
Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penggunaan Online Banking di PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Gianyar

I Gede Nyoman Carlos Wiswanatha Mada, Putu Yudha Asteria Putri

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa

carlosmada1688@gmail.com

How to cite (in APA style):

Carlos Wiswanatha Mada, I Gede Nyoman & Yudha Asteria Putri, Putu. (2020). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penggunaan Online Banking di PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Gianyar. *Warmadewa Management and Business Journal*, 3(1) pp.12-18

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menjelaskan secara menyeluruh penggunaan *online banking* yang dipengaruhi oleh *Technology Acceptance Model* pada nasabah di PT Bank Takyat Indonesia, Tbk. Cabang Gianyar. Penelitian juga bertujuan memberikan pertimbangan bagi manajemen sebuah perbankan terkait pentingnya fokus perhatian terhadap penggunaan *online banking* guna meningkatkan kualitas pelayanan pada nasabah. Penelitian ini menggunakan 100 nasabah yang menggunakan *online banking* sebagai sampel penelitian. Dari tujuan penelitian dapat disimpulkan bahwa penggunaan *Theory Acceptance Model (TAM)* yang terdiri dari persepsi kemudahan dan persepsi kebermanfaatan serta *computer self efficacy* di PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Gianyar berpengaruh positif pada penggunaan *online banking*.

ABSTRACT

This study aims to thoroughly explain the use of online banking which is influenced by the Technology Acceptance Model for customers at PT Bank Takyat Indonesia, Tbk. Gianyar Branch. The study also aims to provide consideration for the management of a bank regarding the importance of focusing attention on the use of online banking in order to improve service quality to customers. This study uses 100 customers who use online banking as the research sample. From the research objectives it can be concluded that the use of Theory Acceptance Model (TAM) which consists of perceived ease and perceived usefulness as well as computer self-efficacy at PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk. The Gianyar branch has a positive effect on the use of online banking.

I. PENDAHULUAN

Lembaga perbankan dalam mengembangkan pelayanannya tidak hanya berpacu pada penggunaan slogan yang aman serta terpercaya untuk menghimpun nasabah. Bank sebagai lembaga perbankan di Indonesia sudah seharusnya mampu untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan gaya hidup nasabah dilihat dari perkembangan teknologi saat ini. Bentuk layanan yang berkembang dalam dunia perbankan adalah layanan *online banking* ([Kurniawan et al., 2013](#)). *Online banking* dapat dilakukan oleh nasabah untuk layanan transaksi perbankannya kapanpun dan dimanapun, baik dari rumah, tempat usaha, sekolah, supermarket, dan di tempat lainnya selain di kantor cabang sebuah bank dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer maupun telepon seluler. Bentuk layanan bank yang sering kita jumpai dan kita gunakan adalah *Automatic Teller Machine (ATM)* ([Medyawati et al., 2011](#)).

ATM saat ini sudah menyediakan berbagai layanan untuk mempermudah layanan kepada nasabah seperti, seperti setoran dan penarikan tunai, print buku tabungan, hingga penarikan

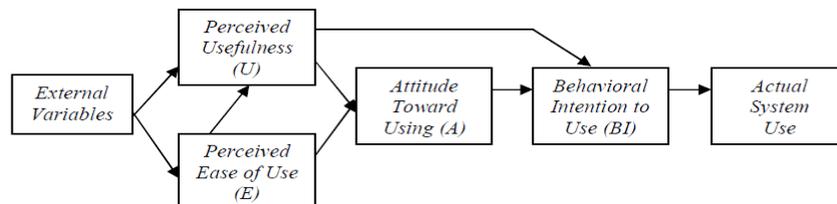
tunai pun dapat dilakukan oleh mesin ATM bahkan saat karyawan tidak membawa kartu ATM.

Bagi PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI), Tbk. sebagai salah satu perusahaan perbankan yang merupakan milik negara, pelayanan terhadap nasabah seharusnya menjadi fokus perhatian. Salah satu Cabang PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk. yang mempunyai kinerja yang baik adalah Bank Rakyat Indonesia Cabang Gianyar yang merupakan satu-satunya penggerak ekonomi UMKM di daerah Bali – NTB. BRI Cabang Gianyar memiliki 8 buah kantor unit yang menyebar di seluruh wilayah Kabupaten Gianyar. Dengan nasabah sebanyak 88.926 nasabah baik pinjaman dan simpanan. Namun sangat disayangkan pada kenyataannya di PT Bank Rakyat Indonesia khususnya di cabang Gianyar masih terdapat hal-hal yang membuat nasabah tidak merasa puas dalam memakai layanan online banking sehingga nasabah tidak yakin untuk menggunakan layanan online banking yang telah disediakan, layanan online banking sering terjadi eror sehingga menyebabkan nasabah tidak dapat bertransaksi dengan mudah. Terlebih saat ini negara-negara di dunia, khususnya Indonesia sedang dilanda pandemi Covid 19, yang mengharuskan nasabah meminimalisir transaksi di bank, jadi fokus pada konsep Computer Self Efficacy yang menjadikan nasabah yakin untuk menggunakan sebuah sistem terkomputerisasi harus ditanam dalam diri tiap nasabah guna memutus rantai penyebaran wabah Covid 19. Dapat dilihat pula upaya lembaga perbankan untuk social distancing yang dijalankan, hanya 15 orang yang boleh ada di dalam ruangan kantor unit bank, dan jika ingin cepat bertransaksi disarankan untuk menggunakan mesin yang telah disediakan. Beberapa penelitian investigasi layanan perbankan online atas dasar penerimaan nasabah terhadap penggunaan teknologi telah dilakukan melalui perluasan teori Technology Acceptance Model (TAM). TAM yang pertama kali diperkenalkan oleh [Davis \(1989\)](#) mengemukakan bahwa persepsi nasabah atas Persepsi Kebermanfaatan (Perceived Usefulness) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use) adalah faktor utama yang mempengaruhi segi penggunaan atau pengadopsian teknologi. Selain persepsi nasabah mengenai Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan, [Agarwal et al. 2000](#) dalam [Rustiana \(2004: 29\)](#) memandang konsep Computer Self Efficacy sebagai salah satu variabel yang penting untuk studi perilaku individual dalam bidang teknologi informasi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

[\(Antasari, 2013\)](#) mendefinisikan *online banking* sebagai sebuah portal internet yang memungkinkan nasabah untuk menggunakan berbagai layanan perbankan dari pembayaran tagihan hingga melakukan investasi. Selain itu, [\(Hermana, 2010\)](#) mengartikan *online banking* sebagai beberapa aktifitas perbankan yang memungkinkan nasabah dari bank yang bersangkutan untuk dapat mengakses informasi yang tersedia mengenai laporan saldo, transfer, pembayaran tagihan dan lain-lain via jaringan telekomunikasi tanpa perlu meninggalkan rumah atau kantormereka. Berdasarkan beberapa definisi mengenai *online banking* diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *online banking* adalah aktifitas perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah.

TAM diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* yang diperkenalkan oleh [Ajzen dan Fishbein \(1980\)](#) dan diusulkan oleh [\(Davis, 1989\)](#) TAM mengasumsikan bahwa penerimaan seseorang atas teknologi informasi dipengaruhi oleh dua variabel utama yaitu *Perceived Usefulness* (Persepsi Kebermanfaatan) dan *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan). Berikut adalah gambar konstruk awal TAM yang diperkenalkan oleh [\(Davis, 1989\)](#) :



Gambar 1 *Technology Acceptance Model (TAM)* (Davis, 1989)

Perceived Usefulness (Persepsi Kebermanfaatan) dan *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan) mempengaruhi *Attitude Toward Using* individu terhadap penggunaan teknologi [\(Medyawati et al., 2011\)](#). Peningkatan pada *Perceived Ease of Use* secara instrumental mempengaruhi kenaikan dari *Perceived Usefulness* karena sebuah sistem yang mudah digunakan tidak membutuhkan waktu lama untuk dipelajari sehingga individu memiliki kesempatan untuk mengerjakan sesuatu yang lain sehingga berkaitan dengan efektifitas kinerja [\(Davis, 1989\)](#).

Persepsi Kebermanfaatan pada Penggunaan *Online Banking* di PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Gianyar

Pada konteks penelitian ini dapat diartikan bahwa Persepsi Kebermanfaatan dalam *online banking* merupakan pandangan subyektif nasabah mengenai manfaat yang diperoleh oleh para nasabah dalam peningkatan kinerja nasabah karena menggunakan *online banking*. Seperti penelitian yang dilakukan oleh [\(Kurniawan et al., 2013\)](#) dan [\(Wijayanti et al., 2011\)](#), ketika nasabah telah menggunakan layanan *online banking* berkali-kali, maka nasabah telah merasakan manfaat dari layanan *online banking* tersebut Beberapa penelitian membuktikan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap penggunaan *online banking*. Semakin tinggi persepsi kebermanfaatan *online banking* bagi nasabah maka akan semakin tinggi pula tingkat penggunaan *online banking* nasabah di PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Gianyar Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis penelitian:

H₁ : Persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif pada penggunaan *online banking* di PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Gianyar

Persepsi Kemudahan Penggunaan pada Penggunaan *Online Banking* di PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Gianyar

Konteks Persepsi Kemudahan Penggunaan *online banking* berarti nasabah percaya bahwa bertransaksi melalui media *online banking* mudah untuk dipahami. Persepsi Kemudahan Penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu maupun tenaga) para nasabah

dalam mempelajari seluk beluk bertransaksi melalui *online banking*. Penelitian yang dilakukan oleh ([Medyawati et al., 2011](#)) dan ([Muntianah, 2012](#)) menyatakan bahwa, bila layanan *online banking* dipersepsikan mudah digunakan oleh para nasabah maka layanan tersebut akan sering digunakan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis penelitian:

H₂ : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif pada penggunaan *online banking* di PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Gianyar

Computer Self Efficacy pada Penggunaan Online Banking di PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Gianyar

Dalam penelitian ini *Computer Self Efficacy* merujuk pada penilaian individu terhadap kemampuan komputasi nasabah dalam menyelesaikan transaksi melalui layanan *online banking* dengan kurangnya dukungan dan bantuan baik dari orang lain, panduan manual transaksi maupun menu bantuan *online banking*. Tingkat *Computer Self Efficacy* nasabah yang tinggi akan semakin meningkatkan tingkat penggunaan *online banking* itu sendiri sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh ([Hermana, 2010](#)) dan ([Antasari, 2013](#)). Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis penelitian:

H₃ : *Computer Self Efficacy* berpengaruh positif pada penggunaan *online banking* di PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Gianyar

III. METODE PENELITIAN

Berdasarkan hipotesis penelitian, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian adalah persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, *computer self efficacy* dan penggunaan *online banking*. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: observasi, wawancara dan wawancara mendalam. Data yang telah terkumpul akan diolah dengan menggunakan teknik analisis statistik deskriptif. Terakhir, dilakukan interpretasi masing-masing variabel untuk melihat kesesuaian model teoritik dan empirik sehingga dapat ditarik kesimpulan dari rumusan masalah penelitian

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah semua uji asumsi klasik terpenuhi maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji regresi linear berganda dengan model dasar sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

Y = Penggunaan *online banking*

α = Konstanta

β_1 - β_3 = Koefisien Regresi

X₁ = Persepsi Kemudahan

X₂ = Persepsi Kebermanfaatan

X₃ = *Computer Self Efficacy*

ε = Faktor lain yang berpengaruh terhadap variabel terikat (Y)

Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 5.7 Pengujian tersebut dilakukan terhadap variabel persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, *computer self efficacy* pada penggunaan *online banking*.

Tabel 1
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
No	Variabel	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
	Penggunaan <i>online banking</i> (Y)	9,207	2,961		3,109	0,420
	Persepsi Kemudahan (X1)	0,062	0,077	0,078	0,810	0,002
	Persepsi Kebermanfaatan (X2)	0,252	0,097	0,277	2,602	0,011
	<i>Computer Self Efficacy</i> (X3)	0,400	0,110	0,372	3,628	0,000
Konstanta		0,630				
Sig F		0,000				
Adjusted R Square		0,378				

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang ditunjukkan pada Tabel 5.7, maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,630 + 0,078X_1 + 0,277X_2 + 0,372X_3 + \varepsilon \dots\dots\dots(1)$$

Koefisien persamaan regresi di atas mengindikasikan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan dan *computer self efficacy* memiliki pengaruh searah dengan variabel terikat yaitu penggunaan online banking. Selain itu, hasil regresi juga menunjukkan *Adjusted R Square* sebesar 0,378. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabilitas variabel penggunaan online banking dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan dan *computer self efficacy* sebesar 37,8% persen, sedangkan sisanya sebesar 62,2 persen dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan (X1) sebesar 0,078 , persepsi kebermanfaatan (X2) sebesar 0,277, dan *computer self efficacy* (X3) sebesar 0,372, Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan dan *computer self efficacy* berpengaruh positif pada penggunaan online banking di PT Bank Rakyat Indonesia, cabang Gianyar.

Uji F Statistik

Hasil uji F atau uji kelayakan model pada Tabel 5.7 menunjukkan pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis. Apabila uji F menunjukkan hasil yang signifikan, maka seluruh variabel bebas mempengaruhi variabel terikat dan model yang digunakan layak uji, sehingga pengujian hipotesis dapat dilanjutkan. Tingkat probabilitas (sig.) F adalah $0,000 \leq \alpha = 0,05$; H1 diterima dan H0 ditolak, Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi F

sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan dan *computer self efficacy* secara bersama memprediksi dan menjelaskan penggunaan online banking di PT Bank Rakyat Indonesia, cabang Gianyar.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Tujuan penelitian ini yakni untuk menginvestigasi sejauh mana pengimplementasian *Theory Acceptance Model* (TAM) yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kebermanfaatan serta *computer self efficacy* pada penggunaan online banking di PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Gianyar. Penelitian ini menggunakan 100 nasabah yang menggunakan *online banking* sebagai sampel penelitian. Dari tujuan penelitian dapat disimpulkan bahwa penggunaan *Theory Acceptance Model* (TAM) yang terdiri dari persepsi kemudahan dan persepsi kebermanfaatan serta *computer self efficacy* di PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Gianyar berpengaruh positif pada penggunaan *online banking*. Perkembangan Teknologi Informasi saat ini sangat cepat, baik perkembangan Teknologi Informasi dari segi hardware maupun softwrenya. Dalam satu sisi perkembangan itu sangat membantu bagi *novice accountant* (usernya), sementara di sisi lain ada sebagian user yang merasa cemas (*anxiety*), takut (*affried*) dan tidak mampu untuk mengikuti perkembangan tersebut atau bahkan menolak perkembangan tersebut. Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Gianyar menganggap jika semakin mudah suatu Sistem Informasi Akuntansi diterapkan saat menyelesaikan pekerjaan, maka keyakinan karyawan untuk menggunakan komputer akan semakin tinggi. Nasabah di PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Gianyar menganggap penggunaan online banking sangat membantu dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan adanya online banking nasabah dapat lebih cepat dalam kehidupan sehari-hari dan dapat menjadikan sebuah informasi lebih efektif dan efisien. Aspek perilaku dan kemampuan pengaplikasian Sistem Informasi Manajemen menjadi faktor penentu bagi kompleksitas Sistem Informasi Manajemen tersebut. Semakin konstruktif perilaku dan semakin tinggi keahlian pengguna Sistem Informasi Manajemen akan menyebabkan kompleksitas Sistem Informasi Manajemen berdampak positif bagi strategi dan kelangsungan bisnis perusahaan.

Penelitian ini memiliki beberapa kelemahan yang dapat memengaruhi interpretasi dari hasilnya. Pertama, banyak responden yang mengeluhkan istilah *Theory Acceptance Model* yang digunakan terlalu teknis. Meskipun demikian, beberapa langkah telah dilakukan untuk mengatasi hal tersebut. Di antaranya, pengambilan sampel dilakukan dengan menjelaskan kepada responden dan memberi glosarium/arti istilah beserta contohnya. Kelemahan kedua yakni jumlah sampel yang digunakan kurang besar dan luas sehingga sampel penelitian mengalami keadaan lingkungan yang mirip sehingga data yang terkumpul tidak cukup untuk menghasilkan hubungan yang signifikan secara statistik. Ketiga, sampel penelitian merupakan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk di cabang Gianyar sehingga interpretasi hasil untuk nasabah di kantor cabang atau perusahaan lain harus dilakukan dengan hati-hati. Berdasarkan kelemahan yang telah dipaparkan, saran untuk penelitian selanjutnya ialah perlu mempertimbangkan tingkat pemahaman dan pengetahuan responden akan pentingnya pemahaman dan penggunaan Sistem Informasi Manajemen. Selain ketiga faktor kontinjensi

yang telah digunakan dalam penelitian ini, masih terdapat banyak faktor yang dapat memengaruhi penggunaan online banking. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan faktor yang lebih banyak lagi agar diperoleh model penelitian yang lebih tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- [Antasari, A. S. \(2013\). Pengaruh Penggunaan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Administrasi Bisnis \(JAB\)*, Vol. 1 No.\(April 2013\), 5–6.](#)
- [Davis, F. D. \(1989\). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quartely*, Vol. 13 No\(1989\), 319–339.](#)
- [Hermana, B. \(2010\). Pengukuran Kualitas Layanan Internet Banking. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 15 No\(April 2010\), 7–8.](#)
- [Kurniawan, D., Hatane, S., & Edwin, J. \(2013\). Analisis Penerimaan Nasabah terhadap Layanan Mobile Banking dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Reasoned Action. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 1 No 1\(2013\), 1–13.](#)
- [Medyawati, H., Marieta, C., & Yunanto, M. \(2011\). E-Banking Adoption Analysis Using Technology Acceptance Model \(TAM\): Empirical Study of Bank Customers in Bekasi City,. *International Conference on Innovation, Management, and Service*, Vol 14 No\(91–95\).](#)
- [Muntianah. \(2012\). Pengaruh Minat Perilaku terhadap Actual Use Teknologi Informasi dengan Pendekatan Teory Acceptance Model. *Profit*, Vol 6 No 1\(2012\).](#)
- [Wijayanti, R., Fitriansyah, H., & Armaini, A. \(2011\). Analisis Technology Acceptance Model \(TAM\) Terhadap Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking \(Studi Empiris Terhadap Nasabah Bank di Depok. *Proceeding PESAT \(Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Sipil\) Universitas Gunadarma*, Vol 4\(2011\), 121–127.](#)