepercayaan
Variabel Dependen	Adopsi <i>Internet Banking</i>	Adopsi <i>Internet Banking</i>	Adopsi <i>Internet Banking</i>	Adopsi <i>Internet Banking</i>
Populasi	Inggris	Taiwan	Malaysiae	Nasabah Pengguna

				<i>Internet Banking</i> BCA dalam transaksi <i>e-commerce</i> di Surabaya
Sampel	Nasabah di Bank United Kingdom(UK)	Mahasiswa Universitas di Taiwan	Nasabah di sekitar Malaysia	Nasabah Pengguna <i>Internet Banking</i> BCA dalam transaksi <i>E-Commerce</i> di Surabaya
Data dan Metode Pengumpulan Data	Data Primer dan Metode Survei Kuesioner	Data Primer dan Metode Survei Kuesioner	Data Primer dan Metode Survei Kuesioner	Data Primer dan Metode Survei Kuesioner
Teknik Analisis	Analisis Regresi Linier	SmartPLS	Analisis Regresi Linier	WarpPLS
Pengumpulan Sampel	<i>Random Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Random Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>
Hasil	Penelitian menunjukkan bahwa kegunaan dan kemudahan secara positif mempengaruhi adopsi internet banking, sedangkan risiko keamanan, risiko keuangan, risiko kinerja, dan risiko sosial secara negatif mempengaruhi sikap nasabah terhadap penggunaan internet banking.	Penelitian menunjukkan bahwa keamanan dan kepercayaan memiliki hubungan yang signifikan positif dalam adopsi internet banking, sedangkan risiko berpengaruh tidak signifikan terhadap adopsi internet banking.	Penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan dan efikasi diri, keamanan, kepercayaan, dan kenyamanan memiliki hubungan positif dengan adopsi internet banking	Penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan, kepercayaan dan kegunaan bagi nasabah memiliki hubungan positif signifikan terhadap adopsi internet banking BCA dalam transaksi <i>e-commerce</i> di Surabaya.

Sumber: Muhammad Ali Nasir, et al (2015); Chorn-Shyong Ong, Yi Luen Li (2015); Mathavi Massilamany dan Dineswary Nadarajan (2017).

2.2. Landasan Teori

Pada sub bab ini akan diuraikan teori-teori yang mendukung nantinya akan digunakan sebagai dasar untuk menyusun kerangka penelitian maupun merumuskan hipotesis:

2.2.1 Adopsi Internet Banking

Adopsi didefinisikan sebagai orang yang membuat keputusan untuk menjadi user dari sebuah layanan atau produk tersebut. (Karjaluoto ,et al., dalam Ali Nasir, *et al* 2015: 463). Adopsi (Adoption) adalah keputusan seseorang untuk menjadi pengguna tetap sebuah produk (Kotler & Keller, 2009:308). Menurut Tatik Suryani (2013:241), mengenai proses adopsi mengikuti tahapan AIETA dengan pendekatan tradisional yaitu *Awareness* (Kesadaran), *Interest* (Manaruh Minat), *Evaluation* (Penilaian), *Trial* (Percobaan), dan *Adoption* (Penerimaan) yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tahap *Awareness* (Kesadaran), yaitu nasabah mengetahui informasi tentang sistem pembayaran elektronik dalam melakukan transaksi dengan mudah, tetapi nasabah yang menerima informasi mengenai sistem pembayaran tersebut terbatas.
2. Tahap *Interest* (Menaruh Minat), pada tahapan ini nasabah mulai menaruh minat terhadap sistem pembayaran elektronik dan mencari informasi lebih mengenai sistem pembayaran elektronik.
3. Tahap *Evaluation* (Penilaian), pada tahapan ini nasabah malakukan penilaian terhadap informasi yang telah diperoleh dan mencoba mengaitkan dengan kondisi kebutuhan nasabah sebelum memutuskan untuk menggunakan sistem pembayaran yang berbasis teknologi.
4. Tahap *Trial* (Percobaan), pada tahap ini nasabah menggunakan atau mencoba sistem pembayaran berbasis teknologi untuk memastikan

kegunaannya dan kemampuan sistem pembayaran elektronik dalam memenuhi harapan nasabah.

5. Tahap *Adoption* (Penerimaan), pada tahap ini nasabah berdasarkan evaluasinya selama mencoba sistem pembayaran elektronik dan merasakan hasilnya sesuai dengan harapan sehingga nasabah akan memutuskan untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik dalam melakukan transaksi.

Adopsi *internet banking* dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut:

1. Nasabah bermaksud terus menggunakan internet banking di masa depan.
2. Nasabah berharap penggunaan internet banking tetap berlanjut di masa mendatang.
3. Nasabah akan sangat merekomendasikan penggunaan internet banking pada orang lain.

2.2.2 Keamanan

Menurut Shyong Ong dan Lue Lin (2015 : 346) mendefinisikan keamanan merupakan perhatian utama yang berkontribusi pada keinginan individu untuk mengadopsi layanan online, karena peningkatan keamanan untuk layanan yang disediakan oleh penyedia online akan membantu mengurangi ketidakpastian layanan, penurunan risiko yang dirasakan, bahkan meningkatkan tingkat adopsi.

Menurut Raza, *et al.* dalam Abu-Assi, *et al.* (2014 : 177) ada 3(tiga) indikator-indikator yang mengukur tingkat keamanan meliputi:

1. Bank melakukan otoritas username dan password untuk mengamankan data
2. Transaksi melalui *internet banking* bersifat pribadi dan aman
3. Merasa puas dengan sistem keamanan layanan *internet banking*.

Menurut Casalo *et al.*, dalam Zahid, *et al.* (2010 : 47) dilihat dari sudut pandang konsumen, keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan online.

Keamanan dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut:

1. Saya percaya pada internet banking seperti pada banknya.
2. Saya tidak khawatir pada keamanan internet banking.
3. Masalah keamanan tidak berpengaruh pada keamanan internet banking.

2.2.3 Kepercayaan

Menurut ShyongOng dan Lue Lin (2015 : 345) kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan individu dalam kemampuan, dan integritas untuk mengaplikasikan sebuah layanan internet bank. Kepercayaan adalah suatu pertimbangan penting dalam pengembangan dan pembinaan hubungan *E-Commerce* dalam konteks ekonomi berbasis pengetahuan (Angenu Benjamin B., et al 2015:185). Kepercayaan telah ditemukan sebagai faktor yang mempengaruhi adopsi pengguna di banyak layanan seperti layanan berita online, internet banking, dan situs web. Kepercayaan terdiri dari kepercayaan awal dan kelanjutan. Kepercayaan awal anda relatif terhadap hubungan pengguna pada tahap pertama pengembangan kepercayaan. Banyak faktor telah ditemukan mempengaruhi

kepercayaan awal salah satunya yaitu terkait dengan situs web. Untuk membangun kepercayaan awal, sebagian besar pengguna yang bergantung pada kualitas pengalaman situs web bank (dalam penelitian Massilamany, 2017;127).

Kepercayaan dalam penelitian diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut:

1. Menggunakan internet banking adalah bisa dipercaya.
2. Percaya bahwa transfer uang melalui internet banking aman.
3. Transaksi melalui internet banking akan selalu transparan sesuai peraturan.
4. Bank segera menginformasikan jika terjadi kesalahan pada transaksi nasabah.
5. Percaya bahwa transfer uang melalui internet banking dapat diandalkan.

2.2.4 Kegunaan

Menurut Jogiyanto (2007 : 114) kegunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Menurut Davis dalam I Gusti dan I Ketut (2016 : 366) pengukuran konstruk kegunaan terdiri dari:

1. Menjadikan pekerjaan lebih cepat(*Work More Quickly*)
2. Bermanfaat(*Useful*)
3. Menambah produktivitas(*Increase Productivity*)
4. Meningkatkan efektivitas(*Enhance Effectiveness*), dan
5. Mengembangkan kinerja pekerjaan(*Improve Job Performance*).

Kegunaan dalam penelitian diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut:

1. Internet banking mempercepat transaksi perbankan nasabah.
2. Internet banking membantu mempermudah penyelesaian transaksi nasabah.
3. Internet banking bermanfaat bagi transaksi perbankan nasabah.
4. Secara keseluruhan, menggunakan internet banking adalah menguntungkan.

2.2.5 Pengaruh Keamanan terhadap Kepercayaan

Menurut ShongOng dan Lue Lin (2015:346) keamanan merupakan perhatian utama yang berkontribusi pada keinginan nasabah untuk mengadopsi layanan online. Peningkatan keamanan untuk layanan yang disediakan oleh penyedia layanan online akan membantu mengurangi ketidakpastian layanan, penurunan risiko yang dirasakan sehingga meningkatkan kepercayaan. Keamanan memiliki efek yang kuat dan langsung pada kepercayaan, dan memiliki pengaruh langsung pada kepercayaan dengan mengurangi risiko yang dirasakan. Keamanan tidak hanya mengurangi risiko tetapi juga meningkatkan kepercayaan dalam konteks internet perbankan, yang memungkinkan untuk tingkat adopsi yang lebih tinggi. Penelitian terdahulu menunjukkan keamanan memiliki dampak positif terhadap kepercayaan.

2.2.6 Pengaruh Keamanan terhadap Adopsi *Internet Banking*

Menurut ShyongOng dan Lue Lin (2015:347) keamanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi nasabah terhadap adopsi internet perbankan.

Pelaksanaan mekanisme keamanan informasi baru dapat mencegah sebuah internet bank dari serangan berbahaya, memastikan kerahasiaan informasi sensitive dan melakukan transaksi dengan benar. Akibatnya, kekhawatiran nasabah terhadap adanya risiko berkurang dan nasabah akan menggunakan *internet banking* dengan meningkatkan kemampuan, kebajikan dan integritas dari sebuah internet bank untuk menyelesaikan transaksi. Keamanan juga adalah faktor penting yang mempengaruhi individu untuk mengadopsi internet perbankan. Oleh karena itu, pengelolaan internet perbankan harus menempatkan penekanan lebih agar meningkatkan keamanan bagi individu. Menurut Massilamany (2017:131) keamanan telah mempunyai kontribusi terkuat kedua untuk adopsi internet banking karena pengguna merasa lebih percaya diri tentang aspek keamanan, ada banyak pengamanan yang dikembangkan dengan teknologi saat ini. Dengan teknologi saat ini, internet banking mampu menjaga informasi pribadi pengguna internet dengan cara meningkatkan program keamanan di website.

2.2.7 Pengaruh Kepercayaan terhadap Adopsi *Internet Banking*

Menurut ShyongOng dan Lue Lin (2015:345) Konsep kepercayaan dibagi menjadi 2 (dua): mempercayai keyakinan dan mempercayai niat. Kepercayaan di definisikan sebagai keyakinan individu dalam kemampuan dan integritas untuk sebuah layanan internet bank. Kepercayaan nasabah bisa didapat dari pengetahuan tentang penggunaan layanan online seperti: *E-Commerce*, investasi online, dan lain-lain. Di sektor internet perbankan, kepercayaan telah terbukti sebagai faktor utama individu terhadap adopsi *internet banking*. Dalam penelitian sebelumnya, kepercayaan telah dilihat sebagai faktor penting yang memiliki pengaruh adopsi

layanan online pada individu. Kepercayaan individu pada *internet banking* menentukan adopsi mereka. Fakta bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang spesifik berdasarkan individu adopsi *internet banking* yang telah terbukti di penelitian sebelumnya.

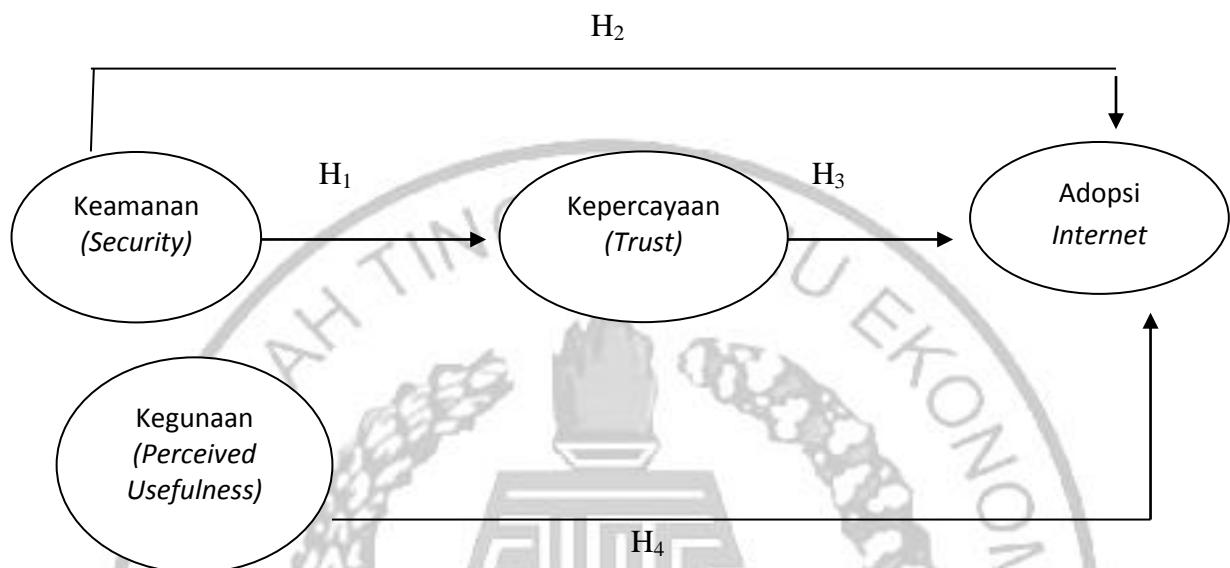
2.2.8 Pengaruh Kegunaan terhadap Adopsi *Internet Banking*

Menurut Ali Nasir, *et al.* (2015:463) Kegunaan adalah elemen utama bagi potensi pengguna yang perlu dipertimbangkan dalam membuat keputusan apakah iya atau tidak untuk mengadopsi teknologi baru seperti *internet banking*. Hal ini karena pengguna memiliki keyakinan bahwa kegunaan sistem tertentu bisa meningkatkan penampilan pekerjaan nasabah. Hasil dapat dengan jelas memberikan kesempatan implementasi kebijakan bank dan penyedia *internet banking* yang di satu sisi, bank harus terus meningkatkan fungsi *internet banking* dan layanan untuk meningkatkan penggunaan dan nilai dalam rangka untuk mempertahankan pelanggan *internet banking* saat ini dan menarik potensi pengguna *internet banking* yang baru. Hasil menunjukkan bahwa kegunaan dan kemudahan secara konsisten mempunyai dampak positif yang signifikan terhadap keputusan pengadopsian *internet banking*.

2.3. Kerangka Pemikiran

Dalam melakukan transaksi *E-Commerce* perlu dibutuhkan media pembayaran yang bisa memberikan layanan yang mudah bagi nasabah. untuk mengetahui apakah layanan tersebut sudah efektif dan efisien maka dapat disimpulkan bahwa keamanan, kepercayaan dan kegunaan berpengaruh terhadap

adopsi *internet banking*. kerangka pemikiran tersebut dapat digambarkan dengan bagan dibawah ini:



Sumber: Muhammad Ali Nasir, et al. (2015), Chorng-Shyong Ong, Yi Luen Lin (2015), dan Mathavi dan Dineswary (2017).

Gambar 2.4
KERANGKA PEMIKIRAN

2.4. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pertimbangan dari teori pengaruh keamanan, kepercayaan, dan kegunaan diatas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepercayaan dalam transaksi *E-Commerce* di Surabaya.

H₂: Keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *internet banking* BCA dalam transaksi *E-Commerce* di Surabaya.

H₃: Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *internet banking* BCA dalam transaksi *E-Commerce* di Surabaya.

H₄: Kegunaan bagi nasabah berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi *internet banking* BCA dalam transaksi *E-Commerce* di Surabaya.

