

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.1 Johan Nawawi (2012)

Penelitian yang diangkat oleh Johan Nawawi ini berjudul “Analisis *Perceived Usefulness, Perceived Risk dan Trust* Terhadap Pemanfaatan ATM Bagi Nasabah”.

Tujuan dari penelitian yang diangkat oleh Johan Nawawi ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengaruh persepsi atas daya guna (*Perceived Usefulness*), persepsi atas risiko (*Perceived Risk*) dan kepercayaan (*Trust*) terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah BNI Semarang. Metode yang digunakan dalam penelitiannya adalah model purposive sampling. Dimana Johan Nawawi membagikan kuisioner kepada seluruh nasabah Bank BNI yang pernah menggunakan ATM dan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Johan Nawawi yang diperoleh adalah bahwa secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *perceived usefulness* terhadap pemanfaatan ATM BNI oleh nasabah; secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan antara *perceived risk* terhadap pemanfaatan ATM BNI oleh nasabah; secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *trust* terhadap pemanfaatan ATM BNI oleh nasabah.

Lydia Ari Widyarini dan A Yan Wellyan Toni Putro, 2008 dalam Johan Nawawi (2012) menjelaskan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel bebas, yaitu persepsi atas daya guna, Risiko dan Kepercayaan. Widi, Grace dan Syahrir, 2007 dalam Johan Nawawi (2012) menjelaskan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel terikat yaitu Pemanfaatan menggunakan ATM.

Persamaan dari penelitian Johan Nawawi dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama melakukan penelitian tentang pengaruh persepsi nasabah terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah dan teknik analisis data yang digunakan menggunakan model regresi linier berganda.

Perbedaan dari penelitian Johan Nawawi dengan penelitian yang sekarang adalah terletak pada variabel *independent* yang digunakan. Pada penelitian sekarang variabel *independent* yang digunakan yaitu persepsi atas risiko, kepercayaan dan persepsi atas kemudahan penggunaan. Sedangkan pada penelitian terdahulu variabel *independent* yang digunakan adalah persepsi atas daya guna, persepsi risiko dan kepercayaan.

2.1.2 Shahram Gilaninia, Arman Fattahi, Seyyed Javad Mousavian (2011)

Penelitian yang diangkat oleh Shahram Gilaninia, Arman Fattahi dan Seyyed Javad Mousavian tahun 2011 berjudul “*Behavioral Factors Tend to Use the Internet Banking Services Case study: System (SABA) the Melli Bank, Iran, Ardabil*”.

Dimana penelitian terdahulu ini mengangkat permasalahan tentang berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah yang cenderung menggunakan layanan internet oleh nasabah internet banking. Dalam teknis analisis data, obyek penelitian yang dituju oleh peneliti adalah nasabah dari cabang-cabang Bank Melli (Ardabil, Iran) yang diambil sebanyak 384 nasabah dari cabang-cabang Bank Melli dengan cara membagikan kuesioner dengan menggunakan metode cluster sampling dan teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan uji ANOVA. Variabel bebas yang digunakan oleh peneliti adalah persepsi nasabah terhadap kemudahan penggunaan, persepsi nasabah terhadap daya guna, persepsi nasabah terhadap keamanan. Sedangkan variabel terikat penelitian tersebut adalah kecenderungan sikap nasabah dalam menggunakan internet banking. Hasil dari penelitian tersebut adalah perlu mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan orang untuk menggunakan layanan internet banking diperlukan, karena bantuan ke industri perbankan dalam mengembangkan strategi pemasaran untuk mempromosikan bentuk-bentuk baru dari sistem perbankan elektronik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan kebutuhan. Jadi penelitian dilakukan dan hasil pengujian hipotesis dapat ditawarkan saran berikut. Besarnya persepsi kemudahan , kegunaan yang dirasakan dan keamanan yang dirasakan oleh pelanggan lebih tinggi bahwa mereka akan lebih cenderung menggunakan layanan perbankan elektronik.

Tabel 2.1
PERBANDINGAN PENELITIAN TERDAHULU DENGAN PENELITIAN
SEKARANG

Keterangan	Johan Nawawi (2012)	Shahram Gilaninia, Arman Fattahi, Seyyed Javad Mousavian (2011)	Peneliti Sekarang (2014)
Variabel Independen	Daya guna (<i>perceived usefulness</i>), Risiko (<i>perceived risk</i>) dan Kepercayaan (<i>trust</i>)	<i>Individual perceptions about use of ease, Individual perceptions about use of usefulness, Individual perceptions about use of security</i>	Persepsi atas risiko, Kepercayaan, dan Persepsi atas kemudahan penggunaan
Variabel Dependen	Pemanfaatan ATM bagi nasabah	Behavior tends to use Internet Banking	Pemanfaatan ATM bagi nasabah bank mandiri di surabaya
Alat Analisis	Regresi Linier Berganda	Anova	Regresi Linier Berganda
Instrumen Penelitian	Kuisisioner	Kuisisioner	Kuisisioner
Teknik Sampling	Model <i>purposive sampling</i>	Metode <i>cluster sampling</i>	<i>Judgment Sampling</i>
Jumlah Responden	150	384	100
Pengukuran	-	-	Skala Likert 5 Point
Objek Penelitian	Nasabah Bank BNI yang pernah menggunakan ATM	Nasabah Bank Melli	Nasabah bank mandiri di surabaya
Lokasi	Semarang	Iran	Surabaya
Hasil	Hasil pengujian diperoleh bahwa secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara <i>perceived usefulness</i> terhadap	Secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi kemudahan, persepsi daya guna, dan persepsi keamanan terhadap penggunaan layanan	Hasil pengujian diperoleh bahwa secara parsial persepsi risiko berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah Bank Mandiri di

	<p>pemanfaatan ATM BNI oleh nasabah; secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan antara <i>perceived risk</i> terhadap pemanfaatan ATM BNI oleh nasabah; secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara <i>trust</i> terhadap pemanfaatan ATM BNI oleh nasabah</p>	<p>perbankan elektronik.</p>	<p>Surabaya, secara parsial kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah Bank mandiri di Surabaya, secara parsial persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah Bank Mandiri di Surabaya, dan secara simultan persepsi risiko, kepercayaan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah Bank Mandiri di Surabaya</p>
--	--	------------------------------	--

Sumber : Johan Nawawi (2012) dan Shahram Gilaninia, Arman Fattahi, Seyyed Javad Mousavian (2011), diolah.

2.2 Landasan Teori

Berikut ini akan dijabarkan teori-teori yang mendasari penelitian ini, yaitu ATM (*Automatic Teller Machine*), Persepsi atas risiko, Kepercayaan, dan persepsi atas kemudahan penggunaan.

2.2.1 Persepsi atas risiko

Risiko adalah suatu keadaan *uncertainty* yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara *online*, Johan Nawawi. Istilah risiko dapat juga dalam arti benda atau objek pertanggung jawaban dan bencana

atau bahaya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, “Risiko adalah kemungkinan terjadinya peristiwa yang dapat merugikan perusahaan.” Seseorang cenderung mendefinisikan situasi berisiko apabila mengalami kerugian akibat jeleknya suatu keputusan, khususnya jika kerugian tersebut berdampak pada situasi keuangannya.

Menurut Dowling dan Staelin, Pavlou (2001) dalam Johan Nawawi (2012), mendefinisikan Risiko adalah “Perkiraan kalau risiko itu meningkat dari sekedar informasi sampai pada keputusan pembelian produk (transaksi), risiko diasosiasikan dengan kepercayaan.” Disini kepercayaan akan mendorong konsumen untuk mengambil risiko, dan hasil dari pembangunan kepercayaan akan menurunkan kesan risiko.

Persepsi risiko didefinisikan oleh Oglethorpe (1994) dalam Johan Nawawi (2012) sebagai persepsi konsumen tentang ketidakpastian dan konsekuensi negatif, yang mungkin diterima konsumen atas pembelian suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Assael (1998) menyatakan, bahwa persepsi risiko menjadi salah satu komponen penting dalam pemrosesan informasi yang dilakukan oleh konsumen. Konsumen akan semakin terdorong untuk mencari tambahan informasi ketika dihadapkan pada pembelian produk dengan risiko tinggi. Sumber: <http://karistantya.blogspot.com/> diakses pada tanggal 8 Oktober 2014 pukul 13.30.

Dalam penelitian ini indikator risiko dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko dari penggunaan ATM, diharapkan tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko akan

berdampak positif pada pemanfaatan konsumen untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan (Johan Nawawi, 2012).

2.2.2 Kepercayaan

Kepercayaan merupakan faktor penting bagi konsumen untuk memutuskan akan melakukan transaksi secara *online* atau tidak. Menurut Steward, dkk, (2001) dalam Pavlou (2001) faktor kepercayaan dalam *e-commerce* adalah perkiraan subyektif dimana konsumen percaya mereka dapat melakukan transaksi *online* secara konsisten sesuai dengan yang diharapkan.

Teori Kepercayaan menurut para ahli :

(1) Das dan Teng (1998) memberikan definisi atau pengertian kepercayaan (*trust*) sebagai derajat di mana seseorang yang percaya menaruh sikap positif terhadap keinginan baik dan keandalan orang lain yang dipercayanya di dalam situasi yang berubah ubah dan beresiko.

(2) Rousseau et al, (1998) memberikan definisi atau pengertian kepercayaan sebagai bagian psikologis yang terdiri dari keadaan pasrah untuk menerima kekurangan berdasarkan harapan positif dari niat atau perilaku orang lain.

(3) Mayer (1995) memberikan definisi kepercayaan dalam definisi yang lain dinyatakan sebagai keinginan suatu pihak untuk menjadi pasrah/menerima tindakan dari pihak lain berdasarkan pengharapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan sesuatu tindakan tertentu yang penting bagi pihak yang memberikan kepercayaan, terhadap kemampuan memonitor atau mengendalikan pihak lain.

(4) Doney *et.al.* (1998) memberikan definisi atau pengertian kepercayaan sebagai sesuatu yang diharapkan dari kejujuran dan perilaku kooperif yang berdasarkansaling berbagi norma-norma dan nilai yang sama.

Dari pengertian kepercayaan di atas didapat dari <http://sriwijayanti.wordpress.com/> diakses pada tanggal 8 Oktober 2014 pukul 13.24

Kepercayaan tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Jika suatu kepercayaan dapat terjadi di antara kedua pihak yang bersangkutan, maka hal tersebut dapat dengan mudah meningkatkan minat para pemakai dalam hal ini adalah nasabah. Jika seorang konsumen dapat percaya dan yakin akan suatu kinerja sebuah sistem baik, maka konsumen akan menggunakan dan menganggap sebuah sistem tersebut akan menghasilkan hasil yang positif bagi para penggunanya.

Indikator kepercayaan pada penelitian ini adalah kepercayaan pada penyelenggaraan transaksi *online* dalam perbankan dan kepercayaan pada mekanisme operasional dari transaksi yang telah dilakukan. Upaya yang tinggi harus dilakukan oleh penyelenggara transaksi ATM agar kepercayaan konsumen semakin tinggi, karena kepercayaan merupakan pengaruh besar pada pemanfaatan konsumen untuk melakukan transaksi secara *online* atau tidak melakukannya (Johan Nawawi, 2012).

2.2.3 Persepsi atas kemudahan penggunaan

Menurut Davis (1989) dalam Johan Nawawi (2012), Persepsi atas kemudahan penggunaan merupakan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami

dan digunakan. Definisi tersebut juga didukung oleh Wibowo (2006) yang menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.

Persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor. Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, contohnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis. Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme pendukung yang handal. Mekanisme yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.

Persepsi seseorang yang berkaitan dengan kemudahan dalam penggunaan teknologi merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari kesalahan. Persepsi ini kemudian akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi (Igbaria, 2000). Jadi, indikator kemudahan penggunaan pada

penelitian ini adalah kemudahan pada saat mempelajari dan mengoperasikan transaksi *online* perbankan.

2.2.4 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Pemanfaatan ATM

Risiko adalah suatu keadaan *uncertainty* yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara *online*, Johan Nawawi. Menurut Pavlou, 2001 dalam Johan Nawawi (2012) Risiko didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil yang diinginkan. Dalam penelitian ini indikator risiko dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko dari penggunaan ATM. Sehingga diharapkan tindakan yang dapat dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko akan berdampak positif pada pemanfaatan konsumen dalam menggunakan teknologi yang ditawarkan.

Pada penelitian Johan Nawawi (2012), hubungan risiko terhadap pemanfaatan dalam menggunakan ATM berdampak negatif, dimana konsumen atau nasabah akan semakin tinggi dalam pemanfaatan ATM apabila yang diterima mereka rendah dalam melakukan transaksi dalam suatu sistem perbankan. Sehingga dalam penelitian ini persepsi risiko berdampak negatif mengindikasikan bahwa semakin besar risiko yang akan ditanggung oleh konsumen atau nasabah maka akan menurunkan pemanfaatan ATM, sedangkan semakin rendah risiko yang diterima oleh konsumen atau nasabah maka akan meningkatkan pemanfaatan ATM. Hal ini dibuktikan dengan adanya hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan antara persepsi risiko terhadap pemanfaatan ATM oleh nasabah.

2.2.5 Pengaruh Kepercayaan terhadap Pemanfaatan ATM

Kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya tersebut akan melakukan tindakan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan kata lain, kepercayaan itu akan mengukur apakah seseorang dapat mempercayai pihak lain sebagai pihak yang dapat dipercaya.

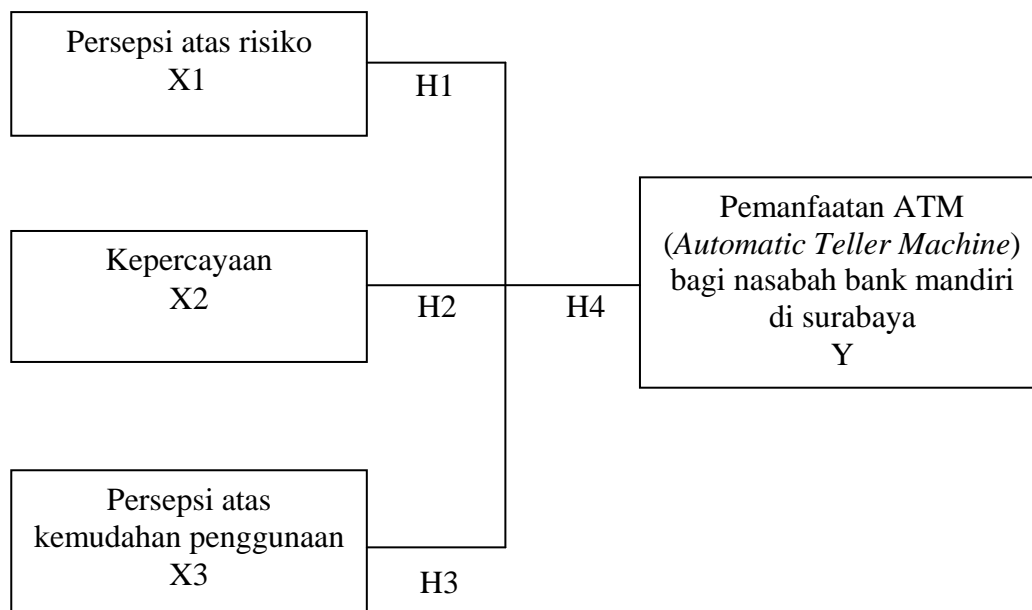
Kepercayaan yang dimaksud pada penelitian ini adalah kepercayaan pada penyelenggara transaksi *online* dan kepercayaan terhadap mekanisme operasional dari transaksi yang dilakukan. Pada penelitian Johan Nawawi (2012), hubungan kepercayaan terhadap pemanfaatan nasabah dalam menggunakan ATM sangat positif, dimana tingkat seseorang akan percaya dalam melakukan transaksi secara konsisten sesuai dengan yang diharapkan. Sehingga dalam penelitian ini kepercayaan akan memberikan dampak positif mengindikasikan bahwa semakin besar kepercayaan konsumen atau nasabah dalam penggunaan ATM maka akan semakin meningkatkan pemanfaatan ATM, sedangkan semakin rendah kepercayaan konsumen atau nasabah dalam penggunaan ATM maka akan semakin rendah pula pemanfaatan ATM. Hal ini dibuktikan dengan adanya hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap pemanfaatan ATM oleh nasabah.

2.2.6 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Pemanfaatan ATM

Persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa, teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Jika konsumen merasa percaya bahwa sistem tersebut berguna maka konsumen akan bereaksi positif terhadap sistem tersebut dan akan menggunakannya. Sebaliknya, jika konsumen merasa percaya bahwa sistem tersebut kurang berguna maka konsumen tidak akan menggunakannya.

Pada penelitian Shahram Gilaninia, Arman Fattahi, Seyyed Javad Mousavian (2001), hubungan kemudahan penggunaan terhadap pemanfaatan nasabah dalam menggunakan ATM sangat positif, dimana tingkat seseorang percaya dan meyakini dalam melakukan transaksi dengan ATM dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Sehingga dalam penelitian ini persepsi kemudahan penggunaan akan memberikan dampak positif mengindikasikan bahwa semakin besar persepsi atas kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh konsumen atau nasabah dalam penggunaan ATM maka akan semakin meningkatkan pemanfaatan ATM, sedangkan semakin rendah persepsi atas kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh konsumen atau nasabah dalam penggunaan ATM maka akan semakin rendah pula pemanfaatan ATM.

2.3 Kerangka Pemikiran



Sumber : Johan Nawawi (2012) dan Shahram Gilaninia, Arman Fattahi, Seyyed Javad Mousavian (2011), diolah.

Gambar 2.1
KERANGKA PEMIKIRAN

2.4 Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah :

1. H1= Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap pemanfaatan ATM bagi nasabah bank Mandiri di Surabaya.
2. H2= Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM bagi nasabah bank Mandiri di Surabaya.
3. H3= Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM bagi nasabah bank Mandiri di Surabaya.

4. H4= Persepsi Risiko, Kepercayaan dan Persepsi kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan ATM bagi nasabah bank Mandiri di Surabaya.