

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH UNTUK MENGADOPSI TEKNOLOGI INTERNET BANKING DI KALIMANTAN BARAT

Angga Permadi Karpriana

Universitas Tanjungpura

permadiangga@me.com

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul bertujuan untuk menguji faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi para nasabah bank dalam mengadopsi atau menggunakan layanan internet banking di Indonesia. Penelitian ini fokus terhadap variabel Kenyamanan (Enjoyment), Informasi pada Online Banking (Info on Online Banking), Keamanan dan Kerahasiaan (Security & Privacy), Kualitas Koneksi Internet (Quality of Internet), Sikap Terhadap Penggunaan (Attitude Towards Using) dan juga dua variabel yang terdapat dalam Technology Acceptance Model (TAM).

Kata kunci : *Internet Banking, Kenyamanan, Informasi pada Online Banking, Keamanan dan Kerahasiaan, Kualitas Koneksi Internet, Sikap Terhadap Penggunaan, Technology Acceptance Model (TAM)*

ABSTRACT

This research is aimed to examine what factors affect bank customers in adopting or using internet banking services in Indonesia. This study focuses on the variables of Enjoyment, Information on Online Banking (Info on Online Banking), Security and Confidentiality (Security & Privacy), Quality of Internet Connection (Quality of Internet), Attitudes Toward Use (Attitude Towards Using) and also two variables contained in the Technology Acceptance Model (TAM).

Keywords : *Internet Banking, Enjoyment, Info on Online Banking, Security and Privacy, Quality of Internet, Attitude Toward Using, Technology Acceptance Model (TAM)*

PENDAHULUAN

Inovasi teknologi mempunyai dampak yang signifikan dan penting didalam kehidupan manusia. Era ini dipercaya sebagai era revolusi teknologi. Perkembangan yang pesat dalam teknologi informasi dapat mempermudah kehidupan jutaan manusia. Perkembangan teknologi yang melaju pesat itu dapat mengubah kehidupan ekonomi dunia dan atmosfir bisnis. Perkembangan teknologi di sektor perbankan dapat mempermudah komunikasi dan transaksi kepada nasabah (Booz et al,1997). On-line banking merupakan teknologi yang mempunyai perkembangan paling pesat didalam praktek perbankan saat ini. Sangatlah penting untuk mengembangkan fitur-fitur baru didalam teknologi perbankan

untuk memaksimalkan keuntungan didalam penyediaan layanan.

Studi ini mengevaluasi penerimaan teknologi on-line banking terhadap nasabah. Perbankan adalah industri yang paling berkembang pesat pada akhir-akhir tahun ini. Perkembangan sektor perbankan di Indonesia sangat menakjubkan. Institusi keuangan menggunakan teknologi tersebut untuk meningkatkan pelayanan mereka. Kantor cabang bank tidak dapat memenuhi pelayanan atas tingginya kebutuhan permintaan dan tantangan dari nasabah (Bradley, L et al, 2003). Oleh karena itu, On-line banking memiliki peranan yang penting untuk mengatasi masalah tersebut. Jadi teknologi tersebut sangat berguna di dalam menghubungkan setiap kantor-kantor cabang

antara satu dengan yang lainnya. Pengadopsian on-line banking ini mengalami peningkatan waktu ke waktu karena berkat on-line banking kantor cabang dapat mempersingkat waktu dan mempercepat operasional untuk kenyamanan para nasabah.

Berbagai teori perilaku (*behavioral theory*) banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi oleh pengguna akhir (*end users*), diantaranya adalah *Theory of Reason Action*, *Theory of Planned Behaviour*, *Task-Technology Fit Theory*, dan *Technology Acceptance Model*. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model penelitian yang paling luas digunakan untuk meneliti adopsi teknologi informasi, termasuk internet banking. Lee, Kozar, dan Larsen (2003) menjelaskan bahwa dalam kurun waktu 18 tahun terakhir TAM merupakan model yang populer dan banyak digunakan dalam berbagai penelitian mengenai proses adopsi teknologi informasi.

Industri perbankan juga merupakan salah satu yang mempengaruhi pengadopsian teknologi yang mana sangat membantu dalam penyediaan layanan yang lebih baik kepada nasabah. Kualitas dari pelayanan meningkat dengan menggunakan inovasi teknologi. Internet banking sangat menghemat waktu. Sekitar 20% dari pedagang dan 30% dari pengusaha menggunakan beberapa bentuk fasilitas internet banking dalam lima tahun ke depan (Booz et al, 1997). Sebagian besar orang berpindah ke online banking dan siap menerima kegunaan dari inovasi teknologi ini.

Pengadopsian internet banking diharapkan mampu meningkatkan kinerja (*performance*) bank. Dengan aplikasi internet banking, biaya untuk memberikan layanan perbankan dapat lebih murah. Internet banking juga menghilangkan batas ruang dan waktu. Layanan perbankan sebuah bank dapat diakses dari mana saja di seluruh Indonesia, dan bahkan dari seluruh dunia. Di samping itu, konsumen, khususnya yang sering bergerak (*mobile*), akan merasa lebih nyaman untuk melakukan aktivitas perbankannya tanpa harus membuka rekening pada bank yang berbeda – beda di berbagai tempat. Calon nasabah juga mungkin tidak ingin membuka rekening pada bank yang tidak memiliki fasilitas online.

Salah satu faktor penting yang merupakan predisposisi dan mendorong nasabah berperilaku positif (mau menerima dan menggunakan) internet banking adalah sikap terhadap internet banking. Pemahaman terhadap sikap ini penting sebagai sarana untuk memprediksi kemungkinan peningkatan penggunaan dan difusi internet banking (Howcroft dan Hamilton ; 2002). Berdasarkan hal ini maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sikap nasabah terhadap internet banking dan menganalisis faktor-faktor apa yang menjadi pertimbangan nasabah dalam mengadopsi internet banking.

Technology acceptance model mendefinisikan dua hal yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap teknologi yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat dari teknologi dan kemudahan dalam menggunakan teknologi. Penelitian ini akan mengkaji bahwa persepsi pengguna terhadap manfaat dan kemudahan teknologi dapat digunakan sebagai dasar dalam menentukan langkah langkah mendorong pengguna menerima teknologi informasi dan komunikasi termasuk internet banking.

TAM juga memasukkan variabel eksternal sebagai variabel anteseden pada persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa karakteristik teknologi yang digunakan adalah keunggulan realtif, kompatibilitas dan kompleksitas (Tornatzky dan Klein, 1982); kompleksitas dan kendali (Marshal dan Rainer, 2003); personalisasi, aliansi jasa, kefamiliaran tugas dan kemampuaksesan (Chau dan Lai, 2003); kualitas argumen dan kredibilitas sumber (Bhattacharjee dan Sanford, 2006); keimplisitas teknologi dan kompatibilitas (Wei, 2006). Penelitian ini fokus pada variabel eksternal model TAM dengan menggabungkan dan menguji karakteristik-karakteristik teknologi di atas sebagai variabel anteseden persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan untuk membangun model pengadopsian internet banking di Indonesia.

KAJIAN TEORI

Teknologi Informasi

Definisi teknologi menurut Indriantoro (1999) istilah teknologi informasi (TI) sebenarnya merupakan perpaduan antara teknologi komputer, komunikasi yang telah bercampur menjadi satu dan sulit untuk memisahkannya. Menurut Goodhue dan Thompson (1995) dalam Susanti (2006), bahwa dalam konteks sistem informasi, teknologi terkait dengan sistem komputer dengan penggunaan jasa pendukung (training, misalnya) yang memberikan panduan pengguna dalam penyelesaian tugas. Muntoro, 1987 dalam Setianingsih, (1998) mengemukakan penggunaan sistem informasi berbasis komputer mempunyai beberapa keunggulan antara lain, dapat memproses sejumlah transaksi dengan cepat dan terintegrasi, dapat menyimpan dan mengambil data dalam jumlah yang besar, dapat mengurangi kesalahan matematis, menghasilkan beberapa laporan dengan tepat waktu dalam berbagai bentuk, serta dapat menjadi alat bantu pengambilan keputusan khususnya untuk jenis masalah yang terstruktur. Oleh karena melihat manfaat yang diberikan dari penggunaan komputer, menjadikan perusahaan atau organisasi yang mulai berbenah diri dengan teknologi informasi terutama untuk meningkatkan kinerja perusahaannya.

Internet Banking

Internet banking merupakan produk perbankan elektronik/electronic banking yang ditawarkan pihak bank untuk memberikan kemudahan kepada para nasabah dalam melakukan transaksi perbankan melalui komputer dan jaringan internet” (<http://www.klikbca.com>). Di Indonesia, internet banking telah diperkenalkan pada konsumen perbankan sejak beberapa tahun lalu. Beberapa bank besar baik BUMN atau swasta Indonesia yang menyediakan layanan tersebut antara lain BCA, Bank Mandiri, BII, Lippo Bank, Permata Bank dan BNI.

Terkadang internet banking dianggap sama dengan elektronik banking. Namun sebenarnya dua hal tersebut berbeda. *Electronic banking* adalah aktifitas perbankan yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik seperti *automated teller machine* (ATM), berbeda dengan internet banking yaitu dengan menggunakan media internet. Namun pada dasarnya internet banking merupakan bagian dari elektronik banking.

Internet banking yang memenuhi kebutuhan konsumennya mendorong kepuasan terhadap sistem tersebut dan akan menjadi pengukur yang subyektif dan berkelanjutan terhadap keberhasilan sistem. Hal yang sama, penggunaan suatu sistem dapat menjadi indikator keberhasilan dan penerimaan sistem baru tersebut. Apakah sistem baru tersebut dikatakan baik atau buruk tergantung pada bagaimana para nasabah merasakan sistem tersebut. Sehingga penting untuk mengidentifikasi alasan mengapa para nasabah memutuskan untuk menggunakan atau tidak menggunakan sistem baru tersebut. Dengan pemahaman determinan pengadopsian *internet banking* tersebut, akan membantu pihak bank dalam mengendalikan sikap para nasabah untuk menggunakan *internet banking* agar menjadi konsumen loyal.

Pengembangan Hipotesa

Persepsi, menurut Rakhmat Jalaludin (1998: 51), adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Menurut Ruch (1967: 300), persepsi adalah suatu proses tentang petunjuk-petunjuk inderawi (*sensory*) dan pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang terstruktur dan bermakna pada suatu situasi tertentu. Senada dengan hal tersebut Atkinson dan Hilgard (1991: 201) mengemukakan bahwa persepsi adalah proses dimana kita menafsirkan dan mengorganisasikan pola stimulus dalam lingkungan. Gibson dan Donely (1994: 53) menjelaskan bahwa persepsi adalah proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh seorang individu.

Dikarenakan persepsi bertautan dengan cara mendapatkan pengetahuan khusus tentang kejadian pada saat tertentu, maka persepsi terjadi kapan saja stimulus menggerakkan indera. Dalam hal ini persepsi diartikan sebagai proses mengetahui atau mengenali obyek dan kejadian obyektif dengan bantuan indera (Chaplin, 1989: 358).

Sebagai cara pandang, persepsi timbul karena adanya respon terhadap stimulus. Stimulus yang diterima seseorang sangat komplek, stimulus masuk ke dalam otak, kemudian diartikan, ditafsirkan serta diberi makna melalui proses yang rumit baru kemudian dihasilkan persepsi (Atkinson dan Hilgard, 1991 : 209).

Dengan definisi tersebut dapat diartikan bahwa kemanfaatan dari penggunaan internet banking dapat meningkatkan kinerja, dan kinerja orang yang menggunakannya. Kemanfaatan dalam internet banking merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh para nasabah dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya. Karenanya, tingkat kemanfaatan internet banking mempengaruhi sikap para nasabah terhadap sistem tersebut. Hipotesa yang di uji adalah:

H₁: Persepsi manfaat berhubungan positif terhadap sikap pengguna.

Davis (1986, 1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Atas dasar definisi tersebut kemudahan penggunaan *internet banking* berarti kemudahan dalam memahami saat melakukan transaksi melalui fasilitas *internet banking*. Adam *et al.* (1992) menyatakan bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem dapat menunjukkan kemudahan penggunaan sistem tersebut. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha, waktu, dan tenaga para nasabah untuk mempelajari seluk-beluk bertransaksi melalui *internet banking*.

Kemudahan penggunaan juga dapat mengindikasikan bahwa pengguna sistem informasi dapat lebih mudah bekerja dibandingkan bila bekerja tanpa menggunakan sistem informasi. Davis (1989) memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan terhadap suatu sistem informasi (termasuk internet banking) yang meliputi mudah untuk dipelajari dan dioperasikan, mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan pengguna, dan menambah ketrampilan para pengguna. Dengan demikian, bila jasa pelayanan *internet banking* yang diberikan suatu bank dipersepsikan mudah oleh para nasabahnya, maka sistem tersebut dapat dipersepsikan memberikan manfaat bagi nasabah. Dengan logika yang sama, *internet banking* yang dipersepsikan bermanfaat bagi para nasabah juga akan mendorong mereka mengadopsi dan menggunakan sistem tersebut. Hipotesa yang di uji adalah:

H₂: Persepsi kemudahan penggunaan berhubungan positif terhadap sikap pengguna.

Persepsi kenyamanan menunjuk kepada kesenangan pengguna dalam menggunakan system, dan ini terpisah dari hal-hal apapun yang berkaitan dengan hasil/prestasi kerja (Davis, 1992). Ini menegaskan bahwa persepsi kenyamanan memiliki peranan penting terhadap penerimaan teknologi. Apapun jenis layanan yang ditawarkan oleh pihak Bank akan menjadi sia-sia apabila para nasabah perbankan merasa bahwa tidak cukup dirasakan unsur kenyamanan terhadap layanan tersebut. Hal ini bisa berarti kemudahan dalam (1) penggunaan serta pengoperasian, (2) Kecepatan proses pada *Internet Banking*. (3) Tampilan yang disuguhkan (apakah mudah untuk dimengerti dan diikuti). Para nasabah pastinya tidak akan memaksakan untuk menggunakan suatu layanan yang disediakan oleh pihak Bank apabila mereka tidak menemukan kenyamanan dalam penggunaannya. Hipotesa yang di uji adalah:

H₃ : Kenyamanan berhubungan positif dengan sikap pengguna untuk menggunakan internet banking.

Informasi yang terdapat pada online banking menjadi sangatlah penting ketika para nasabah menggunakan layanan ini. Seperti di kutip pada *klikBCA.com*, adapun informasi-informasi yang terdapat pada online banking antara lain seperti diberikannya fasilitas *help* pada setiap feature produk yang ditawarkan, informasi cara perhitungan kredit mobil dan rumah, informasi tentang nilai kurs dan harga saham (link dengan sumber informasi lain), dan informasi mengenai cara registrasi pada internet banking. Selain informasi-informasi yang telah disebutkan di atas, informasi dan transaksi yang ditampilkan adalah data informasi dan transaksi yang paling up to-date (real-time on-line) dan langsung dikerjakan oleh system (straight through processing). Untuk itu sangatlah penting bagi bank untuk menyediakan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh para nasabahnya, untuk di akses guna memenuhi kebutuhan pekerjaan maupun transaksi yang akan dilakukan oleh nasabah tersebut. Informasi-informasi yang diberikan oleh bank akan mendorong nasabah untuk menggunakan system tersebut. Hipotesa yang di uji adalah :

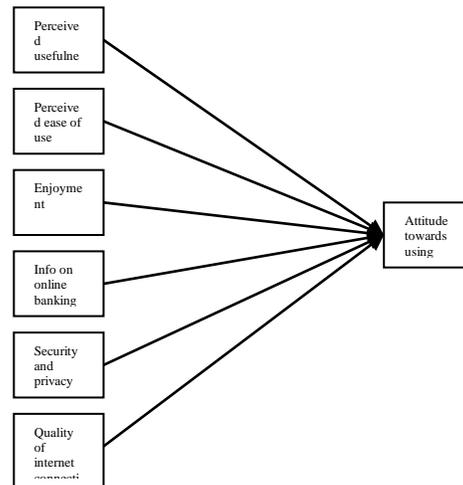
H₄ : Informasi pada online banking berhubungan positif dengan sikap pengguna untuk menggunakan internet banking.

Keamanan (*security*) diartikan sebagai perlindungan data dari pengumuman yang disengaja dan tidak disengaja oleh orang yang tidak mempunyai wewenang (Grandinetti, 1996). Sedangkan privasi (*privacy*) atau rahasia merujuk pada hak-hak individu dan organisasi untuk menentukan kapan, bagaimana, dan kepada apa lingkup informasi tentang mereka disampaikan kepada pihak lain (Martin, 1997). Para nasabah menginginkan keamanan dan kerahasiaan data-data yang dikirim dan diterima oleh para nasabah perbankan. Apabila bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan data-data nasabahnya, maka akan meningkatkan sikap nasabah untuk menggunakan layanan internet banking. Dengan demikian hipotesa yang akan diuji adalah :

H₅ : Keamanan dan kerahasiaan berhubungan positif dengan sikap pengguna untuk menggunakan internet banking.

Menurut Karahanna dan Straub (1999) semakin mudah suatu sistem informasi diakses, semakin sedikit usaha yang diperlukan untuk menggunakan sistem tersebut. Dalam kontek internet banking, kualitas dari internet tidak hanya berkaitan kemampuan menggunakan sistem tetapi juga kemampuaksesan fisik koneksi internet. Menurut Goh (1995) jika pendukung infrastruktur teknologi tersedia dengan mudah dan cepat, aplikasi internet seperti internet banking akan menjadi lebih layak dan mudah menggunakannya. Tan dan Teo (2000) mendukung argumen tersebut dan mengklaim bahwa kemampuan akses internet banking merupakan faktor yang mendorong adopsi karena kapasitas internet banking dalam mendorong para nasabah untuk mempersepsikan teknologi lebih positif. Oleh karena itu, hipotesa yang diuji adalah:

H₆: Kualitas koneksi dari internet berhubungan positif dengan sikap pengguna untuk menggunakan internet banking.



Gambar 1. Kerangka penelitian

METODE PENELITIAN

Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid memiliki validitas rendah. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Suharsimin, 1998 berpendapat bahwa sebuah instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Uji validitas dilakukan terhadap seluruh pernyataan yang ada dalam setiap variabel, yaitu untuk mengetahui tingkat kevalidan (kesahan) setiap pernyataan terhadap variabel penelitian Untuk menaksir validasi item pertanyaan, penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) yang dibantu dengan program aplikasi AMOS versi 6.0 . Semua item faktor *loading* harus signifikan dan bernilai $>0,50$.

Uji Realibilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk diinginkan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang tidak baik akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang realibel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menghitung Cronbach Alpha dari masing-masing item dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dalam variabel dikatakan handal

(*reliable*) apabila memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60 (Nunnaly, 1978).

Uji reliabilitas hanya dilakukan terhadap semua butir pertanyaan yang sudah lolos uji validitas. Untuk mengetahui reliabilitas instrumen digunakan teknik Cronbach's Alpha. Teknik ini dipilih karena merupakan teknik pengujian konsistensi reabilitas antar item yang paling populer dan menunjukkan indeks konsistensi reliabilitas yang cukup sempurna. Nilai Cronbach's Alpha semakin mendekati angka 1 mengindikasikan bahwa instrumen semakin tinggi reliabilitasnya. Nilai Cronbach's Alpha antara 0,80 s.d 1,0 dikategorikan reliabilitas baik, nilai Cronbach's Alpha antara 0,60 s.d 0,79 dikategorikan reliabilitas diterima, dan nilai Cronbach's Alpha kurang dari 0,60 dikategorikan reliabilitas kurang baik (Sekaran, 1992).

Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan model analisis *structural equation model* (SEM) yang dibantu dengan program aplikasi AMOS versi 6.0. Model Persamaan Struktural (*Structural Equation Modeling*, SEM) merupakan teknik analisis *multivariat* yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antar variabel yang kompleks baik secara *recursive* (hubungan timbal balik) maupun *non-recursive* untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai keseluruhan model. SEM berlandaskan pada pengujian teori, sehingga dibutuhkan landasan teori yang kuat. Variabel laten di dalam SEM dibentuk dari indikator berdasarkan model refleksif, yakni variabel laten merupakan pencerminan dari indikator-indikatornya.

Hair *et.al* (1998) dalam Ghozali (2004) menjelaskan bahwa model persamaan struktural didasarkan pada hubungan kausalitas, dimana perubahan satu variabel diasumsikan akan berakibat pada perubahan variabel lainnya. Kuatnya hubungan kausalitas antara dua variabel yang diasumsikan oleh peneliti bukan terletak pada metode analisis yang dipilih, tetapi terletak pada justifikasi (pembenaran) secara teoritis untuk mendukung analisis. Jadi jelas bahwa hubungan antar

variabel dalam model merupakan deduksi dan teori. Dari Gambar 2.6, persamaan regresi berganda disusun sebagai berikut:

$$STP = \alpha + \beta_1 PM + \beta_2 KP + \beta_3 K + \beta_4 IOB + \beta_5 KK + \beta_6 KKI + \varepsilon$$

Dimana:

- STP = Sikap Terhadap Penggunaan
- PM = Persepsi Manfaat
- KP = Kemudahan Penggunaan
- K = Kenyamanan
- IOB = Informasi Pada Online Banking
- KK = Keamanan dan Kerahasiaan
- KKI = Kualitas Koneksi Internet
- α = Konstanta
- β_{1-6} = Koefisien regresi berganda
- ε = Tingkat kesalahan (*Error*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji signifikansi terhadap hipotesis 1 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%. Hasil estimasi pengaruh resiko yang dirasakan terhadap perilaku pemakai dalam pengadopsian internet banking diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 0.539. Artinya hubungan antara persepsi manfaat terhadap perilaku penggunaan internet banking adalah positif. Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 yang merepresentasikan hubungan positif persepsi manfaat terhadap perilaku pemakai dalam pengadopsian internet banking, terdukung. Artinya terdapat hubungan persepsi manfaat terhadap perilaku pengadopsian internet banking.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 2 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%. Hasil estimasi kemudahan penggunaan terhadap sikap terhadap penggunaan diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 0.556. Artinya hubungan antara variabel kemudahan penggunaan terhadap sikap

terhadap penggunaan adalah positif. Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 yang merepresentasikan hubungan positif kemudahan penggunaan terhadap sikap terhadap penggunaan, terdukung. Artinya apabila nasabah merasakan kemudahan dalam menggunakan internet banking, maka sikap terhadap penggunaan nasabah untuk menggunakan layanan internet banking semakin besar.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 3 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,001 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%. Hasil estimasi pengaruh kenyamanan terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan internet banking diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 0.275. Artinya hubungan antara variabel kenyamanan terhadap perilaku nasabah dalam mengadopsi internet banking adalah positif. Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 yang merepresentasikan hubungan positif kenyamanan terhadap sikap pengguna dalam mengadopsi internet banking, terdukung. Artinya semakin tinggi kenyamanan yang dirasakan nasabah saat menggunakan internet banking, maka semakin tinggi pula jumlah nasabah yang ingin menggunakan layanan internet banking.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 4 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,002 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%. Hasil estimasi pengaruh informasi pada online banking terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan internet banking diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 0.277. Artinya hubungan antara variabel informasi pada online banking terhadap perilaku nasabah dalam mengadopsi internet banking adalah positif. Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 yang merepresentasikan hubungan positif informasi pada online banking terhadap sikap pengguna dalam mengadopsi internet banking, terdukung. Artinya semakin tinggi informasi yang diperoleh nasabah saat menggunakan internet banking, maka semakin

tinggi pula jumlah nasabah yang ingin menggunakan layanan internet banking.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 5 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%. Hasil estimasi pengaruh keamanan dan kerahasiaan terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan internet banking diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 0.288. Artinya hubungan antara variabel keamanan dan kerahasiaan terhadap perilaku nasabah dalam mengadopsi internet banking adalah positif. Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 yang merepresentasikan hubungan positif keamanan dan kerahasiaan terhadap sikap pengguna dalam mengadopsi internet banking, terdukung. Artinya semakin tinggi keamanan dan kerahasiaan yang diberikan oleh bank, maka semakin tinggi pula jumlah nasabah yang ingin menggunakan layanan internet banking. Hasil ini mendukung penelitian Grandinetti (1996) dan Martin (1997).

Uji signifikansi terhadap hipotesis 6 terbukti secara signifikan, karena diperoleh nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%. Hasil estimasi pengaruh keamanan dan kerahasiaan terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan internet banking diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 0.273. Artinya hubungan antara variabel kualitas koneksi internet terhadap perilaku nasabah dalam mengadopsi internet banking adalah positif. Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 yang merepresentasikan hubungan positif kualitas koneksi internet terhadap sikap pengguna dalam mengadopsi internet banking, terdukung. Artinya semakin baik kualitas koneksi internet, maka akan semakin tinggi jumlah nasabah yang ingin menggunakan layanan internet banking.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah bank dalam mengadopsi teknologi internet banking di daerah Kalimantan Barat. Penelitian ini dianalisa dengan *Structural Equation Model* (SEM). Dari hasil analisis yang telah dilakukan atas dasar hasil pengolahan data penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan yang merupakan variabel utama dari TAM terbukti menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk mengadopsi teknologi internet banking. Faktor-faktor lain yang mendukung seperti kenyamanan, informasi pada online banking, keamanan dan kerahasiaan, dan kualitas koneksi internet juga mempengaruhi nasabah untuk mengadopsi teknologi internet banking.

Penelitian ini diharapkan dapat membuktikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah untuk mengadopsi layanan internet banking serta dapat menjadi sumber acuan bagi pihak bank yang akan memberikan pelayanan kepada nasabahnya agar nasabahnya dapat memberikan loyalitas terhadap pihak bank dan layanan yang diberikan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan internet banking dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap layanan internet banking. Berarti hasil penelitian ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa perilaku adopsi teknologi dipengaruhi oleh tujuan penggunaan yang dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. Sehingga apabila tingkat manfaat yang diperoleh dari layanan ini tinggi, maka tinggi pula tingkatan pengadopsian terhadap layanan internet banking. Dan apabila tingkat kemudahan dalam penggunaan layanan ini tinggi maka dapat mempengaruhi pula dalam pengadopsian terhadap layanan internet banking.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, D.A., R.R. Nelson, P. A. Todd, "Perceives Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication", *MIS Quarterly*.
- Bhattacharjee, A., dan Clive Sanford, "Influence Processes For Information Technology Acceptance: An Elaboration Model", *Mis Quarterly*. 2006.
- Davis, F.D, R.P. Bagozzi, dan Pr. Warshaw, "User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Models".
- Gefen, D., Karahanna, E. and Straub, D.(2003), "Trust and TAM in Online shopping: an integrated model. *MIS Quarterly*".
- Ghozali, Imam, "Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos Ver.5.0," Universitas Diponegoro, Semarang, 2004.
- Igbaria, M., "An examination of the factors contributing to microcomputer technology acceptance", *Accounting, Management and Information Technologies*.
- Javenpaa S. L. and Tood, P.A. 1998. "An empirical examination of the determinants of attitudes and intention toward shopping on the internet". Working paper, University of Texas.
- Karem, K., "Adoption of electronic banking: underlying consumer behavior and critical success factors, case of estonia", Tallinn Technical University, 2003
- Pikkarainen, T., Kari Pikkarainen, Heikki Karjaluoto dan Seppo Pahlila, "Consumer Acceptance of Online Banking: An Extension of the Technology Acceptance Model".
- Sathye, M. 1999. "Adoption of Internet Banking by Australian consumers: an empirical investigation". *International journal of Bank Marketing*
- Sussman, S. W., dan Siegel, W. S. "Informational Influence in Organizations: An Integrated Approach to Knowledge Adoption" *Information Systems Research*
- Tan, M., dan T. S. H. Teo, "Factors influencing the adoption of Internet banking" *Journal of the Association for Information Systems*
- Wang, Y., Y. Wang, H. Lin, dan T. Tang, "Determinants of user acceptance of Internet Banking: an empirical study," *International Journal of Service Industry Management*.