

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian-Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang *mobile banking* telah banyak dilakukan oleh peneliti di berbagai negara. Adapun jenis *mobile banking* yang paling banyak diteliti adalah *sms banking* dan aplikasi *mobile banking*. Penelitian ini dilakukan tidak lepas dari hasil kajian peneliti-peneliti terdahulu yang tidak lepas dari topik penerimaan *mobile banking*.

Melalui penelitian dengan judul “*Internet banking in Jordan: The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) perspective*” pada tahun 2007 di Yordania, E. Abu Shanab dan J.M Pearson berusaha menginvestigasi faktor-faktor penentu apa saja yang mempengaruhi adopsi *Internet Banking* dan dan menvalidasinya dengan menggunakan model UTAUT. Dari survei terhadap 940 nasabah Bank di Yordania diperoleh diperoleh bahwa faktor ekspektasi kinerja (PE), ekspektasi manfaat (EE), dan pengaruh sosial (SI) memberikan dampak yang paling signifikan dibandingkan variabel lainnya terhadap nasabah dalam mengadopsi *internet banking*.

Penelitian berikutnya di China pada tahun 2010 oleh Tao Zhou, Yaobin Lu dan Bin Wan dengan judul “*Integrating TTF and UTAUT to explain mobile banking user adoption*” berusaha meneliti tentang persepsi user dalam mengadopsi teknologi dengan mempertimbangkan manfaat, kemudahan penggunaan, dan pengaruh pergaulan. Dengan menggabungkan model UTAUT

dan TTF (*Task Tecknology Fit*) dan survei terhadap 250 responden diperoleh hasil bahwa faktor ekspektasi manfaat (PE), TTF, pengaruh sosial (SI) dan kondisi fasilitas (FC) memberikan pengaruh signifikan terhadap adopsi *mobile banking* oleh *user*. Dan juga TTF (*Task Tecknology Fit*) berpengaruh secara signifikan terhadap ekspektasi manfaat (PE).

Pada tahun 2012 Chian Son Yu melakukan penelitian di Taiwan dengan judul “*Factors Affecting Individuals to Adopt Mobile Banking: Empirical Evidence from the UTAUT model*” dengan 441 responden dari survei yang dilakukan. Dengan menggabungkan model UTAUT, PSC, dan PSE, Chian Son Yu dengan tujuan memperkaya ilmu pengetahuan meneliti tentang faktor apa saja yang mempengaruhi individu dalam menggunakan *mobile banking* dan dengan model UTAUT berusaha menginvestigasi faktor orang mengadopsi *mobile banking*. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa intensitas untuk mengadopsi *mobile banking* sangat besar dipengaruhi oleh faktor pengaruh sosial (SI),PFC, ekspektasi manfaat (PE), and PC.

Selanjutnya penelitian dengan judul “*Understanding the Internet Banking adoption: A Unified theory of acceptance and use of technology and perceived Risk application*” pada tahun 2013 oleh Carolina Martins, Tiago Oliveira, dan Ale Popovi melakukan penelitian di Portugal. Dengan menggabungkan UTAUT dan PR (*Perceived Risk*) berusaha meneliti tentang *behaviour intention* dan *usage behaviour* adopsi *internernet banking*. Hasil penelitian ditemukan bahwa faktor ekspektasi manfaat (PE), ekspektasi kinerja (EE), pengaruh sosial (SI) dan resiko menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap BI (*behaviour intention*) dan BI

(*behaviour intention*) berpengaruh terhadap penggunaan atau adopsi *internet banking*.

2.2 Model Penelitian dan Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Model Penelitian Yang Disusulkan

Mobile banking yang menjadi obyek penelitian disini adalah semua jenis layanan perbankan yang dapat diakses melalui layanan perangkat *mobile*, baik dalam bentuk aplikasi *mobile banking*, *sms banking*, maupun melalui *browser* yang tersedia pada perangkat *mobile*. Nasabah dapat melakukan berbagai transaksi seperti cek saldo, transfer, pembayaran, pembelian, dan layanan lainnya yang tersedia dalam fitur-fitur *mobile banking*.

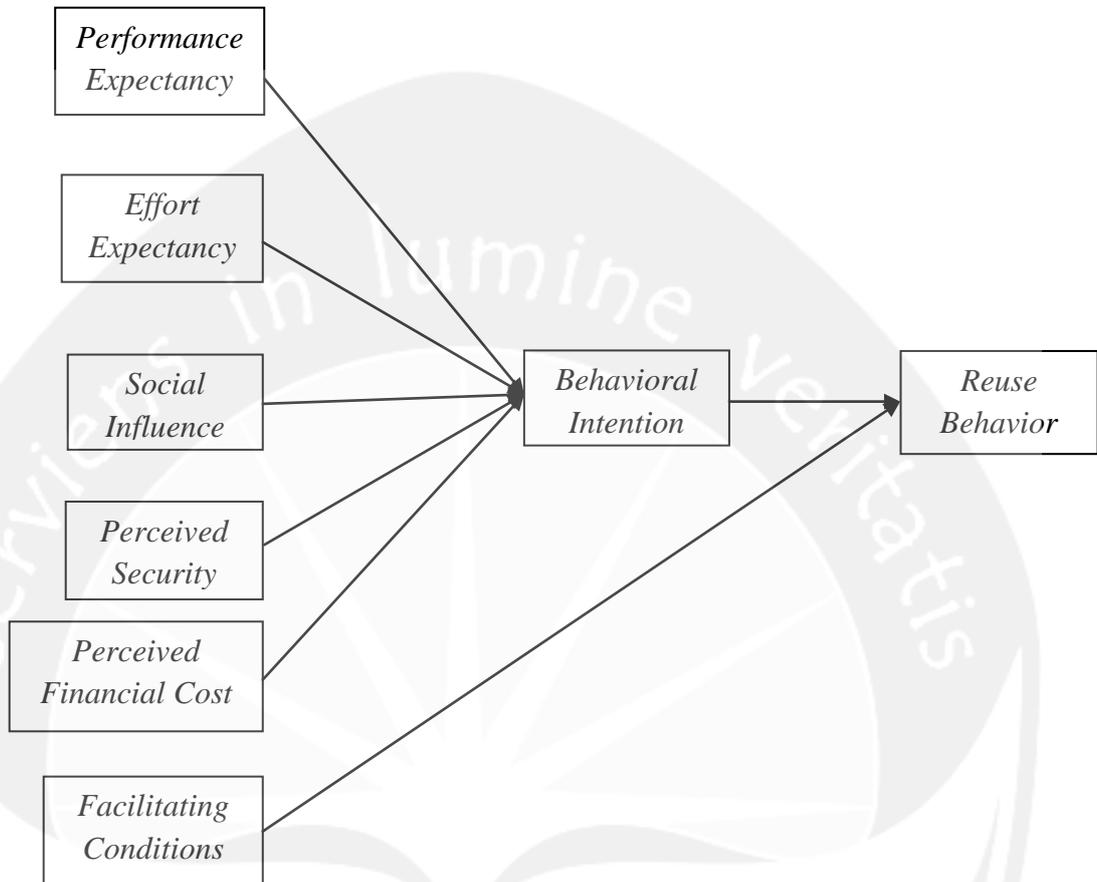
Model UTAUT digunakan sebagai dasar dalam penelitian ini, dengan modifikasi tambahan dua variabel utama yaitu variabel persepsi keamanan dan variabel persepsi biaya. Kedua variabel ini merupakan bagian dari *perceived risk* (resiko yang dirasakan). Modifikasi dianggap perlu dilakukan untuk lebih menyesuaikan dengan kondisi yang ada di tempat penelitian. Variabel persepsi keamanan digunakan karena dianggap sesuai dengan karakteristik *mobile banking* yang rentan terhadap tindakan kejahatan. Sedangkan variabel persepsi biaya ditambahkan karena peneliti menganggap bahwa di tempat penelitian persepsi biaya masih menjadi pertimbangan bagi pengguna untuk mengadopsi *mobile banking* ((Wessel & Drennan, 2010); (Hanafizadeh et al., 2012); (Yu, 2012)).

Menurut Featherman dan Pavlou (2003) yang dikutip dari (Martins et al., 2013) resiko yang dirasakan (*perceived risk*) adalah potensi kerugian yang

dirasakan dalam penggunaan teknologi informasi khususnya *e-service*. Mereka mengidentifikasi ada tujuh jenis resiko yaitu (i) resiko kinerja, (ii) resiko keuangan, (iii) resiko waktu, (iv) resiko psikologis, (v) resiko sosial, (vi) resiko privasi, dan (vii) resiko secara keseluruhan. Jika Featherman dan Pavlou mengkombinasikan TAM dan PR (*perceived risk*), maka Martins dkk menggunakan UTAUT dan PR (*perceived risk*), keduanya sama-sama berusaha membuktikan pentingnya resiko yang dirasakan dalam menggunakan layanan berbasis teknologi informasi.

Variabel moderator berupa gender, umur, pengalaman dan kesukarelaan penggunaan dalam UTAUT tidak digunakan, karena penelitian ini merupakan penelitian yang hanya mengobservasi fenomena penggunaan *mobile banking* pada satu titik waktu tertentu (*cross-sectional*). Berbeda dengan UTAUT yang dikembangkan melalui penelitian *longitudinal* (Riyandra P, 2015). Variabel moderator sukarela (*volunter*) tidak layak digunakan karena tidak ada unsur wajib atau kewajiban dalam penggunaan *mobile banking*. Sedangkan variabel pengalaman (*experience*) tidak digunakan karena pada saat observasi hanya diselidiki pada saat itu saja (Martins et al., 2013).

Berikut merupakan model penelitian yang diusulkan :



Gambar 2.1 Model penelitian yang diusulkan

2.2.2 Pengembangan Hipotesis

1. Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Dalam UTAUT ekpektasi kinerja/harapan kinerja (*performance expectancy*) mirip dengan manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) dari TAM/TAM2, keuntungan relatif (*relative advantage*) dari IDT, dan *outcome expectations* dari SCT. Semuanya menjelaskan tentang sejauh mana individu-individu percaya bahwa dengan menggunakan sebuah sistem dapat membantu mencapai keuntungan dalam pekerjaan mereka (Venkatesh et al., 2003). Dalam hal ini, ekspektasi kinerja mencerminkan persepsi pengguna bahwa ada

peningkatan kinerja atau keuntungan yang dirasakan dengan menggunakan *mobile banking* seperti proses pembayaran yang nyaman, respon yang cepat dan pelayanan yang lebih efektif (Zhou et al., 2010). Ekspektasi kinerja dianggap sebagai konsep yang paling ampuh untuk menjelaskan niat menggunakan sebuah sistem terlepas dari jenis lingkungan, wajib atau sukarela (Luo et al., 2010). Oleh karena itu diusulkan bahwa :

H1 : Ekspektasi kinerja berhubungan positif dengan niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking*.

2. Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Ekspektasi usaha dalam UTAUT memiliki kesamaan dengan kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*) dari TAM, kompleksitas (*complexity*) dari MPCU dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) pada IDT (Venkatesh et al., 2003). Ekspektasi usaha/harapan usaha menurut UTAUT menjelaskan persepsi pengguna tentang tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sebuah sistem, dalam hal ini berkaitan dengan kemudahan belajar untuk menggunakan atau terampil menggunakan *mobile banking*. Maka diusulkan :

H2 : Ekspektasi usaha berhubungan positif dengan niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking*.

3. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Pengaruh sosial mirip dengan norma subyektif dari TRA, TAM2, TPB/DTPB, TAM+TPB, faktor-faktor sosial dari MPCU, dan *image* dari IDT. Menurut UTAUT pengaruh sosial berpengaruh langsung terhadap niat

perilaku. Pengaruh sosial didefinisikan sebagai derajat seorang individu merasakan bahwa penting bagi orang lain untuk percaya bahwa ia menggunakan teknologi terkini yang sesuai dengan harapan orang lain (Venkatesh et al., 2003). Perilaku individu ini dipengaruhi oleh pendapat orang sekitar individu tersebut seperti rekan kerja, kenalan, anggota keluarga maupun staf dari pihak bank yang merasakan manfaat penggunaan *mobile banking*. Seorang individu kadang merasa bahwa dengan menggunakan teknologi terkini seperti *mobile banking*, ia menjadi terlihat trendi dan profesional (Oliviera et al., 2014).

H3 : Pengaruh sosial berhubungan positif dengan niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking*.

4. Persepsi Keamanan (*Perceived Security*)

Persepsi keamanan atas *mobile banking* secara umum mirip dengan persepsi keamanan atas perdagangan elektronik (*e-commerce*), yang mana di dalamnya termasuk persepsi pengguna atas otentifikasi dan kerahasiaan data yang dipertukarkan selama transaksi hanya dibatasi untuk pengguna yang sah saja. Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh dari *perceived security* dari pengguna pada niat untuk menggunakan (*intention to use*) *mobile banking*. Layanan *mobile banking* rentan diretas oleh pelaku kejahatan karena *mobile banking* memproses data-data keuangan antara bank dan nasabah. Pengguna akan lebih cenderung untuk berniat menggunakan *mobile banking* jika mereka mempunyai persepsi bahwa layanan *mobile banking* yang disediakan oleh bank telah dirancang dan mempunyai sistem yang aman dari tindakan pelaku

kejahatan (Riyandra P, 2015). Hubungan antara persepsi keamanan (*perceived security*) dengan perilaku niat untuk menggunakan *mobile banking* dapat dinyatakan dalam hipotesis sebagai berikut:

H4: Persepsi keamanan (*perceived security*) memiliki pengaruh positif terhadap perilaku niat (*behavioral intention*) untuk menggunakan aplikasi *mobile banking*.

5. Persepsi Biaya (*Perceived Financial Cost*)

Penelitian tentang penerimaan teknologi *mobile banking* pada umumnya menekankan pada persepsi pengguna dari segi teori psikologis dan sosiologi. Namun ada beberapa penelitian membuktikan bahwa pengaruh ekonomi juga dalam hal ini biaya berpengaruh dalam penggunaan atau adopsi *mobile banking* (Yu, 2012). Persepsi biaya yang dimaksud adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dia cukup memiliki sumber daya (uang) untuk membayar suatu sistem. (Wessel & Drennan, 2010) dalam penelitian mereka tentang pengaruh biaya pada niat penggunaan, menyimpulkan bahwa ada hubungan negatif antara biaya yang dirasakan dan niat menggunakan *mobile banking*. Hal ini juga didukung oleh (Hanafizadeh et al., 2012) yang menyatakan bahwa semakin besar biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan layanan *mobile banking*, maka semakin kecil penggunaannya. Dengan kata lain biaya yang dirasakan dapat menjadi penghalang besar bagi adopsi *mobile banking*. Maka diusulkan hipotesis sebagai berikut :

H5 : Persepsi biaya berhubungan negatif dengan niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking*.

6. Kondisi-kondisi Pemfasilitasi (*Facilitating Conditions*)

Kondisi memfasilitasi mirip dengan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) dari TPB, TPB+TAM, kondisi-kondisi pemfasilitasi dari MPCU dan kompatibilitas (*compatibility*) dari IDT. Kondisi memfasilitasi dalam UTAUT mencerminkan pengaruh ketersediaan infrastruktur pengguna dan teknis untuk mendukung penggunaan *mobile banking*, seperti pengetahuan dan sumber daya lainnya.

H6 : Kondisi memfasilitasi berpengaruh positif dengan perilaku penggunaan *mobile banking*

7. Niat Perilaku (*Behavioral Intention*)

Niat untuk menggunakan teknologi adalah sebuah konsep sentral dalam TAM (Davis, 1989) dan UTAUT (Venkatesh et al., 2003). Model UTAUT menunjukkan bahwa kinerja seseorang dari perilaku tertentu ditentukan oleh perilaku niatnya untuk melakukan perilaku tersebut, dan perilaku niat secara bersama-sama ditentukan oleh sikap orang tersebut dan norma subyektif (Ajzen & Fishbein, 1980). Dalam penelitian ini perilaku niat (*behavioral intention*) merupakan variabel dependen sekaligus sebagai variabel perantara. Hubungan antara perilaku niat dengan perilaku menggunakan dalam adopsi *mobile banking* dapat dinyatakan dalam hipotesis sebagai berikut:

H7: Niat Perilaku (*behavioral intention*) memiliki pengaruh positif terhadap perilaku menggunakan kembali (*reuse behavior*) untuk menggunakan aplikasi *mobile banking*.