

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSI
MENGUNAKAN INTERNET BANKING BERBASIS *TECHNOLOGY*
ACCEPTANCE MODEL (TAM)**

(Studi Empiris Terhadap Nasabah Bank BCA di Kota Malang)

Oleh :

Sarce*), Anik Malikhah), dan Junaidi ***)**

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang

E-mail: Sarce43@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors affecting the intention by using internet banking based on technology acceptance model (TAM) (Empirical Study on Bank Customers in Malang City). This study uses primary data sources. The data of this study was obtained by observational and questionnaire studies. Questionnaire filling was measured or assessed through a Likert-Scale. The method used in analyzing data is multiple linear regression analysis and coefficient of determination analysis. The method as a design to find and explain the relationship or influence between variables through hypotheses testing. The hypothesis testing is conducted through the F test and t test. Sample in the amount of 100 respondents from a population the Slovin's formula.

The results show that the Benefits, Ease, Credibility, Risk, Trust simultaneously affect the internet banking for BCA Bank customers in Malang City. From this study, the R square value is 0,220.

Keywords: Benefits, Ease, Credibility, Risk, Trust, Interest in Using, Internet Banking.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di saat ini telah memasuki masa globalisasi, hal ini mengharuskan semua pekerjaan dapat dikerjakan secara cepat dan praktis, serta dapat di akses dalam hitungan detik, seperti internet. Kebanyakan masyarakat Indonesia tidak lagi dapat melepaskan diri dari kegiatan komunikasi. Hal ini terlihat dari jumlah penggunaan internet yang semakin meningkat sejak pemerintah Indonesia mengembangkan infrastruktur internet pada tahun 1980-an.

Layanan *internet banking* merupakan suatu hal yang sangat penting bagi dunia bisnis, karena sistem ini akan membantu pengguna untuk mempermudah dan mempercepat pekerjaannya. Kemudian itu, harga untuk melakukan biaya transaksi akan lebih cepat dengan mempergunakan *internet banking* daripada dengan transaksi mempergunakan mesin ATM.

TAM yaitu salah satu macam ringkasan yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak dipakai untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi. (Fatmawati, 2015).

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka, yang menjadi perumusan masalah dari penelitian ini adalah “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi menggunakan internet banking berbasis TAM”

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi penggunaan internet banking yang berbasis TAM di Kota Malang.

Tinjauan Teori

Pengertian Internet Banking

E-banking yaitu suatu kegiatan bertransaksi yang saling berkaitan dengan perbankan. Melakukan aktivitas transaksinya dapat melakukan di kantor, rumah atau tempat-tempat lainnya dengan seperti menggunakan jaringan internet. Jenis transaksi *internet banking* yaitu: Transfer dana, Pemberitahuan saldo, Pemberitahuan nilai tukar, Pembayaran tagihan seperti kartu kredit, rekening telepon, rekening listrik, asuransi, Pembelian pulsa, tiket pesawat, saham, dll.

Technology Acceptance Model

Tachonology acceptance model merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer yang diperkenalkan pertama kali oleh Fred Davis pada tahun 1986. TAM merupakan hasil pengembangan dari *Theory Of Reasoned Action* (TRA), *Theory Of Planned Behaviour* (TPB). “*Theory Of Reasoned Action* merupakan

teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi pandangan seseorang terhadap suatu hal yang akan penting menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Reaksi dan persepsi penggunaan Teknologi Informasi (TI) akan mempengaruhi sikapnya seseorang dalam penerimaan terhadap teknologi tersebut”.

Kemudahan Penggunaan

Menurut Istriani 2014, Kemudahan penggunaan merupakan sebagai salah satu ukuran tingkatan dimana seseorang akan percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.

Manfaat

“Manfaat adalah tingkatan dimana pengguna percaya bahwa dengan menggunakan teknologi atau sistem akan meningkatkan kinerja seseorang dalam bekerja. Ada 2 faktor Manfaat yang ada dalam menggunakan teknologi yaitu Kegunaan dan efektivitas”.

Kredibilitas

Menurut Wang et. Al dalam Istiarni 2014, Kredibilitas adalah manfaat yang dirasakan sejauh mana suatu kepercayaan menggunakan teknologi yang memiliki keahlian untuk melakukan pekerjaan secara cepat dan handal.

Risiko

“Persepsi risiko yaitu suatu masalah-masalah tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak menginginkan dalam melakukan salah satu kegiatan. Menurut Dowling dalam Farizi dan Syaefullah 2016, persepsi terhadap risiko (*perceived risk*) yaitu risiko negatif seseorang atas melakukan kegiatan yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata”.

Kepercayaan

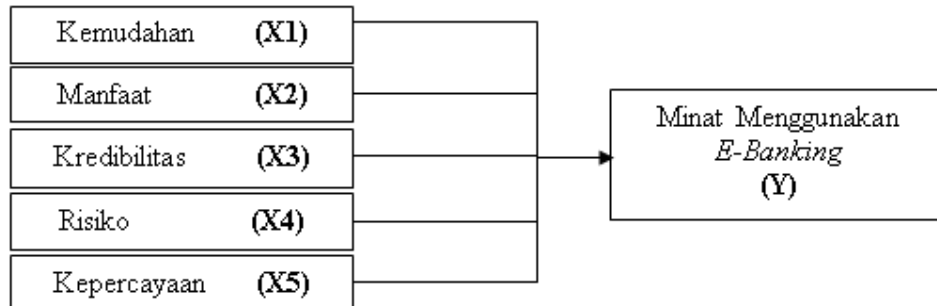
Kepercayaan merupakan suatu perilaku awal yang menimbulkan adanya niat untuk memakai suatu teknologi. Kepercayaan seseorang mendefinisikan suatu ketersediaan untuk menerima suatu risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan yang dari pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya”(Farizi dan Syaefullah : 2016).

Minat untuk menggunakan

Minat untuk menggunakan kecenderungan seseorang perilaku untuk tetap memakai suatu teknologi. Tingkat salah satu pemakaian sebuah teknologi pada seseorang dapat memantau dari sikap dan perhatiannya pemakaian terhadap teknologi tersebut, contohnya keinginan menambah *peripheral* pendukung, motivasi untuk tetap memakai, serta kemauan untuk mengajak pengguna lain.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan tindakan teori diatas, maka digambarkan kerangka sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

Hipotesis

- H₁: Faktor Kemudahan Pengguna, Manfaat, Kredibilitas, Risiko, dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Banking*.
- H₂: Faktor Kemudahan Pengguna berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Banking*.
- H₃: Faktor Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Banking*.
- H₄: Faktor Kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Banking*.
- H₅: Faktor Risiko berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Banking*.
- H₆: Faktor Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Banking*.

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi

Populasi dalam penelitian ini yaitu Nasabah Bank BCA yang menggunakan E-Banking di Kota Malang.

Sampel

Sampel dalam penelitian ini memakai rumus Slovin dengan ketentuan sbb:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

N = Populasi

n = Sampel

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang di dapat ditolerir.

Batas kesalahan yang ditolerir ini bagi setiap populasi tidak sama. Ada yang 1%, 2%, 3%, 4%, 5%, atau 10%. Dalam penelitian digunakan e sebesar 10%. Sedangkan pemakaian rumus di atas mempunyai asumsi bahwa populasi berdistribusi normal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 4.2
Statistik Descriptive Variabel

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1 (Manfaat)	77	3.710	5.000	4.62468	.375179
X2 (Kemudahan)	77	3.710	5.000	4.37104	.484123
X3 (Kredibilitas)	77	3.290	5.000	4.07247	.312979
X4 (Risiko)	77	1.570	4.570	2.66974	.789128
X5 (Kepercayaan)	77	3.430	5.000	4.10610	.331282
Y (Minat)	77	3.000	5.000	4.15000	.386232
Valid N (listwise)	77				

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Tabel 4.2 menunjukkan *descriptive* variabel penelitian dengan jumlah data setiap variabel yang valid sebanyak 77.

Uji Instrumen

Uji validitas data

“Untuk menguji tingkat validitas data, dalam penelitian ini digunakan teknik Korelasi Pearson (*Korelasi Product Moment*) antara item-item instrumen dengan jumlah instrumen secara keseluruhan”.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Data Menggunakan Pearson Corelation

Variabel	Nilai R Tabel	Nilai Pearson Corelation	Keterangan
X1 (Manfaat)	0,254	0,284	Valid
X2 (Kemudahan)	0,254	0,256	Valid
X3 (Kredibilitas)	0,254	0,128	Valid
X4 (Risiko)	0,254	0,275	Valid
X5 (Kepercayaan)	0,254	0,412	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

“Dalam pengujian uji validitas menggunakan *pearson correlation* yang didapatkan dari hasil pengujian bahwa nilai dari R

tabel untuk nilai dengan data sebanyak 50 dengan *level of significant* 5% adalah sebesar 0,254”.

Uji Reliabilitas Data

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas Data

Cronbach's Alpha	N of Items
.712	6

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Uji Normalitas

Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas Data

	Studentized Deleted Residual
N	50
Normal Parameters ^a	
Mean	.0080826
Std. Deviation	1.07104133
Most Extreme Differences	
Absolute	.135
Positive	.135
Negatif	-.134
Kolmogorov-Smirnov Z	.954
Asymp. Sig. (2-tailed)	.322

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Hasil uji normalitas data pada tabel 4.5 diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,322. Nilai ini lebih besar dari probabilitas 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi yang terbentuk semua variabel penelitian dikatakan normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
(Constant)		
X1 (Manfaat)	.764	1.310
X2 (Kemudahan)	.826	1.211
X3 (Kredibilitas)	.906	1.103
X4 (Risiko)	.891	1.123
X5 (Kepercayaan)	.818	1.223

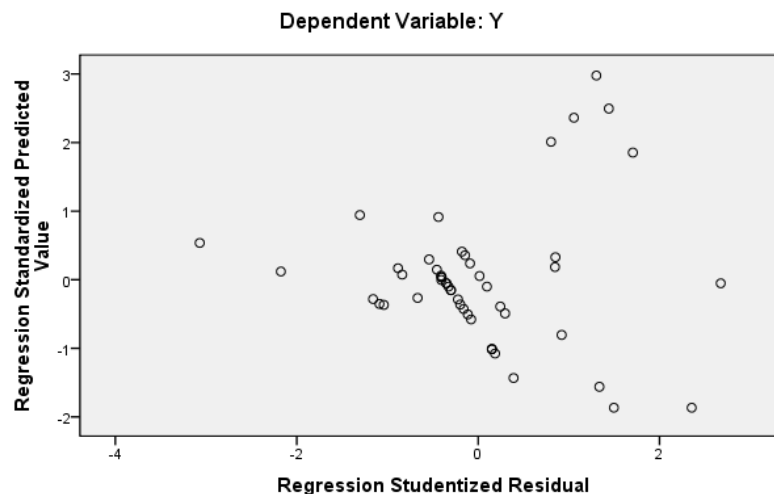
a Dependent Variabel: Minat (Y)

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Uji Heteroskedastisitas

“Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas”.

Adapun grafik hasil pengujian heteroskedastisitas menggunakan *SPSS IBM V.20 for Windows* dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.1 Grafik *Scatterplot*

Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.768	.991		1.784	.081
X1 (Manfaat)	.075	.142	.080	2.527	.021
X2 (Kemudahan)	.166	.110	.220	3.504	.000
X3 (Kredibilitas)	.023	.157	.042	2.423	.031
X4 (Risiko)	-.060	.068	.126	4.893	.000
X5 (Kepercayaan)	.443	.167	.391	2.657	.011
F sig = 0,046 Alfa = 0,05 R Square = 0,220					

Model regresi yang dapat dibuat berdasarkan hasil analisis diatas adalah:

$$\text{Minat} = 1,768 + 0,075 \text{ Manfaat} + 0,166 \text{ Kemudahan} + 0,023 \text{ Kredibilitas} - 0,060 \text{ Risiko} + 0,443 \text{ Kepercayaan} + e$$

Uji Hipotesis

Tabel 4.7
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.480	5	.296	2.486	.046 ^a
	Residual	5.239	44	.119		
	Total	6.718	49			

Tabel 4.7 menunjukkan nilai F sebesar 2,486 dengan *Signifikansi F* 0,046 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan Manfaat, Kemudahan, Kredibilitas, Risiko dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Minat menggunakan Internet Banking pada Nasabah Bank BCA, dengan kemudian hipotesis H₁ diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.469 ^a	.220	.132

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2018

Dari tabel 4.8 diketahui bahwa *R Square* sebesar 0,220. Hal ini dikatakan 22,0% Minat menggunakan internet banking pada nasabah Bank BCA dipengaruhi oleh variabel Manfaat, Kemudahan, Kredibilitas, Risiko, dan Kepercayaan. Sedangkan sisanya 78,0% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian, seperti Kenyamanan, Efektifitas, dan Kelengkapan fitur Internet Banking.

Uji statistik t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Independen untuk model regresi linier berganda berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. “Untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau tidak adalah dengan membandingkan t hitung dan nilai signifikansi t dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05”.

Tabel 4.9
Hasil Uji Statistik t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.768	.991		1.784	.081
X1 (Manfaat)	.075	.142	.080	2.527	.021
X2 (Kemudahan)	.166	.110	.220	3.504	.000
X3 (Kredibilitas)	.023	.157	.042	2.423	.031
X4 (Risiko)	-.060	.068	.126	4.893	.000
X5 (Kepercayaan)	.443	.167	.391	2.657	.011

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Manfaat, Kemudahan, Kredibilitas, Kepercayaan dan Risiko berpengaruh signifikan secara bersamaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking, sedangkan secara parsial, Manfaat, Kemudahan, Kredibilitas, dan Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking, hal ini disebabkan karena variabel-variabel tersebut dapat memberikan dampak positif terhadap nasabah dalam menggunakan internet banking.
2. Sedangkan Risiko, secara parsial berpengaruh negatif terhadap minat nasabah dalam memakai internet banking, hal ini dikarenakan nasabah beranggapan, jika risiko dalam memakai internet banking besar, maka nasabah akan menghindari penggunaannya, seperti tingkat kebocoran data, pencurian transaksi, dan sebagainya.
3. Manfaat, Kemudahan, Kredibilitas, Kepercayaan dan Risiko, secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking, dan variabel yang paling dominan adalah persepsi manfaat, hal ini dikarenakan nilai rata-rata variabel manfaat lebih tinggi dari variabel lainnya.

Keterbatasan

1. Penelitian ini memakai kuesioner yang dibagikan tanpa didampingi langsung dalam proses pengisiannya.
2. Variabel pada penelitian ini menghasilkan pengaruh sebesar 22% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain, seperti koneksi internet, perangkat yang digunakan oleh nasabah, dan sebagainya.

Saran

1. Peneliti berikutnya dapat menggunakan Bank selain Bank BCA, yang mana fitur antar bank jelasnya berbeda, seperti Bank BRI, Mandiri, BNI, Maybank, dan sebagainya.

2. Peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lain diluar penelitian ini, seperti kenyamanan, kemampuan pengguna dalam mengakses data, kecepatan bertransaksi, dan lainnya.
3. Peneliti berikutnya dapat melakukan wawancara langsung terhadap nasabah yang melakukan pengisian kuesioner. Hal ini dimaksudkan agar jika nasabah kebingungan atas kuesioner yang diajukan, mereka bisa langsung meminta penjelasan dari peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Wati Aris. 2011. Proses Kerja Dan Dampak Dari Mesin ATM. *Jurnal Akuntansi, Bidang Ekonomi Volume 8 No.1*
- Cooper dan Schindler, Pamela S., 2017, Metode Penelitian Bisnis, Edisi 12 Buku 2, Jakarta, SalembaEmpat.
- Farizi, Hadyan., dan Syaefullah., 2016. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*. Jurnal Akuntansi, Universitas Brawijaya. Malang
- Astia, Retania dan Baridwan, Zaki., 2014, Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dan minat untuk menggunakan layanan internet banking dengan memodifikasi model TAM Akturan, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. Vol 2.No 1.
- Fatmawati, Endang. 2015. “Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan”. Jurnal Iqra 09.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giantari, I Gst Ayu K., Djumilah Z., Mintarti R. and Solimun 2015. The role of perceived behavioral control and trust as mediator of experience on online purchasing intentions relationship a study on youths in denpasar city (Indonesia). *International Journal of Business and ManagementInvention*.2(1), PP:30-38
- Indriantoro dan Supomo, Bambang., 2014, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta.
- Irmadhani dan Mahendra Adhi Nugroho. 2011. “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking pada Mahasiswa SI Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”. Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta. Vol.1No.3. pp. 1-20.
- Istiarni, Panggih Rizki. 2014. Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking Di Indonesia). Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kurniawan, 2017, perkembangan E-Banking Di Indonesia, Ilmu Teknologi Informasi, ilmuti.org
- Mandalamaya.2014. Pengertian *Internet banking*. <https://goo.gl/pNhGJR>

- Ninggar, Rizky. 2016. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Kredibilitas Terhadap Adopsi Internet Banking CIMB Niaga Di Surabaya. Artikel Ilmiah STIE PERBANAS. Surabaya.
- Nurastuti, Wati Aris(2011), Proses Kerja dan Dampak Dari Mesin ATM. *Majalah Ilmiah UNIKOM. Vol.8 No. 1: Hal 21-24.*
- Nurseno, Baskoro., 2017. *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap penggunaan internet banking pada Bank Syariah Bukopin di Semarang.* Diploma Thesis, UIN Walisongo.
- Ramadhan, Reza, 2016.,Persepsi Kemudahan Penggunaan,Persepsi Kredibilitas, Dan Persepsi Harga Pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Di Bank Syariah Mandiri Surabaya, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga
- Sugiyono, 2016.“*Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”. Bandung: CV Alfabeta.
- Wahyono, Budi.2015. *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Pedan Tahun 2013.*Tesis. PPs UNS
- Yudha, HafidNur (2015). “AnalisisPengaruhPersepsiNasabahPerbankanTerhadap Internet Banking Adaption (Studi pada Nasabah Perbankan yang menggunakan Internet Banking di Kota Surakarta)”. *Volume 4, Nomor 4, tahun 2015, Halaman 1.ISSN : 2337-3806.*

*) Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang

**) Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang

***) Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang