

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

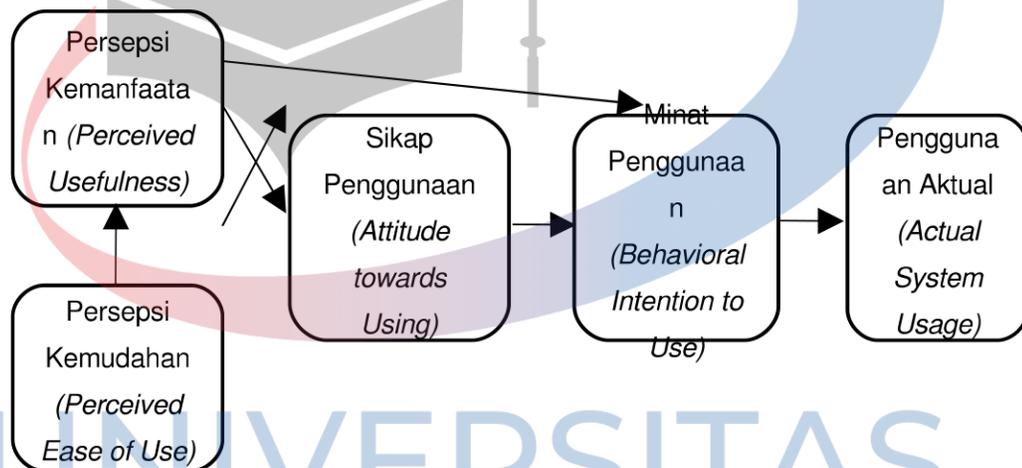
Landasan Teori

Technology Acceptance Model (TAM)

Beberapa model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer atau sebuah aplikasi, di antaranya yang tercatat dalam berbagai literatur dan referensi hasil riset dibidang teknologi informasi adalah seperti *Theory of Reasoned Action*(TRA), *Theory of Planned Behaviour* (TPB), dan *Technology Acceptance Model* (TAM). Model TAM sebenarnya diadopsi dari model TRA, teori dari Fishbein [3] yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut.

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikenalkan oleh Davis[1] adalah teori sistem informasi yang membuat model tentang bagaimana pengguna mau menerima dan menggunakan teknologi. TAM ini adalah salah satu model evaluasi kesuksesan sistem informasi dilihat dari penggunaan sistem. Model ini akan memberikan gambaran bahwa ada sejumlah faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan sistem yang baru yakni persepsi kegunaan(*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan(*Perceived Ease of Use*). Persepsi kegunaan(*Perceived Usefulness*) menunjukkan keyakinan pengguna pada kontribusi sistem informasi terhadap kinerja pengguna sistem informasi. Sedangkan persepsi kemudahan(*Perceived Ease of Use*) menunjukkan tingkat dimana pengguna menyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras. Apabila sistem informasi mudah digunakan, dan memiliki manfaat bagi kinerja pengguna, maka pengguna akan cenderung untuk menggunakan sistem informasi tersebut. Sehingga dalam mengembangkan suatu sistem informasi perlu dipertimbangkan faktor kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan kemudahan (*Perceived Ease of Use*) dari pengguna terhadap sistem informasi.

Kesimpulannya adalah model TAM dapat menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam kemanfaatan penggunaan TI ataupun suatu aplikasi. Model ini secara lebih jelas menggambarkan bahwa penerimaan penggunaan teknologi informasi atau suatu aplikasi dipengaruhi oleh kegunaan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*). Model TAM awal memiliki 5 konstruk utama yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*), persepsi terhadap kegunaan (*Perceived Usefulness*), sikap penggunaan (*Attitude Towards Using*), perilaku niat untuk menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) dan penggunaan aktual (*Actual System Usage*) [1]. Gambar model TAM adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Technology Acceptance Model (TAM) Davis(1989)

Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja [1]. Disebutkan pula pada Davis [1] persepsi terhadap kemanfaatan sebagai kemampuan subjektif pengguna di masa yang akan datang di mana dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja dalam konteks organisasi. Indikator persepsi kegunaan [4] yaitu :

1. Peningkatan kinerja
2. Peningkatan produktifitas

3. Peningkatan efektifitas
4. Bermanfaat bagi individu

Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Dalam Davis [1] *perceived ease of use* sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa sebuah teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi juga didukung oleh [5] sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena individu yakin bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Indikator persepsi kemudahan [4] yaitu :

1. Mudah dimengerti
2. Mudah untuk berinteraksi
3. Mudah digunakan
4. Sesuai dengan keinginan individu

Sikap Penggunaan (*Attitude Towards Using*)

Attitude toward using dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. Beberapa indikator sikap penggunaan [4]:

1. Senang
2. Menikmati
3. Nyaman

Minat Penggunaan (*Behavioral Intention to Use*)

Minat penggunaan menunjukkan keinginan individu untuk menggunakan atau tidak menggunakan sebuah teknologi informasi dalam menyelesaikan serangkaian tugasnya [1]. Selain itu minat diartikan sebagai aspek kejiwaan yang membuat

seseorang merasa tertarik untuk melakukan sesuatu. Beberapa indikator minat penggunaan [4] yaitu:

1. Berminat menggunakan
2. Keinginan memotivasi pengguna lain
3. Terus menggunakan

Mobile Banking (M-Banking)

Mobile Banking (M-Banking) adalah layanan yang disediakan oleh pihak bank kepada nasabah untuk dapat melakukan transaksi keuangan dengan menggunakan perangkat *mobile*. Layanan yang disediakan pada *Mobile Banking* sama dengan penggunaan ATM yaitu transaksi keuangan seperti transfer, pembayaran, melakukan pengecekan saldo rekening tabungan, pengisian pulsa, dan lain sebagainya kecuali penarikan uang *cash*. *Mobile banking* merupakan salah satu teknologi *mobile* yang bersifat komersil, hal yang menjadi pertimbangan aplikasi ini yakni keefektifan dan keefisienan dalam melakukan transaksi perbankan [6]. *Mobile Banking* dapat digunakan dengan menggunakan layanan SMS (*Short Message Service*) *Banking*, atau *mobile internet* dan menggunakan aplikasi yang disediakan oleh pihak bank yang dapat didownload dan dijalankan pada perangkat *mobile*[7].

Sms Banking adalah layanan yang disediakan pihak bank dengan menggunakan sarana sms dan dapat diakses melalui telepon selular berbasis GSM (*Global System for Mobile Communications*) dan CDMA(*Code Division Multiple Access*). Perbedaan GSM dan CDMA adalah pada suara yang dikirimkan oleh pengirim ke penerima, jaringan GSM bergerak dengan mengompresi suara yang masuk ke jaringan GSM ke dalam format digital sehingga memiliki jaringan bersifat kecil yang sulit ditangkap jika berada di tempat terpencil, berbeda dengan CDMA. Contoh layanan *sms banking* yaitu transfer uang, cek saldo rekening tabungan, pembayaran atas pembelian, informasi tagihan, penggantian PIN dan lain-lain.

Selain menggunakan *sms banking*, pihak bank juga menyediakan aplikasi yang bisa didownload oleh nasabah yang memiliki menu-menu transaksi keuangan untuk memudahkan para nasabah dalam bertransaksi. Di dalam aplikasi tersebut, nasabah dapat menyimpan nomor rekening tujuan yang sudah pernah melakukan

hubungan transaksi sehingga nasabah tidak perlu mengetik ulang nomor rekening tujuan. Para nasabah juga bisa dengan mudah memilih menu-menu yang tersedia apakah ingin melakukan pengecekan saldo, mengecek transaksi yang pernah dilakukan, melakukan transfer, melakukan pembayaran dan lainnya. Dalam hal ini para nasabah akan menggunakan telepon seluler berbasis *smartphone* untuk dapat menjalankan aplikasi tersebut.

Mobile Banking merupakan modifikasi dari *Internet Banking* yang memiliki manfaat yang sama untuk memudahkan transaksi keuangan yang dapat digunakan nasabah, hanya saja dengan *mobile banking*, nasabah dapat dengan langsung memanfaatkan layanan bank dengan menggunakan *mobile*. *Mobile banking* memberikan kebebasan waktu, respons cepat kepada pengguna dan penghematan biaya [8].

Penelitian Terdahulu

Berikut ini tabel berisi penelitian terdahulu mengenai minat penggunaan teknologi informasi menggunakan model TAM.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

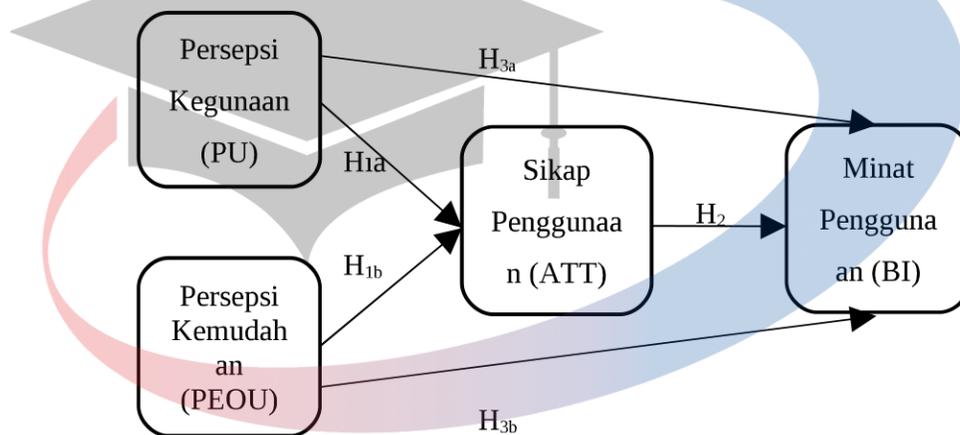
Nama Peneliti & Tahun Penelitian	Topik Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil
Feronica Mayasari, Elisabeth Penti Kurniawati & Paskah Ika Nugroho (2011)	Anteseden Dan Konsekuen Sikap Nasabah Dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i> Dengan Menggunakan Kerangka <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> (Survey Pada Pengguna Klikbca	Variabel Bebas : Persepsi kegunaan dan kemudahan. Variabel Intervening : Sikap penggunaan. Variabel Terikat : Minat penggunaan.	Variabel kegunaan berpengaruh negatif terhadap sikap dan minat penggunaan. Variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap kegunaan dan sikap penggunaan. Variabel sikap penggunaan

			berpengaruh positif terhadap minat penggunaan.
David Kurniawan, Hatane Samuel & Edwin Japrianto (2013)	Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan <i>Mobile Banking</i> Dengan Menggunakan Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> Dan <i>Theory Of Reasoned Action</i>	Variabel Bebas : Persepsi kegunaan dan kemudahan. Variabel Intervening : Sikap penggunaan. Variabel Terikat : Minat penggunaan.	Variabel kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan. Variabel kemudahan berpengaruh terhadap kegunaan dan sikap penggunaan. Variabel sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan.
Agus Andrian, Kertahadi & Heru Susilo (2014)	Analisis Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Sikap Penggunaan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan <i>Billing System</i> (Studi Pada Wajib Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara)	Variabel Bebas : Persepsi kegunaan dan kemudahan. Variabel Intervening : Sikap penggunaan. Variabel Terikat : Minat Penggunaan.	Variabel kegunaan berpengaruh terhadap sikap dan minat penggunaan. Variabel kemudahan berpengaruh terhadap kegunaan dan sikap penggunaan. Variabel sikap penggunaan berpengaruh

			terhadap minat penggunaan.
Iwan Sidharta & Rahmahwati Sidh (2014)	Pengukuran Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Serta Dampaknya Atas Penggunaan Ulang Online Shopping Pada E-Commerce	Variabel Bebas : Persepsi kegunaan dan kemudahan. Variabel Intervening : Sikap penggunaan Variabel Terikat : Minat penggunaan.	Variabel kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan. Variabel kemudahan berpengaruh terhadap sikap penggunaan. Variabel sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan.
Novi Tria Indriawati Lubis (2015)	Minat Individu Terhadap Penggunaan Rekening Ponsel :Pendekatan Modified Technology Acceptance Model (TAM)	Variabel Bebas : persepsi kegunaan dan kemudahan. Variabel Intervening : Sikap penggunaan. Variabel Terikat : Minat penggunaan.	Variabel kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan. Variabel kemudahan berpengaruh terhadap sikap penggunaan. Variabel sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan.

Kerangka/Model Konseptual

Model kerangka konseptual menggambarkan hubungan antar variabel yang akan diuji di dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan model TAM [9] yang disederhanakan yang berdasar pada persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan sebagai sumber utama dalam kerangka penelitian ini dan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan melalui sikap penggunaan *mobile banking*(*m-banking*)Mandiri di kota Medan.



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kegunaan (*Perceived Usefulness*) Terhadap Sikap Penggunaan (*Attitude Towards Using*)

Konstruk persepsi kegunaan didefinisikan sebagai ukuran seseorang mempercayai bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan membantu meningkatkan performa kinerjanya [1]. Dalam konteks *mobile banking*, konstruk persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana *mobile banking* mampu memberikan manfaat bagi penggunanya dalam hal meningkatkan produktivitas dan kinerja pada saat memanfaatkan layanan perbankan. Sedangkan sikap merupakan perasaan positif atau negatif terhadap suatu teknologi. Oleh karena itu jika *mobile banking* memberikan manfaat maka akan mempengaruhi sikap positif pengguna

terhadap *mobile banking*. Menurut penelitian Kurniawan, Semuel, dan Japarianto [10]; Andrian, Kertahadi, dan Susilo [11]; Sidharta dan Sidh [12];serta Lubis [13],konstruk persepsi kegunaan memberikan pengaruh positif terhadap sikap individu dalam menggunakan teknologi sistem informasi. Untuk itu peneliti ingin menguji kembali pengaruh antara persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan.

H₁: Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) mempunyai pengaruh terhadap sikap penggunaan (*Attitude Toward Using*) *Mobile Banking*(*M-Banking*)di kota Medan

Pengaruh Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) Terhadap Sikap Penggunaan (*Attitude Towards Using*)

Davis[1] mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) sebagai tingkat keyakinan seseorang dalam menggunakan suatu sistem sehingga tidak perlu mengeluarkan usaha yang keras. Persepsi kemudahan ini kemudian akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat keyakinan penggunaan teknologi informasi sehingga mempengaruhi sikap pengguna. Beberapa peneliti seperti Mayasari, Kurniawati, dan Nugroho [14]; Kurniawan, Semuel, dan Japarianto [10]; Andrian, Kertahadi, dan Susilo [11]; Sidharta dan Sidh [12] serta Lubis [13] menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan. Untuk itu peneliti ingin menguji kembali pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan.

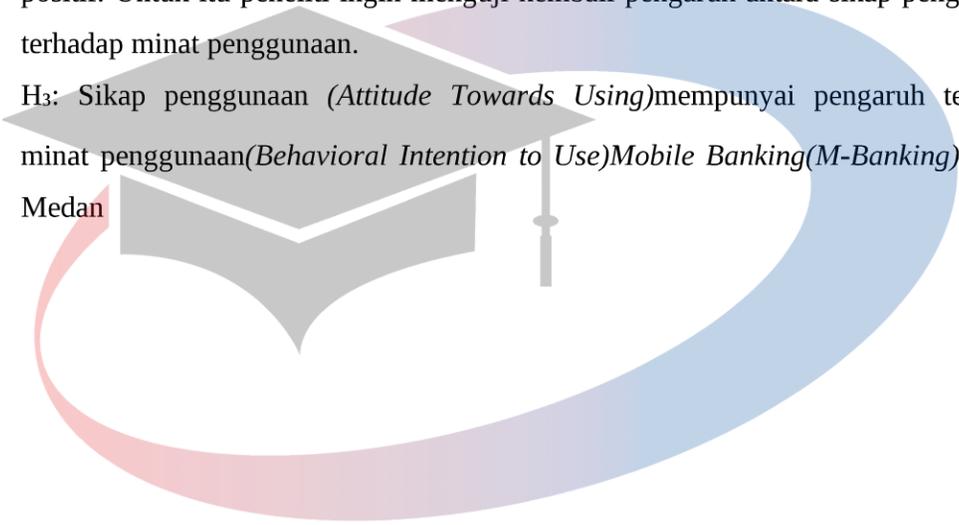
H₂: Persepsi kemudahan penggunaan(*Perceived Ease of Use*) mempunyai pengaruh terhadap sikap penggunaan(*Attitude Toward Using*)*Mobile Banking*(*M-Banking*)di kota Medan

Pengaruh Sikap Pengguna (*Attitude Toward Using*) Terhadap Minat Penggunaan (*Behavioral Intention to Use*)

Sikap (*attitude*) didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif seseorang untuk melakukan perilaku tertentu [1] yang ditunjukkan oleh perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap sebuah teknologi informasi. Sulistiyarini[15] menyatakan bahwa sikap (*attitude*) mengacu pada persepsi individu itu sendiri, baik

menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap perilaku tertentu. Jika sikap pengguna mendukung penggunaan teknologi informasi maka secara otomatis pengguna memiliki niat untuk menggunakan teknologi informasi tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Mayasari, Kurniawati, dan Nugroho [14]; Kurniawan, Semuel dan Japariato [10]; Andrian, Kertahadi, dan Susilo [11]; Sidharta dan Sidh [12] serta Lubis [13] menyatakan bahwa sikap dan minat penggunaan memiliki pengaruh positif. Untuk itu peneliti ingin menguji kembali pengaruh antara sikap penggunaan terhadap minat penggunaan.

H₃: Sikap penggunaan (*Attitude Towards Using*) mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan (*Behavioral Intention to Use*) *Mobile Banking (M-Banking)* di kota Medan



UNIVERSITAS
MIKROSKIL