

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENERIMAAN *INTERNET BANKING* DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)* DENGAN PENAMBAHAN PERAN *MOTIVASI EXTRINSIC DAN INTRINSIC*

**Gusi Putu Lestara Permana
Universitas Pendidikan Nasional**

ABSTRACT

Technology Acceptance Model (TAM) is a model developed to predicting the factors that influence use of some technology by user. The purpose of this study was to test empirically the effect of extrinsic and intrinsic motivation for acceptance internet banking. This study added perceived enjoyment variable as a proxy for intrinsic motivation. Data were analyzed using Structural Equation Model (SEM) with Partial Least Square (PLS). This study uses 70 respondents who use internet banking for their finance activity. The results of the Partial Least Square (PLS) support the proposed research model, but the variable perceived ease of use did not significantly influence attitude towards using technology, the perceived enjoyment that added in this research has a significant effect on the attitude towards using technology and behavior intention to use, while others supported the hypothesis.

Keywords: Technology Acceptance Model (TAM), extrinsic and intrinsic motivation, perceived enjoyment,

PENDAHULUAN

Teknologi informasi mengalami perkembangan yang pesat dan mendukung keberhasilan sebuah organisasi. Semakin pentingnya teknologi informasi bagi keberhasilan organisasi secara keseluruhan, hal ini memperluas peran fungsi sistem informasi (SI). Fungsi sistem informasi (SI) perlu lebih dilibatkan dalam perencanaan informasi strategis perusahaan. Selain itu, kemajuan teknologi komputer personal juga turut menyemarakkan perkembangan fungsi sistem informasi (dalam hal ini departemen SI), terutama munculnya dominasi sistem desentralisasi dan end-

user computing. Akibatnya, semakin banyak pengguna teknologi informasi yang berhubungan dengan departemen SI dan frekuensi interaksinya juga makin sering (Mulyadi, 1999).

Sejak penggunaan internet sebagai media belanja masih menjadi hal utama, penyedia layanan perbankan juga perlu untuk memprediksi penerimaan internet oleh konsumen, dan mengerti mengapa penggunaan tersebut masih dilakukan (Manzano et al., 2009). Konsumen lebih memilih layanan internet karena mereka tidak perlu bertemu langsung dengan penyedia layanan secara personal

dan berhadapan dengan perilaku dari konsumen lainnya (Walker dan Johnson, 2006 ; Mitic dan Kapuolas, 2012).

Perubahan mendasar dari industri perbankan adalah perpindahan dari bank tradisional menjadi electronic banking (Yahyapour, 2008). Dengan naiknya pamor penggunaan internet dan telepon genggam, pengembangan jaringan electronic banking (e-channel) menjadi sangat penting bagi bisnis perseroan untuk menjaga kesetiaan nasabah (Yoga, 2012). Internet banking menjawab tuntutan nasabah yang menginginkan service cepat, aman, nyaman, murah, tersedia 24 jam serta dapat diakses dari mana saja, baik telepon seluler, komputer, maupun laptop. Internet banking adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet (Tampubolon, 2004).

Sejak dirintis tahun 1998 oleh Bank International Indonesia (BII), pengguna internet banking terus meningkat karena nasabah mulai mengenal dan terbiasa dengan layanan ini. PT Bank CIMB Niaga Tbk (Niaga) mencatatkan pertumbuhan pengguna layanan internet banking, pertumbuhan pengguna layanan internet banking "CIMB Clicks"

(www.cimbclicks.co.id) sejak Januari 2011 hingga akhir Juni 2012 meningkat lebih dari 90 persen menjadi lebih dari 600.000 nasabah, dengan jumlah transaksi yang dilakukan juga meningkat hampir 80 persen mencapai lebih dari 6 juta transaksi dalam periode Juni 2011 hingga Juni 2012 (Purwanto, 2012). Antusiasme nasabah Indonesia menggunakan layanan internet banking juga terlihat pada situs BCA, Mandiri, dan BNI. Ketiga situs tersebut masuk dalam peringkat 100 top website Indonesia versi alexa.com (layananpemeringkat situs). Catatan Alexa per 26 Agustus 2012, layanan internet banking BCA (www.klikbca.com) menduduki peringkat 12, Mandiri (www.bankmandiri.co.id) peringkat 24, dan BNI (www.bni.co.id) peringkat 69 (Purwanto, 2012).

Technology Acceptance Model (TAM) adalah model pendekatan lain yang disusun oleh Davis (1989) untuk menjelaskan penerimaan teknologi yang akan digunakan oleh pengguna teknologi. TAM juga digunakan oleh Venkatesh et al. (2003) yang telah menguji perilaku pengguna dan penerimaan sistem dari berbagai perspektif. Dari berbagai model yang telah diteliti, *Technology Acceptance Model* (TAM) mengadopsi *Theory of Reasoned Action* (TRA) landasan pemahaman yang lebih baik mengenai perilaku pengguna dalam penerimaan dan pemanfaatan TI (Davis, 1989; Davis et al., 1989).

Davis et al. (1992) merumuskan *motivational model* (MM) dengan mengintegrasikan model TAM dengan dua variabel utama motivasi yang mempengaruhi para pengguna dalam menerima teknologi informasi. Davis dalam Kim, Na dan Ryu (2007) merumuskan *perceived usefulness* sebagai motivasi *extrinsic*, sehingga motivasi *extrinsic* dianggap sebagai konstruk yang memuat konsep konstruk yang memuat konsep *perceived usefulness* dalam TAM. Dalam formulasi *motivational model* (MM) ini, Davis menambahkan variabel kesukaan persepsian (*perceived enjoyment*) sebagai motivasi *intrinsic*. Variabel ini memprediksikan tingkat kenyamanan yang dirasakan oleh *user* selama menggunakan sistem teknologi informasi. Davis menambahkan variabel ketiga dalam model TAM selain *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* agar model TAM menjadi model teoritik yang komprehensif .

TINJAUAN LITERATUR

Internet Banking

Internet banking memberikan jangkauan yang luas bagi nasabah untuk melakukan transaksi elektronik melalui website bank. Pada awal perkenalannya, internet banking sebagai pemberi informasi bagi bank untuk memasarkan produk dan layanannya (Tan dan Teo, 2000). Menurut Maharsi dan Fenny (2006), internet banking adalah salah satu pelayanan jasabank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan

melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. Disebutkan dalam Kusuma dan Susilowati (2007), internet (online) banking merupakan salah satu bentuk electronic banking yang ditawarkan melalui internet dimana nasabah dapat melakukan dan bertransaksi jasa keuangan dalam suatu lingkungan semu (virtual environment).

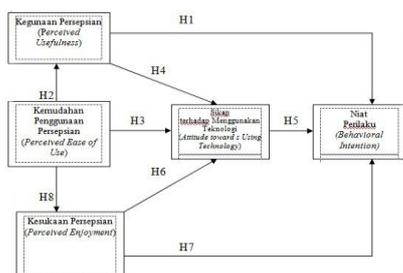
Technology Acceptance Model (TAM)

Model penerimaan teknologi (*technology acceptance model* atau TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Model penerimaan teknologi atau *technology acceptance model* (TAM) dikembangkan oleh Davis et al. (1989) berdasarkan model TRA yaitu teori tindakan yang beralasan yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975).

Motivational Model

Review kritis dari TAM terungkap ada kebutuhan untuk memasukkan komponen lain dalam hal untuk menyediakan pandangan yang luas dan penjelasan yang lebih baik dari adopsi IT. Khususnya, faktor yang berhubungan dengan manusia dan proses perubahan sosial harus digabungkan, Davis et al. Mengadopsi perspektif motivasi dan menambahkan persepsian kesenangan dan menjelaskan penerimaan IT dari perspektif motivasi *extrinsic* dan *intrinsic*.

Model Penelitian



METODA PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Di kota Denpasar dan Badung

Populasi dan sampel

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode sampel bertujuan (*purposive sampling*) dengan *judgment sampling*. Sampel bertujuan (*purposive sampling*) dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dapat berdasarkan pertimbangan (*judgment*) tertentu atau jatah (*quota*) tertentu (Jogiyanto, 2005).

Judgment sampling yaitu merupakan metode sampling berdasarkan pertimbangan tertentu dengan kriteria yang ditetapkan (Jogiyanto, 2008).

Kriteria yang ditetapkan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Responden yang menjadi nasabah di bank yang telah ditentukan peneliti, dalam hal ini bank yang dimaksud adalah BCA, BNI, CIMB Niaga, Bank Mandiri.
2. Responden yang aktif menggunakan *internet banking* selama 6 bulan terakhir

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Karena data yang digunakan dinyatakan dalam angka dan di analisis dengan teknik statistik.

Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data kuantitatif yang langsung diperoleh dari responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data survei untuk mendapatkan data opini setiap responden.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan SEM (*Structural Equation Model*) berbasis varian yaitu dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS).

Hipotesis

Hipotesis yang dibangun dipenelitian ini adalah :

- H1: Kegunaan persepsian (*perceived usefullness*) berpengaruh positif terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*)
- H2: Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap kegunaan persepsian (*perceived usefullness*).
- H3: Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap sikap terhadap menggunakan teknologi

(attitude towards using technology)

H4: Kegunaan persepsian (perceived usefulness) berpengaruh positif terhadap sikap terhadap menggunakan teknologi (attitude towards using technology)

ANALISIS DATA

Uji Validitas

Uji validitas dibutuhkan untuk mengukur sejauh mana kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dalam penelitian ini adalah pengujian validitas konvergen dan validitas diskriminan.

1. Validitas Konvergen

Berdasar hasil uji semua item memiliki validitas konvergen lebih dari 0,7. Faktor loading diartikan sebagai korelasi antara indikator dengan konstraknya, jadi semakin tinggi korelasinya akan menunjukkan validas yang semakin baik. Tabel juga menunjukkan nilai AVE pada setiap konstruk lebih dari 0,5. Hasil pengujian ini memenuhi parameter uji validitas dalam model pengukuran PLS (Jogiyanto dan Willy, 2009)

Hasil Pengujian Validitas Konvergen			
Variabel	AVE	Communality	Outer Loading
<i>Perceived Usefulness</i>	0,570315	0,622559	
PU 1			0,784139
PU 2			0,826281
PU 3			0,797392
PU 4			0,775840
PU 5			0,759881
<i>Perceived Ease Of Use</i>	0,553104	0,553105	
PEOU 1			0,765231
PEOU 2			0,772993
PEOU 3			0,761946
PEOU 4			0,713159
PEOU 5			0,702329
<i>Perceived Enjoyment</i>	0,570315	0,570315	
PE 1			0,723228
PE 2			0,807286
PE 3			0,752920
PE 4			0,722533
PE 5			0,766722
<i>Attitude toward Using</i>	0,620353	0,620353	
ATU 1			0,771493
ATU 2			0,793708
ATU 3			0,810279
ATU 4			0,774396
<i>Behavior Intention to Use</i>	0,695792	0,695792	
BIU 1			0,790169
BIU 2			0,849955
BIU 3			0,840369
BIU 4			0,854492

2. Validitas Diskriminan

Tabel Average Variance Extracted (AVE)

INDIKATOR	Average Variance Extracted (AVE)	Akar AVE
<i>Perceived Usefulness</i>	0,622559	0,789024
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,553104	0,743709
<i>Perceived Enjoyment</i>	0,570315	0,755192
<i>Attitude toward Using</i>	0,620353	0,787624
<i>Behavior Intention to Use</i>	0,695792	0,834141

Korelasi Variabel Laten

	ATU	BIU	PE	PEOU	PU
ATU	1,000000				
BIU	0,737247	1,000000			
PE	0,673498	0,819925	1,000000		
PEOU	0,633211	0,740248	0,706238	1,000000	
PU	0,665483	0,794310	0,667281	0,759453	1,000000

Berdasarkan perbandingan antara akar AVE dan tabel korelasi variabel laten, disimpulkan bahwa nilai akar AVE memiliki nilai yang lebih tinggi daripada korelasi variabel laten, sehingga indikator dalam penelitian ini memenuhi kriteria parameter uji validitas diskriminan

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi internal alat ukur.

Reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbachs Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Perceived Usefulness (PU)	0,848940	0,891780	Reliabel
Perceived Ease Of Use (PEOU)	0,798129	0,860698	Reliabel
Perceived Enjoyment (PE)	0,812107	0,868851	Reliabel
Attitude toward Using (ATU)	0,795874	0,901383	Reliabel
Behavior Intention to Use (BIU)	0,854013	0,867260	Reliabel

yang diperoleh disajikan pada tabel berikut ini.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Koefisien Jalur	T-Statistic	Kesimpulan
Hipotesis 1	0,370816	5,772024	Terdukung
Hipotesis 2	0,759453	19,886593	Terdukung
Hipotesis 3	0,128898	1,103653	Tidak Terdukung
Hipotesis 4	0,322537	2,873922	Terdukung
Hipotesis 5	0,191997	2,500016	Terdukung
Hipotesis 6	0,367242	3,892529	Terdukung
Hipotesis 7	0,443176	5,739501	Terdukung
Hipotesis 8	0,706238	13,011274	Terdukung

3. Pengujian Model Struktural

Tabel R-square dan Redundancy

Variabel	R-square	Redundancy
Perceived Usefulness (PU)	0,576768	0,347121
Perceived Ease Of Use (PEOU)		
Perceived Enjoyment (PE)	0,498772	0,274723
Attitude toward Using (ATU)	0,543600	0,223081
Behavior Intention to Use (BIU)	0,799463	0,171158

4. Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan 95%, dan hipotesis penelitian ini adalah hipotesis satu arah (*one-tailed*). Pengujian pada penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS 2.0. Signifikan keterdukung hipotesis dapat menggunakan perbandingan antara nilai *t-table* dengan *t-statistic*. Apabila nilai *t-statistic* lebih tinggi jika dibandingkan dengan *t-table* maka hal tersebut menunjukkan hipotesis terdukung. Pada tingkat keyakinan 95% *t-table* untuk hipotesis satu arah (*one-tailed*) adalah melebihi 1,64 (Jogiyanto, 2009). Berdasarkan pengolahan data, nilai *t-statistic*

Berdasarkan tabel diatas, *t-statistic* yang diperoleh untuk hipotesis ini adalah 5,772024, yang berarti nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai *t-table*. Nilai koefisien jalurnya adalah sebesar 0,370816, yang artinya terdapat korelasi positif antara kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) terhadap niat perilaku (*behavioral intention*). Berdasarkan kedua hasil tersebut maka hipotesis pertama terdukung.

Berdasarkan tabel diatas, *t-statistic* yang diperoleh untuk hipotesis ini adalah 19,886593 yang berarti nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai *t-table*. Nilai koefisien jalurnya adalah sebesar 0,759453 yang artinya terdapat korelasi positif antara kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) terhadap kegunaan persepsian (*perceived usefulness*). Berdasarkan kedua hasil tersebut maka hipotesis kedua terdukung.

Berdasarkan tabel diatas, *t-statistic* yang diperoleh untuk hipotesis ini adalah 1,103653 yang berarti nilai *t-statistic* lebih kecil dari nilai *t-table*. Nilai koefisien

jalurnya adalah sebesar 0,128898 yang artinya terdapat korelasi positif antara kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) terhadap sikap terhadap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*). Berdasarkan kedua hasil tersebut maka hipotesis ketiga tidak terdukung.

Berdasarkan tabel diatas, *t-statistic* yang diperoleh untuk hipotesis ini adalah 2,873922 yang berarti nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai *t-table*. Nilai koefisien jalurnya adalah sebesar 0,322537 yang artinya terdapat korelasi positif antara kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) terhadap sikap menggunakan teknologi (*attitude toward using technology*). Berdasarkan kedua hasil tersebut maka hipotesis keempat terdukung.

Berdasarkan tabel diatas, *t-statistic* yang diperoleh untuk hipotesis ini adalah 2,500016 yang berarti nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai *t-table*. Nilai koefisien jalurnya adalah sebesar 0,191997 yang artinya terdapat korelasi positif antara sikap menggunakan teknologi (*attitude toward using technology*) terhadap niat perilaku (*behavior intention to use*). Berdasarkan kedua hasil tersebut maka hipotesis kelima terdukung.

Berdasarkan tabel diatas, *t-statistic* yang diperoleh untuk hipotesis ini adalah 3,892529 yang berarti nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai *t-table*. Nilai koefisien jalurnya adalah sebesar 0,367242 yang artinya terdapat korelasi positif antara kesukaan persepsian (*perceived enjoyment*) terhadap sikap terhadap menggunakan teknologi (*attitude towards using*

technology). Berdasarkan kedua hasil tersebut maka hipotesis keenam terdukung.

Berdasarkan tabel diatas, *t-statistic* yang diperoleh untuk hipotesis ini adalah 5,739501 yang berarti nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai *t-table*. Nilai koefisien jalurnya adalah sebesar 0,443176 yang artinya terdapat korelasi positif antara kesukaan persepsian (*perceived enjoyment*) terhadap niat perilaku (*behavior intention to use*). Berdasarkan kedua hasil tersebut maka hipotesis ketujuh terdukung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan adalah kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap terhadap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*).

Saran

Untuk mengurangi keterbatasan ini, maka dapat diajukan saran untuk penelitian selanjutnya, saran-saran yang diajukan antara lain.

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar sehingga dapat mengeneralisasi hasil untuk keseluruhan pengguna.
2. Menambahkan variabel-variabel baru sehingga memperluas referensi mengenai penelitian sistem informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior and Human Decision Processes*. (50), pp. 179-211.
- Chau, P.Y.K. (1996). *An Empirical Assessment of a Modified Technology Acceptance Model*. *Journal of Management Information System*, 13 (2); 185-204.
- Childers, T.L.; Carr, C.L.; Peck, J.; and Carson, S. 2001. *Hedonic and utilitarian motivations for online retail shopping behavior*, *Journal of Retailing* 77(4), 511-35.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MISQuarterly*, 13, 3, 319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R.P., and Warsaw, P.R. (1989). *User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models*. *Management Science*, Vo1.39, No.8, pp. 983-1003.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behaviour*. New York: Plenum.
- Igbaria, M. (1993). *User Acceptance of Microcomputer Technology*. *International Journal of Management Science*, 21 (1), 73-90.
- Igbaria, M. and Chakrabarti A., (1990). *Computer Anxiety and Attitudes towards microcomputer use*. *Behaviour Inform. Tech*: 229-241.
- Igbaria, M.; Schiffman, S.J.; and Wieckowski, T.J. 1994. *The respective roles of perceived usefulness and perceived fun in the acceptance of microcomputer technology*, *Behaviour & Information Technology* 13(6), 349-361.
- Jogiyanto, H.M. (2003). *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Jogiyanto, H.M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Jogiyanto, H.M. (2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Jogiyanto, H.M dan Abdillah, Willy. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. BPF. Yogyakarta.
- Liao Chun-Hsiung, Chun-Wang Tsou, Yi-Chung Shu (2008). *The Roles of Perceived Enjoyment and Price Perception in Determining Acceptance of Multimedia-on-Demand*, *International Journal of Business and Information* Vol 3, No. 1.
- Kim, Seongcheol, Na, Eun-Kyung, dan Ryu Min-Ho. (2007). *Factors Affecting User Participation in Video UCC (User Created Contents)*

- Services, Proceedings of the Third Communities and Technologies Conference, Michigan, State University.*
- Maslow, A. (1962). *Toward a Psychology of Being* : VanNostrand :Princeton, NJ.
- Matthew K.O. Lee, Christy M.K., Cheung, Zhaohui Chen. (2003). *Acceptance of Internet-based Learning medium : the role of extrinsic and intrinsic motivation. Journal information and management, Elsevier, 42, 1095-1104.*
- McKimm, Judy . (2003). *ABC of Learning And Teaching in Medicine: Web based learning. London: BMJ Publishing Group Ltd*
- Moon, J.W., and Kim, Y.G.. 2001. Extending the TAM for a World-Wide-Web context, *Information & Management 38(4), 217-230.*
- Piccoli, G. R., Ahmad, B. Ives (2001). *Web-based virtual learning environments: a research framework and a preliminary assess-ment of effectiveness in basic IT skills training. MIS Quarterly, Vol. 25 No. 4.*
- Reeve, J. (1996). *Motivating Others: Nurturing Inner MotivationalResources: Allyn and Bacon, Boston. MA.*
- Venkatesh. V., Speier C., Morris M.G. (2002) *User acceptanceenablers in individual decision making about technology:toward an integrated model. Decision Sciences 33,2, pp. 297-316.*
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., and Davis, F. D. (2003). *User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS Quarterly, 27, 3, 425-478.*