

MODEL ADOPSI DAN PENGGUNAAN ELECTRONIC BANKING (Studi pada Nasabah Pengguna E-Banking di Kota Palembang)

Heri Setiawan¹

Abstract

This study aims to determine the factors that influence the adoption and use of electronic banking. The framework was developed based on the Technology Acceptance Model developed by Davis and the Diffusion of Innovation developed by Rogers and combined with self-efficacy, risk, and trust. This study uses data collected and processed from the list of questions. The population are customers of BCA, Bank Mandiri, Bank BNI in Palembang. Based on the population obtained a sample of 175 respondents. Sample selection techniques using Purposive Sampling method. Analysis using the approach of path analysis that use to explain the value of the independent variable on the dependent variable. The results showed that the perceived ease of use have a positive effect on the intention of use electronic banking. Perceived usefulness have a positive effect on the intention of use electronic banking. self-efficacy have a positive effect on the intention of use electronic banking. Perception of perceived risk negatively affect on the intentions of use electronic banking. Trust have a positive effect on the intention of use electronic banking. Intention of use has a positive effect on the actual use of electronic banking.

Keywords: *Adoption, electronic banking, TAM, trust, risk, self efficacy*

PENDAHULUAN

Selama beberapa dekade terakhir teknologi informasi telah mempengaruhi industri perbankan dan telah memberikan strategi bagi suatu bank untuk membedakan produk dan layanan mereka dengan bank lain. Selama lebih dari 200 tahun bank-bank menggunakan operasi berbasis cabang tetapi dengan munculnya berbagai teknologi dan aplikasi merubah sifat layanan keuangan yang diberikan kepada nasabah. Sebagai contoh, Anjungan Tunai Mandiri (ATM) telah menggantikan peran kasir, penggunaan telepon oleh *call center* menggantikan peran kantor cabang, internet menggantikan surat konvensional, kartu kredit dan penarikan uang tunai secara elektronik menggantikan transaksi di bank. Alasan pokok yang melatar belakangi penggunaan teknologi informasi karena bank akan mendapatkan berbagai keuntungan dengan menyediakan layanan perbankan secara elektronik. Cara ini akan membuat bank akan dapat menekan biaya transaksi yang lebih rendah, pengembangan wilayah bisnis yang lebih luas dan juga meningkatkan efisiensi dalam aktivitas harian perbankan. Saat ini, bank dihadapkan dengan lingkungan bisnis yang kompetitif dan agar berhasil dalam persaingan pasar, bank harus menawarkan beragam produk dengan teknologi terbaru.

Oleh karena itu, banyak bank dan lembaga keuangan secara aktif mengembangkan produk baru untuk perbankan elektronik bagi nasabah mereka di seluruh dunia. Penggunaan teknologi informasi dalam perusahaan jasa berperan mengurangi biaya dan menghilangkan ketidakpastian. Di sektor jasa, teknologi telah digunakan untuk standarisasi pelayanan dengan mengurangi interaksi antara karyawan dengan pelanggan.

¹ Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya | e-mail : setyawanheri@yahoo.com

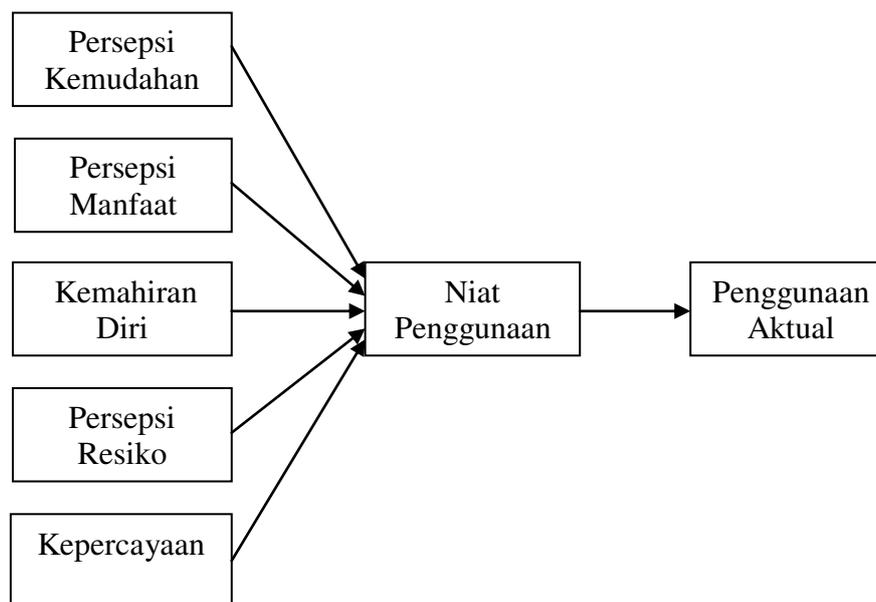
Sebagian besar pelanggan saat ini lebih memilih pengiriman layanan berbasis teknologi. Tren penggunaan teknologi dalam pelayanan pelanggan yang sedang berkembang menimbulkan beberapa masalah penting tentang dampak teknologi terhadap kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan.

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di perbankan nasional relatif lebih maju dibandingkan sektor lainnya. Di Indonesia, *internet banking* telah diperkenalkan pada konsumen perbankan sejak beberapa tahun lalu. Beberapa bank besar baik BUMN atau swasta Indonesia yang menyediakan layanan tersebut antara lain BCA, Bank Mandiri, BNI, BII, Lippo Bank, Permata Bank dan sebagainya. Berbagai jenis teknologinya diantaranya meliputi *automated teller machine*, *banking application system*, *real time gross settlement system*, sistem kliring elektronik, dan *internet banking*. Bank Indonesia sendiri lebih sering menggunakan istilah Teknologi Sistem Informasi (TSI) Perbankan untuk semua terapan teknologi informasi dan komunikasi dalam layanan perbankan. Istilah lain yang lebih populer adalah *Electronic Banking*. *Electronic banking* mencakup wilayah yang luas dari teknologi yang berkembang pesat akhir-akhir ini. Beberapa diantaranya terkait dengan layanan perbankan di garis depan atau *front end*, seperti ATM dan komputerisasi sistem perbankan, dan beberapa kelompok lainnya bersifat *back end*, yaitu teknologi yang digunakan oleh lembaga keuangan, *merchant*, atau penyedia jasa transaksi, misalnya *electronic check conversion*.

Bagi sebagian orang, *internet banking* sangat membantu karena bisa melakukan transaksi perbankan di luar jam kerja bank yang sering pendek, dengan hanya membutuhkan koneksi internet dan web browser seperti Internet Explorer. Kehadiran *internet banking* membuat perubahan besar dalam layanan perbankan. Segala jenis transaksi yang dulu manual kini bisa diselesaikan tanpa mengenal ruang dan waktu lewat dunia maya. Fasilitas *internet banking* membuat nasabah seperti punya ATM pribadi. Segala jenis layanan perbankan bisa dilakukan sendiri seperti cek saldo, melihat daftar mutasi, pemindah bukuan (transfer rekening), melakukan pembayaran kartu kredit, tagihan telepon, listrik, PAM dan sebagainya kecuali yang langsung melibatkan uang tunai seperti penyetoran dan penarikan. 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. Tanpa adanya aplikasi teknologi informasi dalam internet banking, maka internet banking tidak akan jalan dan dimanfaatkan oleh industri perbankan. Secara umum, dalam penyediaan layanan internet banking, bank memberikan informasi mengenai produk dan jasanya via portal di internet, memberikan akses kepada para nasabah untuk bertransaksi dan memperbaharui data pribadi.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memungkinkan perusahaan untuk memperkenalkan lebih banyak layanan berteknologi tinggi. Konsumen dapat menggunakan layanan *electronic banking* dan layanan terbaru lainnya yang mampu menambah nilai produk yang sudah ada dengan menggantikan atau melengkapi interaksi pribadi dengan staf layanan melalui solusi teknologi. Berdasarkan perkembangan tersebut, membuktikan bahwa penelitian tentang layanan membutuhkan perhatian lebih untuk evaluasi layanan kepada konsumen berbasis teknologi (Parasuraman 2000). Layanan berbasis *electronic* diyakini lebih unggul daripada penggunaan pelayanan secara konvensional karena alasan kenyamanan, interaksi, biaya yang relatif rendah dan tingkat tinggi personalisasi di antara keuntungan lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan dan penggunaan layanan *electronic banking* dalam perspektif teknologi oleh nasabah bank di Kota Palembang dan mengetahui bagaimana *electronic banking* dapat menciptakan nilai tambah bagi nasabah bank. Sebuah kerangka kerja berdasarkan *Technology Acceptance Model* yang dikembangkan oleh Davis (1989) dan *Diffusion of Innovation* yang dikembangkan oleh Rogers (2003) dan ditambah dengan konsep tentang kemahiran diri (*self efficacy*), resiko (*risk*), dan kepercayaan (*trust*) digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* dan *Diffusion Of Innovation* dalam konteks penerapan sistem informasi khususnya *electronic banking* untuk mengembangkan model penelitian dan memasukkan faktor-faktor tambahan yang telah diuji secara empiris. Adapun kerangka penelitian adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

TINJAUAN PUSTAKA

Perceived ease of use didefinisikan sebagai suatu tingkat kepercayaan individu bahwa dengan menggunakan teknologi akan membawa mereka terbebas dari usaha secara fisik dan mental (Gardner & Amoroso, 2004). Menurut konsep TAM, *attitude* secara bersama-sama dipengaruhi oleh *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan variabel eksternal seperti *commitment to system use* dan *self efficacy*. *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *usefulness*, *attitude*, *intention*, dan *actual use*. Davis et al., (1989) membuktikan bahwa *Perceived ease of use* mempunyai dampak baik secara langsung atau tidak langsung pada *perceived usefulness*, melalui *attitude*. Menurut Sun dan Zhang (2006) dari penelitian-penelitian sebelumnya hubungan *Perceived ease of use* dengan *attitude* diperoleh hasil tidak konsisten, hal ini dapat dilihat dari 19 studi sebelumnya diperoleh 13 studi menunjukkan hubungan signifikan dan 6 studi hubungannya tidak signifikan, sedangkan untuk hubungan antara *Perceived ease of use* dengan *perceived usefulness* dari 50 studi sebelumnya 43 studi menunjukkan hubungan yang signifikan sedangkan 7 studi lainnya memperoleh hasil tidak signifikan.

Perceived ease of use menjelaskan persepsi user terhadap usaha yang diperlukan untuk memanfaatkan sebuah sistem. Menurut Shih (2004) persepsi ini memiliki dampak

terhadap intensi seseorang untuk memanfaatkan (*intension to use*). Hasil penelitian Pedersen (2005) secara empirik juga mendukung pernyataan Sun dan Zhang (2006) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* secara signifikan dipengaruhi oleh *perceived ease of use*. Selain itu penelitian ini juga membuktikan bahwa *self efficacy* berkorelasi dengan pemanfaatan sistem baik secara langsung maupun melalui *Perceived usefulness*. Menurut Davis (2003) seseorang cenderung menggunakan sebuah sistem apabila mereka percaya bahwa sistem akan membantu dalam mencapai kinerja yang diinginkan. Meskipun demikian, kepercayaan terhadap manfaat sistem tidak akan membantu dalam pemanfaatan apabila mereka meyakini bahwa sistem sulit digunakan sehingga usaha ekstra yang dikeluarkan untuk mencapai kinerja tidak sepadan dengan hasil yang dicapai. Hal ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* mempengaruhi *perceived usefulness* dan *attitude*.

Persepsi manfaat adalah sejauh mana individu percaya bahwa dengan menggunakan teknologi dapat membantu meningkatkan kinerja tugasnya (Gardner & Amoroso, 2004). Davis (1989, 2003) mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai tingkatan sejauh mana seseorang yakin bahwa memanfaatkan sebuah sistem akan meningkatkan kinerjanya. Dalam konteks organisasional, orang pada umumnya didorong untuk memiliki kinerja yang baik dengan menggunakan peningkatan gaji, promosi dan bonus. Penelitian Davis et al., (1989, 2003) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dengan pemakaian (*usage*) mempunyai hubungan yang kuat. Pernyataan Sun dan Zhang (2006) mendukung hasil penelitian Davis (1989, 2003) bahwa hubungan *perceived usefulness* dengan sikap, *behavior intention to use* mempunyai hasil yang konsisten, ini dapat dilihat dari 72 studi hasil penelitiannya, 71 studi memperoleh hasil bahwa *perceived usefulness* mempunyai hubungan yang signifikan dengan sikap, *behavior intention to use*. Pedersen (2005) menguji dampak *usefulness* dan *expresiveness* terhadap adopsi *mobile service*. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa *intension to use* dipengaruhi oleh persepsi mengenai *usefulness*, *ease of use* dan *self-expresiveness*.

Menurut Bandura (1986) kemahiran merupakan pertimbangan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki untuk mengatur dan melaksanakan kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai berbagai hasil yang telah ditentukan. Menurut Bandura (1986) Terdapat tiga aspek penting dari kemahiran diri. Pertama, kemahiran diri merupakan ikhtisar menyeluruh atau penilaian dari kemampuan melaksanakan suatu tugas khusus. Kedua, kemahiran diri merupakan konsep yang dinamis, merubah waktu sebagai suatu informasi dan pengalaman baru yang diperoleh. Ketiga, keyakinan kemahiran diri meliputi pengerahan atau penyusunan komponen (keyakinan bahwa seseorang dapat memasang dan menyusun aplikasi keahlian dan berusaha memecahkan suatu masalah). Bandura (1986) menjelaskan proses bagaimana individu memperoleh kemahiran yang diharapkan. Harapan ini berdasarkan pada empat sumber utama informasi: pencapaian performa (pengalaman penguasaan), pengalaman dari orang lain (model atau demonstrasi), persuasi verbal (ekspresi percaya diri atau dukungan dari sumber yang dapat dipercaya), dan emosional yang timbul (takut atau keinginan).

Konsep kepercayaan telah diadopsi secara luas oleh penelitian sistem informasi misalnya oleh Bhattacharjee (2002); dan Gefen (2003). Dalam konteks tradisional, ada banyak definisi kepercayaan. Doney dan Cannon (1997) mendefinisikan kepercayaan sebagai persepsi kredibilitas dan kebajikan dari individu. Gefen (2003) menunjukkan kepercayaan sebagai sejauh mana orang percaya perusahaan dapat diandalkan dalam melindungi informasi bagi pelanggan. Kepercayaan penting karena membantu

pelanggan mengatasi persepsi ketidakpastian dan risiko dan terlibat dalam kepercayaan perilaku yang berhubungan dengan vendor, seperti berbagi informasi pribadi atau melakukan pembelian (McKnight et al., 2002). Permasalahan kepercayaan awalnya penting karena individu tidak dapat menjamin bahwa informasi yang diambil dari berbagai sumber (misalnya tetangga mereka) selalu dapat dipercaya. Secara konseptual, ada banyak persepsi tentang kepercayaan. Kepercayaan dapat dilihat dari dua perspektif yaitu: kepercayaan berbasis kelembagaan dan kepercayaan awal atau kepercayaan berbasis pribadi (McKnight et al., 2002). Kepercayaan awal mengacu pada kepercayaan yang tidak umum, dimana sebuah hubungan para aktor belum memiliki kredibel informasi, yang berarti belum memiliki ikatan afektif satu sama lain (McKnight et al., 2002).

Kepercayaan memiliki tiga karakteristik: kemampuan, kebajikan, dan integritas (Gefen, 2008). Kemampuan berarti bahwa individu yang dipercaya memiliki kekuatan untuk melakukan suatu kegiatan. Kebajikan adalah sejauh mana seseorang diyakini ingin melakukan yang baik untuk orang lain, selain keuntungan motif egosentris. Integritas berarti bahwa individu yang percaya bahwa seseorang mampu membuat perjanjian, mengatakan kebenaran, bertindak secara etis, dan memenuhi janji (McKnight et al., 2002). Selanjutnya, kelembagaan berbasis kepercayaan adalah perasaan seseorang bahwa lingkungan di mana ia melakukan transaksi atau kegiatan memiliki jaminan dan perlindungan yang layak. Ada dua dimensi kelembagaan berbasis kepercayaan yaitu: pertama, struktural jaminan, keyakinan bahwa suatu struktur berada di tempat yang berfungsi untuk mempromosikan keberhasilan. Kedua, normalitas situasional, keyakinan bahwa lingkungan adalah sesuatu yang benar dan sukses dimana situasinya normal dan menguntungkan individu (McKnight et al., 2002). Fenomena kepercayaan melibatkan tidak hanya orang tetapi juga teknologi informasi berupa perangkat lunak dan keras yang memungkinkan pelaksanaan tugas. Lippert dan Davis (2006) mendefinisikan kepercayaan terhadap teknologi sebagai kesediaan seorang individu untuk menggunakan teknologi informasi berdasarkan ekspektasi teknologi, prediktabilitas, kehandalan dan utilitas dan dipengaruhi oleh kecenderungan individu untuk mempercayai teknologi tersebut.

Niat perilaku seseorang untuk menggunakan sistem adalah pengukuran dari kemungkinan seseorang akan melakukan dan mengadopsi suatu aplikasi. *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan penggunaan aktual untuk merepresentasikan laporan secara mandiri pengukuran waktu atau frekuensi pengadopsian suatu aplikasi. Akan tetapi tidak secara mudah atau praktis untuk mendapatkan suatu pengukuran objektif tentang niat seseorang untuk terlibat dalam perilaku. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa baik secara teoritis maupun secara empiris terdapat korelasi yang kuat antara niat untuk terlibat dalam perilaku dan perilaku aktual.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data yang di kumpulkan dan diolah dari daftar pertanyaan dalam proses pengumpulan data. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank yang ada di Kota Palembang terdiri dari nasabah bank BCA, Bank Mandiri, BNI. Berdasarkan populasi dari ketiga bank tersebut diperoleh sampel sebanyak 175 responden. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah metode *Purposive Sampling*. Adapun analisis yang dilakukan, antara lain: uji reliabilitas, dimana kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap

pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2005). Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji Validitas dihitung dengan membandingkan nilai *r* hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai *r* tabel. Jika *r* hitung > *r* tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2005).

Pada penelitian ini variabel dibagi menjadi dalam dua kelompok, yaitu variabel bebas yang terdiri dari persepsi kemudahan (X_1); persepsi manfaat (X_2); kemahiran diri (X_3); persepsi resiko (X_4), dan kepercayaan (X_5). Variabel terikat (Y), yaitu: niat penggunaan (Y_1) dan penggunaan actual (Y_2). Seluruh skala variabel dalam penelitian ini adalah skala ordinal, sehingga untuk dapat diolah secara statistik parametrik maka skala ordinal harus dikonversikan menjadi skala interval menggunakan metode *Successive Interval Method*. Analisis jalur (*path analysis*) digunakan untuk menjelaskan atau memprediksi nilai variabel bebas jika nilai variabel bebas diketahui atau dirubah. Bentuk hubungan dinyatakan dalam model persamaan analisis jalur dengan model persamaan sebagai berikut:

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

$$Y_2 = \alpha + Y_1$$

Keterangan:

Y_1 = Niat Penggunaan

Y_2 = Penggunaan Aktual

X_1 = Persepsi Kemudahan

X_2 = Persepsi Manfaat

X_3 = Kemahiran Diri

X_4 = Persepsi Resiko

X_5 = Kepercayaan

e_i = kesalahan pengganggu

Uji F digunakan untuk menguji apabila variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan dengan variabel terikat (Y). Uji t-Statistik, digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi (Sig t) masing-masing variabel independen dengan taraf sig $\alpha = 0,05$. Apabila tingkat signifikansinya (Sig t) lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$, maka hipotesisnya diterima yang artinya variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya. Sebaliknya bila tingkat signifikansinya (Sig t) lebih besar daripada $\alpha = 0,05$, maka hipotesisnya tidak diterima yang artinya variabel independen tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas data dilakukan dengan *pearson correlation* untuk menguji korelasi masing-masing skor butir pertanyaan terhadap skor total variabel. Adapun hasil uji validitas di jelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

	Persepsi Kemudahan	Persepsi Manfaat	Kemahiran diri	Resiko	Kepercayaan	Niat Penggunaan	Penggunaan Aktual
Persepsi Kemudahan	1.000	.706**	.250**	.649**	.635**	.574**	.470**
Persepsi manfaat	.706**	1.000	.920**	.525**	.576**	.656**	.472**
Kemahiran Diri	.250**	.920**	1.000	.272**	.178**	.820**	.467**
Resiko	.649**	.525**	.272**	1.000	.957**	.403**	.605**
Kepercayaan	.635**	.576**	.178**	.957**	1.000	.460**	.544**
Niat Penggunaan	.574**	.656**	.820**	.403**	.460**	1.000	.559**
Penggunaan Aktual	.470**	.472**	.467**	.605**	.544**	.559**	1.000

** Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed)

Sumber: data olahan, 2013

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa masing-masing variabel menunjukkan hasil yang signifikan (lebih kecil dari level 0,05). Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan yang digunakan di dalam instrumen penelitian adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	N of Item	Item Deleted	Alpha
Persepsi Kemudahan	6	-	0.714
Persepsi Manfaat	8	-	0.800
Kemahiran diri	6	-	0.803
Resiko	6	-	0.845
Kepercayaan	6	-	0.632
Niat penggunaan	6	-	0.725
Penggunaan Aktual	6	-	0.886

Sumber: data olahan, 2013

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat reliabel suatu alat ukur dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel, jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* masing-masing instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan nilai $> 0,60$, artinya instrumen dalam penelitian ini adalah handal.

Berdasarkan analisis data penelitian dengan bantuan program SPSS di dapat nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,707 yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas yang terdiri dari persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kemahiran diri, persepsi resiko, kepercayaan dan variabel terikat yaitu niat penggunaan memiliki hubungan yang kuat. Kemudian, berdasarkan analisis data didapat nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,499, hal ini menunjukkan bahwa 49,9% niat penggunaan e-

banking dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kemahiran diri, persepsi resiko, kepercayaan sedangkan sisanya sebesar 50,1% dipengaruhi oleh variable lain diluar model.

Berdasarkan analisis data penelitian dengan bantuan program SPSS di dapat nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,789 yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas yang terdiri dari persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kemahiran diri, persepsi resiko, kepercayaan dan niat penggunaan dengan variabel terikat yaitu penggunaan actual memiliki hubungan yang kuat. Kemudian, berdasarkan analisis data didapat nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,622, hal ini menunjukkan bahwa 62,2% penggunaan actual *e-banking* dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kemahiran diri, persepsi resiko, kepercayaan dan niat penggunaan sedangkan sisanya sebesar 37,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Berdasarkan uji F Anova diperoleh hasil F hitung sebesar 63.621 dengan signifikansi 0.000 lebih besar dari F tabel untuk $n = 125$ adalah 2.1615. Penelitian ini menguji hipotesis dengan metode analisis regresi berganda (*multiple regression*) dengan bantuan SPSS versi 19.00. Uji hipotesis dilakukan dengan dua cara, pertama dengan melakukan uji signifikansi simultan (uji statistik F) dan uji signifikan parameter individual (uji statistik t). Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Berganda

Independen Variabel	Dependen Variabel	B	t-value	p-value
Persepsi Kemudahan	Niat penggunaan	0.275	4.298	0.001
Persepsi Manfaat	Niat penggunaan	0.476	7.922	0.000
Kemahiran diri	Niat penggunaan	0.190	4.281	0.001
Resiko	Niat penggunaan	-0.652	-4.248	0.001
Kepercayaan	Niat penggunaan	0.602	4.044	0.002
Niat penggunaan	Penggunaan Aktual	0.367	7.534	0.000

Sumber: data olahan, 2013

Hipotesis H_1 menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif terhadap niat penggunaan *electronic banking*. Berdasarkan analisis data diperoleh hasil nilai $\beta = 0,275$, nilai $t = 4,298$, dan $p \text{ value} = 0,000$. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mathieson et al., (2001); Moore dan Benbasat (1991); Wang et al., (2003), dengan menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa apabila nasabah bank merasa sistem *electronic banking* mudah digunakan, maka nasabah bank akan menggunakan sistem *electronic banking* dalam melakukan transaksi keuangan, seperti pemeriksaan saldo simpanan, transfer dana, pembayaran tagihan telepon seluler, dan pembayaran transaksi lainnya.

Hipotesis H_2 menyatakan bahwa persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif terhadap niat penggunaan *electronic banking*. Berdasarkan analisis data diperoleh hasil nilai $\beta = 0,476$, $t = 7,922$, dan $p \text{ value} = 0,000$. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chan dan Lu (2004); Luarn dan Lin (2004) yang berkaitan dengan konteks *electronic banking*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa apabila nasabah bank menganggap *electronic banking* merupakan cara yang lebih cepat dan lebih praktis dalam pelaksanaan transaksi keuangan

dibandingkan dengan pelayanan perbankan melalui kantor cabang secara tradisional, maka nasabah bank akan menerapkan atau menggunakan layanan *electronic banking*.

Hipotesis H₃ menyatakan bahwa persepsi kemahiran diri mempunyai pengaruh positif terhadap niat penggunaan *electronic banking*. Berdasarkan analisis data diperoleh hasil nilai $\beta = 0,190$, $t = 4,281$, dan $p \text{ value} = 0,000$. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Luarn dan Lin (2004); Tan dan Teo (2000). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa apabila nasabah bank yakin akan kemampuan dan pengetahuan mereka untuk menggunakan layanan *electronic banking* maka nasabah bank akan menerapkan dan menggunakan layanan *electronic banking* tersebut.

Hipotesis H₄ menyatakan bahwa persepsi resiko yang dirasakan berpengaruh negatif terhadap niat penggunaan *electronic banking*. Berdasarkan analisis data diperoleh hasil nilai $\beta = -0,652$, $t = -4,284$, $p \text{ value} = 0,000$. Hasil penelitian ini berbeda dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bhatnagar et al., (2000); Chan dan Lu (2004); Doolin et al., (2005). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan resiko yang terkait dengan penggunaan *electronic banking* merupakan hambatan utama untuk menerapkan dan menggunakan *electronic banking* di berbagai negara. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa nasabah bank beranggapan resiko keamanan dari penggunaan *electronic banking* relatif kecil karena pihak bank diyakini telah menggunakan sistem yang relatif canggih, sehingga mampu memberikan jaminan keamanan dan mampu mendeteksi kecurangan yang dilakukan oleh orang yang tidak berhak. Seperti contoh penyalahgunaan kartu ATM ataupun kartu kredit dalam pembayaran belanja secara *online* dapat dideteksi dengan cepat.

Hipotesis H₅ menyatakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap niat penggunaan *electronic banking*. Berdasarkan analisis data diperoleh hasil nilai $\beta = 0,602$, $t = 4,044$, dan $p \text{ value} = 0,000$. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Reid dan Levy (2008). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa apabila nasabah bank percaya dengan pelayanan *electronic banking* yang diberikan oleh pihak perbankan maka nasabah bank akan menerapkan dan menggunakan layanan *electronic banking* tersebut.

Hipotesis H₆ menyatakan bahwa niat penggunaan mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan aktual *electronic banking*, Berdasarkan analisis data diperoleh hasil nilai $\beta = 0,367$, $t = 7,534$, dan $p = 0,000$. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Agarwal dan Prasad (1997); Davis (1989). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa apabila nasabah bank mempunyai niat untuk menggunakan pelayanan *electronic banking* yang diberikan oleh pihak perbankan maka nasabah bank akan menerapkan dan menggunakan layanan *electronic banking* tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Semakin banyak sektor perbankan yang menerapkan layanan *electronic banking*, maka sangat penting bagi pihak perbankan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat nasabah untuk menerapkan dan menggunakan layanan *electronic banking* tersebut. Memanfaatkan model penerimaan teknologi diperpanjang sebagai kerangka teoritis, variabel perbedaan penting individu dan self-efficacy diusulkan untuk memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk mengadopsi *electronic banking* melalui kegunaan yang dirasakan dan persepsi kemudahan penggunaan. Hasil yang ditemukan konsisten dengan penelitian sebelumnya. Model penelitian menjelaskan

varians dalam niat untuk mengadopsi *electronic banking* dan meskipun itu lebih rendah dari yang diharapkan, tapi itu didukung oleh penelitian sebelumnya di negara lain. Penelitian ini mampu memperluas penggunaan teori *Technology Acceptance Model* yang diterapkan dalam sector perbankan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi bagi penelitian di masa depan tentang *electronic banking* yang berhubungan dengan niat dan perilaku adopsi teknologi informasi. Temuan dalam penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi bagi pihak perbankan untuk menerapkan strategi pemasaran perbankan berbasis *electronic banking* dengan menekankan kriteria yang relevan pada setiap tahap proses adopsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, R. dan Prasad, J. 1997. The Role of Innovation Characteristics and Perceived Voluntariness in the Acceptance of Information Technologies. *Decision Science*, Vol. 28. (3), 557-582.
- Bandura, A. 1986. *The Social Foundation of Fought and Action*. Englewood Cliffs. New Jersey :Prentice Hall
- Bhattacharjee, A. 2002. Individual trust in online firms: Scale Development and Initial Test. *Journal Management Information System*.
- Chan, S. C. dan Lu. T. M. 2004. Understanding Electronic Banking Adoption and Use Behaviour: a Hong Kong Perspective. *Journal of Global Information Management*, Vol. 12 (3), 12-43.
- Davis, F. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, Vol. 16 (2), 319-340.
- Doney, P. M dan Cannon, J.P. 1997. An Examination of Nature of Trust in Buyer-Seller Relationship. *Journal Marketing*. April. p: 35-51.
- Doolin, B., Dillon, S., Thompson, F. dan Cornor, J., L. 2005. Perceived Risk, The Electronic Shopping Experience and Online Purchasing Behaviour: A New Zealand Perspective. *Journal of Global Information Management*, Vol. 13 (2), 66-88.
- Gardner, C., dan Amoroso D. L. 2004. Development of an Instrument to Measure the Acceptance of Internet Technology by consumer,” Proceedings of the 37th Hawaii International Convergence on system Sciences.
- Gefen, David., Karahanna, Elena dan Straub, Detmar, W. 2003. Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, March, p: 51-90.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Luarn, P. dan Lim H. H. 2004. Towards An Understanding of The Behavioural Intention to Use Mobile Banking. *Computers in Human Behaviours*, 1-19.
- Mathieson, K., Paacock. E. dan Chin, W. 2001. Extending the Technology Acceptance Model: The Influence of Perceived User Resources. *Database for Advance in Information Systems*, Vol. 32 (3), 86-112.
- Mcknight, D. H., V. Choudury., & C. J. Kacmar. 2002. The Impact of Initial Trust Consumer on Intention to Transact with A Web Site: A trust building Model. *Journal of Strategic Information System*. 1193-4), 297-323.

- Moore, C., G. dan Benbasat, I. 1991. Development of An Instrument to Measure The Perceptions of Adopting An Information Technology Innovation. *Information Systems Research*, Vol. 2 (3), 192-222.
- Parasuraman, A. 2000. Technology Readiness Index (TRI): A Multiple Term Scale to Measure Readiness to Embrace New Technologies. *Journal of Service Research*, Vol. 2, 307-320.
- Pedersen. Per. E., Nysveen, Herbjorn., dan Helge, Thorbjornsen. 2005. Intention to Use Mobile Service: Antecedent and Cross Services Comparison. *Journal of Academy of Marketing Science*.
- Reid, Michael., & Levy, Yair. 2008. Integrating Trust and Computer Self-Efficacy into the Technology Acceptance Model: Their Impact on Customers' Use of Banking Information Systems in Jamaica. *Journal of Internet Banking and Commerce*, vol. 12 No. 3.
- Rogers, E., M. 2003. Diffusion of Innovations, Fifth edition, New York, Free Press, ISBN 0-7432-2209-1.
- Shih. Y dan Fang. K. 2004. The Use of a Decomposed Theory of Planned Behaviour to Study Electronic Banking in Taiwan. *Electronic Research*, Vol. 14 (3), 213-223.
- Sun, Heshan and Ping Zhang. 2006. "Causal Relationship Between Perceived Enjoyment and Perceived Ease of Use: An Alternatif Approach". *Journal of the Association for Information Systems* 7(9), pp 618-645.
- Tan, M. dan Teo, T., S., H. 2000. Factors Influencing the Adoption of Electronic Banking. *Journal of The Association For Information Systems*, Vol. 1 (5), 1-42.
- Wang, Y. S., Wang, Y. M., Lin, H. H. dan Tang T. I. 2003. Determinants of User Acceptance of Electronic Banking: An Empirical Study. *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 14 (5), 501-519.