

ANALISIS FAKTOR PENGARUH PENERIMAAN *INTERNET BANKING* PADA NASABAH BANK DI SURABAYA

M. Sholehuddin Hadi, Tri Lathif Mardi Suryanto, Asif Faroqi

E-mail: sholehuddinhadi@gmail.com, trilathif.si@upnjatim.ac.id, asif.si@upnjatim.ac.id

^{1, 2, 3}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Abstrak

Internet banking adalah sebuah layanan yang disediakan oleh perbankan yang memungkinkan nasabah dengan mudah mendapatkan informasi, melakukan komunikasi, dan transaksi melalui *internet*. Kenyataannya banyak nasabah yang mempunyai fasilitas *internet banking* namun tidak pernah memanfaatkannya, kondisi ini dikarenakan pengoperasian sistem dirasa rumit dan tidak semua orang paham cara menggunakannya. Sehingga penelitian ini dibuat untuk menganalisis faktor-faktor pengaruh penerimaan *internet banking* pada nasabah bank. Penelitian ini bersifat kuantitatif serta penggunaan model UTAUT sebagai pendekatan permasalahan, sedangkan pengambilan responden menggunakan kaidah *random sampling*. Data yang diperoleh, diolah dan dianalisis dengan menggunakan software SmartPLS. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yakni ditemukannya hubungan yang signifikan terhadap *behavior intention* yaitu faktor *effort expectancy* dan faktor *facilitating condition*. Sedangkan faktor *performance expectancy*, *social influence* tidak signifikan terhadap *behavioral intention*.

Kata kunci: *internet banking*, UTAUT, evaluasi penerimaan, *behavioral intention*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini memengaruhi aspek kehidupan masyarakat dengan berbagai cara. Pada perkembangan teknologi saat ini juga bisa berpengaruh pada industri perbankan [1]. Industri perbankan juga mengikuti perkembangan teknologi dengan mengembangkan layanan pelanggan atau nasabah. Layanan perbankan berbasis teknologi ini mempunyai peluang bagi bank yang telah berada di Indonesia baik bank pemerintah maupun bank-bank swasta, karena pada media internet merupakan sebuah inovasi yang memiliki peluang dan menantang pada pengembangannya. Bentuk dari pengembangan teknologi dalam perbankan dengan basis teknologi (*electronic transaction*) berupa aplikasi perbankan secara elektronik yaitu *internet banking* [1].

Banyaknya nasabah yang memanfaatkan dan menggunakan fasilitas *internet banking* namun ada yang tidak pernah memanfaatkannya, dikarenakan pengoperasian sistem yang kadang merasa rumit dan tidak semua orang paham cara menggunakannya. Faktor lain adalah tingkat kemampuan nasabah dalam menggunakan komputer, faktor ini juga memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking*.

Terdapat suatu model teori yang dapat menggambarkan tingkat penggunaan terhadap suatu teknologi yaitu Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). UTAUT dikembangkan oleh Venkathesh ddk pada tahun 2003 merupakan teori model kombinasi dari delapan model sebelumnya yang merupakan *user acceptance of technology* atau model-model penerimaan pada suatu teknologi. Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan diatas, maka penting untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam penggunaan layanan *internet banking* menggunakan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*).

1.1 Teknologi Informasi

Teknologi informasi merupakan bagian dari Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) [2] dan merupakan istilah terhadap berbagai macam hal dan sebuah kemampuan dalam pembentukan, penyimpanan, dan penyebaran informasi. Bentuk dari

sebuah teknologi tidak hanya sebatas teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang dapat memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga sebuah teknologi komunikasi yang berguna untuk mengirimkan informasi [3].

1.2 Internet Banking

Internet banking merupakan sebuah layanan yang disediakan oleh perbankan yang memungkinkan nasabah dengan mudah mendapatkan informasi, melakukan komunikasi, dan transaksi melalui *internet*. Definisi serupa tentang *internet banking* yaitu melakukan transaksi, pembayaran dan transaksi lainnya dengan melalui internet [4]. Melalui internet banking nasabah bank dapat memeriksa dan melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja. Kemudahan ini yang menjadi salah satu keunggulan layanan perbankan.

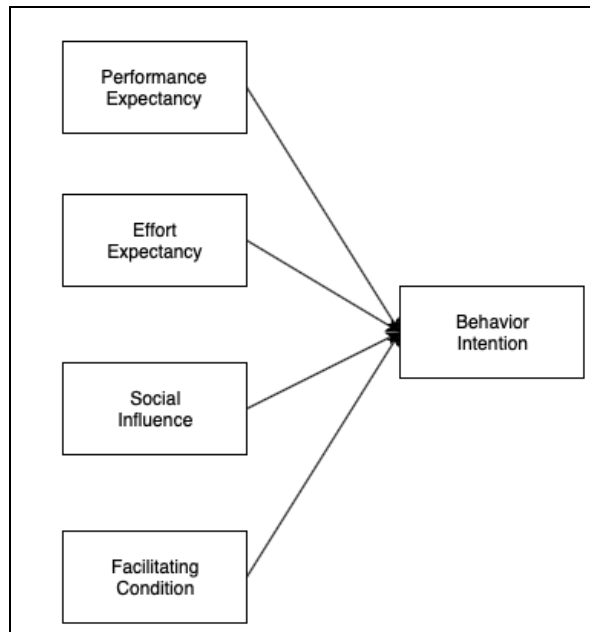
1.3 UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)

UTAUT adalah suatu model yang dikembangkan oleh Venkatesh, dkk. Yang merupakan model yang berhubungan penerimaan suatu teknologi yang telah disusun berdasarkan delapan model sebelumnya. Model UTAUT telah terbukti berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi yang lain dalam menjelaskan hingga 70% varian pengguna [5]. Selain itu penelitian penerimaan pada penggunaan *internet banking* dilakukan oleh Ali Tarhini [6] yang menunjukkan hasil yang signifikan terhadap variabel serta indikatornya. Hal ini dapat di simpulkan bahwa model UTAUT layak untuk digunakan menganalisis penerimaan penggunaan *internet banking*.

2. METODOLOGI

2.1 Model Konseptual dan hipotesis

Gambar 1 merupakan gambar model konseptual yang berdasarkan UTAUT [6]



Gambar 1. Model Konseptual

Berdasarkan gambar 1 terdapat variabel terikat (*dependent variable*) pada model analisis yaitu *behavior intention*. variabel bebas (*independent variable*) pada model analisis ini adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition*. Variabel mediasi (*Intervening*

2.1.1 Performance expectancy

Didefinisikan mendefinisikan ekspetasi kinerja (*performance expectancy*) sebagai tingkat dimana seseorang menggunakan suatu teknologi atau suatu sistem dapat

memperoleh keuntungan yang berhubungan dengan kinerja pada pekerjaan [7]. Menurut hasil observasi, *internet banking* merupakan hal yang sangat penting dalam hal keuangan tak terkecuali dalam pembelian barang yang berhubungan dengan perkuliahan seperti membeli buku atau yang lain yang berbasis *e-commerce*, *internet banking* berfungsi sebagai alat dan cara pembayaran dalam membeli barang di *e-commerce* menunjang kinerja dalam perkuliahan sekaligus kesehariannya dan dengan melihat kegunaan, motivasi, dan keuntungan yang menunjang kinerja dalam pekerjaannya terdapat pada aplikasi Tokopedia timbul minat yang memengaruhi memakai aplikasi tersebut. Berdasarkan uraian tersebut mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Performance expectancy* memengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan *internet banking*.

2.1.2 *Effort expectancy*

Effort expectancy didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan teknologi terhadap konsumen [7]. Menurut hasil observasi, kemudahan dalam pengoperasian aplikasi *internet banking* seperti mudahnya dalam hal yang utama adalah transfer sesama bank atau berbeda bank dengan hanya mengetik nomor rekening tujuan dan tidak harus ke cabang bank terdekat dan tidak perlu membutuhkan waktu yang lebih. Kemudahan penggunaan teknologi menimbulkan perasaan minat dalam menggunakan teknologi informasi dan juga menimbulkan seseorang merasa nyaman jika bekerja dengan menggunakannya [8]. Berdasarkan uraian tersebut maka mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Effort expectancy* memengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan aplikasi *internet banking*.

2.1.3 *Social Influence*

Social influence didefinisikan bahwa seorang individu harus menggunakan sistem baru dikarenakan oleh pengaruh dari orang lain seperti rekan kerja, atasan dan organisasi [7]. Menurut observasi, pengaruh *social influence* sangat berpengaruh untuk menggunakan aplikasi *internet banking* seperti pada saat teman temannya saat membeli kebutuhan kuliah atau sehari-hari contohnya adalah pulsa atau paket data dan tiket pesawat atau kereta untuk liburan atau pergi untuk mudik melalui *e-commerce* secara langsung untuk metode pembayarannya adalah menggunakan *internet banking*, maka dari itu pengaruh sosial (*social influence*) mempunyai pengaruh terhadap niat menggunakan (*behavioral intention*) aplikasi Tokopedia. Berdasarkan uraian tersebut maka mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: *Social Influence* memengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan *internet banking*.

2.1.4 *Facilitating conditions*

Facilitating condition didefinisikan sebagai persepsi seseorang atau konsumen terhadap sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk melakukan perilaku [7]. Sumber daya dan dukungan tersebut dapat berasal dari pengguna maupun instansi penyedia layanan, misalnya adanya pusat bantuan yang dapat dihubungi ketika pengguna kesulitan menggunakan. Menurut hasil observasi, semakin banyak fasilitas yang disediakan maka semakin besar kemungkinan untuk menggunakan secara nyata aplikasi *internet banking* seperti banyaknya fitur dan sumber daya yang disediakan pada aplikasi *internet banking* seperti pembayaran pulsa, internet dan lain-lain. Berdasarkan dari uraian, *facilitating condition* berpengaruh pada menggunakan secara nyata *internet banking* maka dari itu diusulkan hipotesis sebagai berikut:

H6: *Facilitating condition* memengaruhi *actual usage* untuk menggunakan *internet banking*.

2.1.5 *Behavior Intention*

Niat atau *intention* merupakan prediktor terbaik, dimana *intention* adalah representasi kognitif dari kesiapan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu

[9]. Menurut hasil observasi, alasan untuk faktor dalam penggunaan sebenarnya *actual usage* yaitu jika faktor minat pada pengguna untuk memakai teknologi informasi sudah terpenuhi. Berdasarkan dari uraian, *behavior intention* berpengaruh pada penggunaan sebenarnya (*actual usage*) pada internet banking maka dari itu diusulkan hipotesis sebagai berikut:

H7: *Behavior intention* memengaruhi *actual usage* untuk menggunakan *internet banking*.

2.2 Desain Penelitian

Setelah menentukan model penelitian, survei dirancang dan pengumpulan data dilakukan. Selanjutnya adalah membuat instrumen kuesioner berdasarkan indikator-indikator yang terdapat pada setiap variabel yang didasari penelitian sebelumnya yang kemudian disebarakan kepada responden.

2.3 Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah salah satu hal utama dalam penelitian, berikut ini adalah beberapa macam data yang harus diambil selama penelitian berlangsung. Pengumpulan data dilakukan secara primer yakni menyebarkan kuesioner kepada responden sebagai alat ukur dari penelitian kuantitatif.

2.4 Populasi dan Sampel

Populasi yang didapatkan yaitu berasal dari nasabah Maybank cabang Arjuno yang berjumlah 436. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan teknik *non random sampling purposive sampling* atau cara pengambilan sampel dengan menetapkan ciri yang sesuai dengan tujuan. Pada jumlah responden ditentukan dari rumus Slovin yang menghasilkan 81 responden yang pernah bertransaksi dan menggunakan layanan *internet banking*.

2.5 Pengukuran Data

Variabel dalam penelitian ini adalah ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi pemfasilitasi (*facilitating condition*) dan niat perilaku (*behavioral intention*). Seluruh item pertanyaan tersebut diukur menggunakan skala likert, mulai dari 1 “Sangat Tidak Setuju” hingga 5 “Sangat Setuju”. Pengukuran data dilakukan dengan menggunakan software SmartPLS.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Composite Reability

Pada pengujian composite reliability menggunakan nilai composite reability dan cronbach’s alpha. Pada nilai composite reability nilai yang harus dipenuhi adalah minimal 0.7 sedangkan untuk cronbach’s alpha adalah 0.7 sampai 0.8 sudah disebut cukup baik. Nilai ini menunjukkan internal consistency yaitu nilai composite reliability yang tinggi menunjukkan nilai konsistensi dari masing-masing indikator dalam mengukur konstruksya. Berikut ini hasil dari composite reability:

Tabel 1. *Composite Reability*

Variabel	Composite Reability	Cronbach’s Alpha
BI	0.950	0.920
EE	0.820	0.717
FC	0.811	0.665
PE	0.884	0.827
SI	0.731	0.784

Sumber: Output Olah Data

Dapat dilihat pada tabel 4.21 masing-masing variabel sudah memenuhi syarat dari nilai *composite reliability* yang sudah diatas 0.7 dan *Cronbach's Alpha* sudah diatas 0.6. Sehingga model ada penelitian ini telah memenuhi syarat uji reliabilitas.

3.2 R Square

Berdasarkan pengolahan data menggunakan SmartPLS didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil R-Square

	R Square
BI	0.327

Nilai R-Square untuk variabel laten *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition* yang memengaruhi variabel *behavioral intention* dalam model struktural memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.327 yang dapat diinterpretasikan 32.7%, sehingga 67.3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel tersebut.

3.3 Predictive Relevant

Predictive relevance atau *Q-square* yaitu mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-square* harus > 0 dimana menunjukkan model memiliki predictive relevance yang baik (Ghozali, 2011). Nilai Q^2 , adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Q^2 &= 1 - (1 - R_1^2) \dots (1 - R_p^2) \dots \dots \dots (1) \\
 &= 1 - (1 - 0.327) \\
 &= 0.327
 \end{aligned}$$

Pada hasil perhitungan *Predictive relevance* didapatkan nilai 0.327, yang dimana nilai tersebut lebih besar dari nol. Hal tersebut menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance* yang dapat menjelaskan model sebesar 32.7%.

3.4 Model Fit

Bagian index fit atau model fit pada penelitian ini akan menggunakan *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR). Untuk lebih detailnya sebagai berikut:

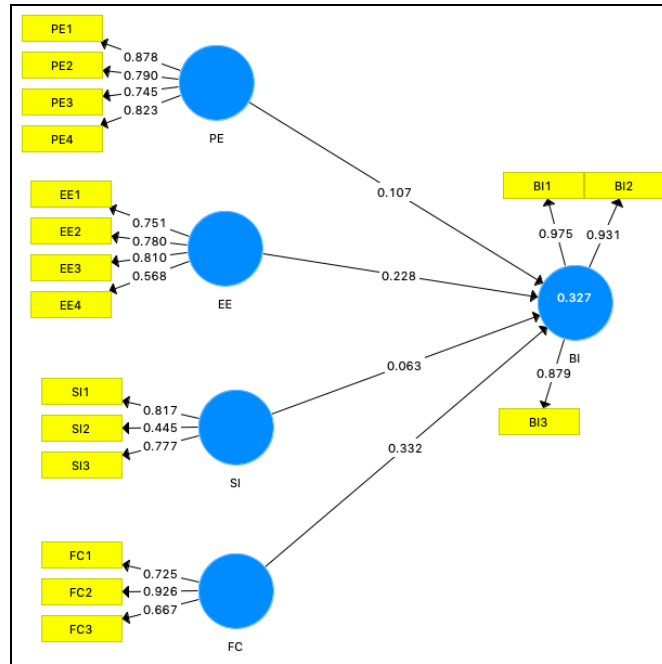
Tabel 3. Model Fit

Statistik	Saturated Model	Estimated Model	Kesimpulan
<i>Standardized Root Mean Square Residual</i> (SRMR)	0.139	0.139	Diterima
	$0 < 0.10$		

Pada tabel 4.23 merupakan hasil dari model fit yang menggunakan *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR). Nilai kurang dari 0,10 atau 0,08 dianggap cocok. SRMR dianggap sebagai ukuran *goodness of fit* untuk PLS-SEM yang dapat digunakan untuk menghindari kesalahan spesifikasi model. Salah satu alasan indeks SRMR dalam penelitian adalah independensi atau ketidak terikatan relatifnya dari ukuran sampel. Hasil yang dihasilkan pada pengujian model fit yaitu sebesar 0.134 yang nilai tersebut diantara 0.10 dan 0.08 berarti model pada penelitian ini sudah memenuhi analisis model fit yang benar.

3.5 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan perhitungan terhadap variabel eksptasi kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*, kondisi pemfasilitasi (*facilitating condition*) dan niat perilaku (*behavioral intention*). Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan oleh peneliti terdapat tujuh hipotesis.



Gambar 2. Hasil Struktural Model

Tabel 4. Path Coefficients

	Original Sample (O)	Standard Deviations (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
EE -> BI	0.228	0.114	2.005	0.046	Signifikan
FC -> BI	0.332	0.087	3.806	0.000	Signifikan
PE -> BI	0.107	0.097	1.101	0.271	Tidak Signifikan
SI -> BI	0.063	0.094	0.672	0.672	Tidak Signifikan

Pertama adalah hubungan ekspetasi kinerja berpengaruh terhadap minat menggunakan. Peneliti menemukan hasil yang menunjukkan bahwa ekspetasi kinerja terhadap minat menggunakan berpengaruh tidak signifikan. Kemungkinan tidak signifikannya yaitu berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Admaja Dwi Herlambang dan Arimbi Dewayanti [10] *performance expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dikarenakan pengguna atau nasabah memang fokus terhadap kerja atau menggunakan dari layanan *mobile banking* dengan memanfaatkan layanan tersebut untuk mendapatkan sebuah keuntungan, sedangkan yang didapatkan oleh peneliti pada hasil observasi terhadap beberapa responden menyatakan bahwa ada alasan tertentu yang membuat minat untuk menggunakan yaitu seperti keterbatasan layanan *internet banking* contohnya yaitu untuk melakukan pergantian buku tabungan, mencairkan sejumlah uang di cek, transfer dalam jumlah besar dan pembukaan deposito yang mengharuskan datang ke bank secara fisik atau langsung. Pada faktor tersebut dikarenakan kebutuhan berbagai beragam jenis nasabah yang mengharuskan datang ke bank secara fisik dapat memengaruhi secara langsung pada minat untuk menggunakan layanan *internet banking*.

Kedua adalah hubungan harapan usaha berpengaruh terhadap minat menggunakan. Peneliti menemukan hasil yang menunjukkan bahwa harapan usaha terhadap minat menggunakan berpengaruh signifikan. Hal ini sesuai dengan penelitian pertama adalah yang dilakukan oleh [10] yang menghasilkan temuan bahwa *effort expectancy* atau harapan usaha dapat memengaruhi minat menggunakan layanan *mobile*

banking pada bank BRI dan kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi juga menjadi perhatian bagi penggunanya. Karena aplikasi yang bersifat *user friendly* dapat membuat pengguna merasa nyaman untuk mengoperasikannya.

Ketiga adalah hubungan pengaruh sosial terhadap minat menggunakan. Peneliti menemukan hasil yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial terhadap minat menggunakan berpengaruh tidak signifikan. Dengan kata lain, teman dan keluarga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan untuk mengadopsi *internet banking* dikarenakan nasabah cenderung mengakses sendiri tanpa adanya alasan apapun kecuali keamanan.

Keenam adalah hubungan kondisi fasilitas terhadap minat menggunakan. Peneliti menemukan hasil yang menunjukkan bahwa kondisi fasilitas terhadap minat menggunakan berpengaruh signifikan. Hal ini sesuai dengan yang pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Herlambang & Dewayanti yang berjudul "Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking*" yang menyimpulkan bahwa yang menjadi faktor dalam minat pada pengguna seperti *smartphone*, jaringan, panduan untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini terbukti dengan analisis deskriptif, pada indikator FC1, FC2 dan FC3 menunjukkan angka yang sering dipilih oleh responden adalah 4 yang berarti responden setuju [10].

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden atau pengguna *internet banking* sudah mempunyai sumber daya untuk mengakses dan menggunakan *internet banking* seperti *smartphone*, laptop, dan pasti internet yang memadai. Setelah itu pengguna *internet banking* sudah memiliki pengetahuan yang digunakan untuk mengakses maupun bertransaksi menggunakan layanan *internet banking*. Responden juga merasa bahwa *internet banking* pada Maybank sudah memiliki *call center* atau *customer center* yang baik dan juga bisa membantu nasabah ketika kesulitan memakai atau bertransaksi menggunakan *internet banking*. Pada pembahasan tersebut terbukti pengguna layanan *internet banking* telah memenuhi kondisi fasilitas yang baik.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil yang diperoleh dari penelitian ditemukan faktor yang signifikan terhadap variabel *behavior intention* yaitu *effort expectancy*, *facilitating condition*. Faktor *performance expectancy* dan *social influence* tidak signifikan terhadap *behavioral intention*. Berdasarkan hasil pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa *performance expectancy* atau harapan kinerja dan *social influence* atau pengaruh sosial tidak signifikan. Oleh karena ini, perlu ada sosialisasi yang lebih luas lagi dari pihak perbankan mengenai seberapa pentingnya kinerja dan seberapa pentingnya kinerja atau fitur yang di dapatnya sehingga nasabah dapat lebih memanfaatkan layanan *internet banking* secara maksimal. Selain itu untuk harapan kinerja, ditemukan keterbatasan fitur yang tidak terdapat pada layanan *internet banking* sehingga pihak perbankan perlu memberi fitur salah satunya adalah menambah jumlah maksimal dalam hal transfer dana.

Bagi Pemerintah, harapan kinerja yang tidak signifikan dapat dianggap bahwa nasabah pada *internet banking* di Maybank belum dapat memanfaatkan layanan tersebut dengan maksimal. Oleh karena itu dapat diharapkan pemerintah untuk meningkatkan teknologi dalam perbankan saat ini mengikuti kemajuan teknologi saat ini seperti meningkatkan jumlah transaksi non tunai ditengah masyarakat.

5. DAFTAR RUJUKAN

- [1] Yulianti, W. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Di Surabaya. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

- [2] Darimi, I. (2017). Teknologi Informasi Dan Komunikasi Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Efektif. Banda Aceh: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Volume 1, Nomor 2, 111-121
- [3] Putri, A. M. (2016). Pola Penerimaan Mahasiswa Terhadap Presensi Rfid Stikom Surabaya Menggunakan (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) 2 Models
- [4] Fitriana, A. (2015). Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking BCA
- [5] Ridwan Daud Mahande, J. D. (2017). UTAUT Model: Suatu Pendekatan Evaluasi Penerimaan E-Learning pada Program Pascasarjana. Makassar
- [6] Ali Tarhini, Mazen El-Masri, Maged Ali, Alan Serrano, (2016) "Extending the UTAUT model to understand the customers' acceptance and use of internet banking in Lebanon: A structural equation modeling approach", *Information Technology & People*, Vol. 29 Issue: 4, pp.830-849, <https://doi.org/10.1108/ITP-02-2014-0034>
- [7] Venkatesh, V. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 157-178.
- [8] Viswanath Venkatesh, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 186-204
- [9] Shin, D.-H. (2010). The effects of trust, security and privacy in social networking: A security-based approach to understand the pattern of adoption. Elsevier, 428-438
- [10] Admaja Dwi Herlambang, A. D. (2018). Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking .Malang: *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia* Vol.12, No.01, Tahun 2018 ISSN: 2580-8397 (O); 0852-730X (P).