

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 TAM (*Theory Acceptance Models*)

Teori ini sebelumnya telah dikembangkan oleh Davis (1989) untuk menjelaskan penerimaan teknologi informasi. TAM yang merupakan adaptasi dari teori TRA (*Theory of Action*) yang menjelaskan tentang *intention* dan *attitude* untuk menggunakan sistem informasi yang bergantung kepada dua keyakinan yaitu *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEOU). Menurut Davis (1989), penggunaan perilaku dalam teknologi informasi dimulai dari PU dan PEOU.

Perceived Usefulness (persepsi kebermanfaatan) dan perceived ease of use (persepsi kemudahan penggunaan) mempengaruhi perilaku individu terhadap penggunaan teknologi. 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, Bagozzi dan Warshaw, 1989).

2.1.2 Perceived Ease of Use

Perceived Ease of Use adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha fisik dan mental (Wallace & Sheetz dalam Yilmaz, 2014). Menurut Davis (1989) perceived ease of use merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami. Definisi tersebut juga didukung oleh Wibowo (2006) yang menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Perceived ease of use juga

didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan individu bahwa dengan menggunakan teknologi akan membawa mereka terbebas dari usaha secara fisik dan mental (Orso dan Gardner, 2004). Menurut Adams et al.,(1992), intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan perceived ease of use. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa system tersebut lebih mudah dipahami, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah untuk digunakan.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa perceived ease of use mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena individu yakin bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (user) dengan sistem juga dapat menunjukkan perceived ease of use. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya (Adam et al., 1992).

2.1.3 Perceived Usefulness

Perceived Usefulness merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan terhadap suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Wallace & Sheetz dalam Yilmaz, 2014). Menurut Noviarni (2014), perceived usefulness adalah kemampuan subjektif para pengguna untuk masa yang akan datang di mana dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja dalam konteks organisasi. Menurut Kartika (2006), perceived usefulness adalah suatu keadaan seseorang yang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Perceived usefulness adalah manfaat yang diyakini individu dapat diperolehnya apabila menggunakan teknologi informasi. Dalam konteks organisasi, kegunaan ini tentu

saja dikaitkan dengan peningkatan kinerja individu yang secara langsung atau tidak langsung berdampak pada kesempatan memperoleh keuntungan baik yang bersifat fisik atau materi maupun non-materi.

2.2 Internet Banking

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, sehingga pendirian dan kegiatan internet Only Bank tidak diperkenankan (Barasa et al., 2017).

Menurut Margaretha (2015) *Internet banking* dapat berupa Informational *Internet Banking*, Communicative *Internet Banking* dan Transactional *Internet Banking*, Informational *Internet Banking* adalah pelayanan jasa Bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (Ekonomi et al., 2020)

Untuk menggunakan *internet banking*, nasabah harus mempunyai user name, password, media token atau one time password (OTP) dan jaringan internet. User id, password dan media token akan didapatkan dengan mendaftarkan diri ke bank dan memastikan website yang dikunjungi adalah milik bank yang dituju, lalu nasabah diminta id dan password dalam muka login. Kemudian pada saat ingin melakukan transaksi, nasabah akan memasukkan kode OTP yang diperoleh berdasarkan media token atau SMS. Setelah melakukan transaksi, nasabah wajib memastikan sudah keluar dari *internet banking* dan bank akan mengirimkan e-mail jika diketahui akun *internet banking* yang anda gunakan, digunakan juga oleh orang lain (Al-Smadi, 2011)

2.3 Mobile Banking

Mobile banking adalah salah satu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui telepon seluler (HP). Melalui telepon seluler (HP) dan layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan dengan manual, artinya kegiatan dilakukan nasabah dengan mendatangi bank secara langsung, sekarang dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi bank, hanya dengan menggunakan telepon seluler (HP).

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Saat ini kebanyakan *mobile banking* ditunjukkan melalui via SMS atau Mobile Internet tetapi dapat juga menggunakan aplikasi (Imamah & Ayu Safira, 2021).

Mobile banking bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern (Politala et al., 2020). Jika nasabah ingin menggunakan *mobile banking* melalui aplikasi yang sudah terinstal, anda harus mengunduh dan menginstal aplikasi di ponsel terlebih dahulu. Saat membuka aplikasi, pelanggan diharuskan memasukkan kata sandi untuk masuk. Nasabah kemudian dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan dimintai PIN saat melakukan transaksi.

2.4 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan gambaran dari pencapaian keberhasilan perusahaan dapat diartikan sebagai hasil yang telah dicapai atas berbagai aktivitas yang telah dilakukan. Kinerja sangat dibutuhkan untuk mengetahui dan mengevaluasi tingkat keberhasilan aktivitas keuangan yang telah dilaksanakan perusahaan.

Menurut Hutabarat (2020) kinerja keuangan merupakan prestasi yang telah dicapai perusahaan dalam periodetertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan dan keberhasilan suatu perusahaan.

Kinerja keuangan sendiri dapat dinilai dengan beberapa cara seperti

analisis perbandingan laporan keuangan, rasio keuangan, persentase per komponen, sumber dan penggunaan modal kerja, analisis perubahan laba kotor dan lain-lain. Kinerja keuangan biasanya diukur dengan solvabilitas, likuiditas, dan profitabilitas.

2.5 Penelitian Terdahulu

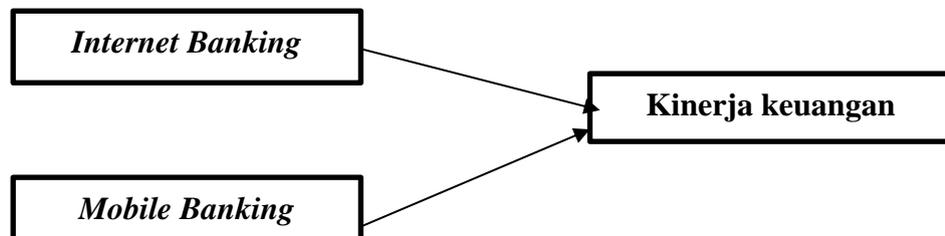
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Nur Imamah & Dinda Ayu Safira (2021)	Pengaruh <i>Mobile Banking</i> Terhadap Profitabilitas Bank Di Bursa Efek Indonesia	<i>Mobile Banking</i> (X1) Terhadap Profitabilitas Bank (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>mobile banking</i> (m-banking) berpengaruh tidak signifikan terhadap return on asset (ROA).
2.	Irwan Moridu (2020)	Dampak Digital Banking Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan (Studi Pada PT. Bank Negara Indonesia	Digital Banking (X) Nilai Perusahaan (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang berpengaruh tidak signifikan.

		(Persero) Tbk)		
3.	Marizka Distya Anastasia & Munari (2021)	Pengaruh Faktor Internal, Eksternal, dan Layanan Transaksi Digital bank terhadap profitabilitas Bank	Faktor Eksternal(X1) Internal (X2) Layanan Digital Bank (X3) Profitabilitas bank (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan transaksi <i>mobile banking</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas.

4.	Muchlis & Budi Wahono & Arini Fitria Mustapita (2020)	Pengaruh Electronic Money (E- Money), Electronic Banking (E- Banking), dan Brachless Banking Terhadap Profitabilitas Perbankan Periode 2016-2019	E- Money (X1) E-Banking (X2) Brachless Banking (X3) Profitabilitas Perbankan (Y)	Hasil analisis statistik uji t memberikan kesimpulan bahwa e- banking berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas
5.	Muhammad Arif & Erni Masdupi (2020)	Pengaruh <i>Internet Banking</i> Terhadap Kinerja Perbankan	<i>Internet Banking</i> (X1) Kinerja Perbankan (Y)	Hasil ini mengindikasikan bahwa <i>internet banking</i> berdampak negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja perbankan

2.6 Kerangka Penelitian



2.7 Hipotesis

2.7.1 Pengaruh *Internet Banking* terhadap Kinerja keuangan perbankan

Internet Banking merupakan salah satu bentuk produk jasa yang mulai banyak ditawarkan oleh bank-bank komersial di Indonesia.

Hasil penelitian Yuliati et al (2020) menyatakan bahwa dalam hal profitabilitas bank dengan *internet banking* memiliki ROA dan ROE yang lebih baik dari tanpa memiliki *internet banking*. Hernando (2007) mengatakan bahwa *internet banking* digunakan sebagai pelengkap bukan pengganti cabang fisik, namun peningkatan profitabilitasnya dilihat dari penurunan biaya overhead. Setengah tahun pertama ROA meningkat signifikan dan dalam tiga tahun ROA meningkat secara terus-menerus secara signifikan.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang sudah diuraikan, peneliti merumuskan hipotesis menjadi berikut:

H1: *Internet Banking* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan

2.7.2 Pengaruh *Mobile Banking* terhadap kinerja keuangan perbankan

Mobile banking adalah salah satu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui telepon seluler (HP). dan layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan dengan manual, artinya kegiatan dilakukan nasabah dengan mendatangi bank secara langsung, sekarang dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi bank, hanya dengan menggunakan telepon seluler (Alfatihah & Sundari, 2021).

Penelitian ini didukung oleh peneliti sebelumnya (Ketut Tanti Kustina dan Yunike Wulandari Sugiarto, 2020) yang menyatakan bahwa *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan yang diukur dengan menggunakan ROA. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang sudah diuraikan, peneliti merumuskan hipotesis menjadi berikut:

H2: *Mobile banking* berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja keuangan perbankan