

Pengaruh Persepsi Nasabah terhadap Niat Penggunaan *Cash Deposit Machine* (CDM) menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)

Putriana Wulandari

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

Email : putrianawulandari@gmail.com

Abstrak

Perusahaan di bidang jasa perbankan telah memberikan layanan perbankan elektronik yang sangat beragam di tengah berkembangnya teknologi informasi, salah satunya adalah *Cash Deposit Machine* (CDM). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Attitude Towards Using* terhadap *Intention to Use* pada *Cash Deposit Machine* (CDM) secara parsial menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Data dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner kepada 100 responden yang merupakan nasabah PT XXX KCU Tasikmalaya yang melakukan transaksi transfer atau menabung dengan jumlah kurang dari Rp.5.000.000, sampel diambil menggunakan metode *Convenience Sampling*. Program yang digunakan untuk mengolah kuisioner adalah *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 20 sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Regresi Linear Sederhana dan pengujian hipotesis menggunakan Uji-t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif signifikan secara langsung terhadap *Attitude Towards Using*. *Attitude Towards Using* berpengaruh positif signifikan secara langsung terhadap *Intention to Use*.

Kata Kunci: *Cash Deposit Machine* (CDM), Perbankan, *Technology Acceptance Model* (TAM)

Abstrack

Companies in the field of banking services has been providing electronic banking services are very diverse in the development of information technology, one of which is a Cash Deposit Machine (CDM). This study aims to determine the effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Attitude Towards Using toward Intention to Use the Cash Deposit Machine (CDM) partially using approaches Technology Acceptance Model (TAM). Data were collected through questionnaires to 100 respondents who are customers of PT XXX KCU Tasikmalaya transfer transaction or save the number is less than Rp.5.000.000, samples were taken using Convenience Sampling method. The program used to process the questionnaire is Statistical Product and Service Solutions (SPSS) version 20, while the method used in this research is the simple linear regression method and hypothesis testing using t-test. The results showed that partially Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use direct significant positive effect on the Attitude Towards Using. Attitude Towards Using direct significant positive effect on Intention to Use.

Keywords: Banking , Cash Deposit Machine (CDM), Technology Acceptance Model (TAM)

1. Pendahuluan

Perkembangan dunia teknologi informasi yang demikian pesatnya telah membawa manfaat luar biasa bagi kemajuan peradaban umat manusia [1]. Teknologi informasi mampu menjawab tuntutan pekerjaan yang lebih cepat, murah, efisiensi waktu yang tinggi dan dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi suatu individu, perusahaan, bahkan suatu organisasi dan Negara [2].

Salah satu contoh penerapan teknologi informasi dan komunikasi terjadi di sektor perbankan, teknologi perbankan yang sudah terhubung antar penjuru dunia memungkinkan manusia melakukan transaksi elektronik berapa pun jumlahnya dengan sangat mudah dan cepat [3]. Contoh layanan perbankan elektronik adalah *Cash Deposit Machine* (CDM).

PT XXX KCU Tasikmalaya adalah bank pertama yang meluncurkan teknologi *Cash Deposit Machine* (CDM) di Kota Tasikmalaya. Dengan adanya mesin CDM ini, nasabah yang akan melakukan transfer atau menabung kurang dari Rp 5.000.000 dapat langsung menggunakan mesin tersebut agar terhindar dari antrian panjang di teller, namun ternyata masih banyak nasabah yang melakukan transaksi di *counter* teller yaitu sekitar 300 transaksi. Hal ini membuktikan bahwa minat nasabah dalam menggunakan CDM masih kurang.

Berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Apakah terdapat pengaruh antara *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Attitude Towards Using*

terhadap *Intention to Use* pada penggunaan CDM ? dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Attitude Towards Using* terhadap *Intention to Use* pada penggunaan CDM.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan teknik analisis data menggunakan regresi linear sederhana dengan pengujian hipotesis menggunakan Uji-t.

2. Dasar Teori/Material dan Metodologi/perancangan

2.1 Dasar Teori/Material

2.1.1 Manajemen

Manajemen adalah serangkaian kegiatan (termasuk perencanaan dan pengambilan keputusan, pengorganisasian, memimpin dan mengendalikan) diarahkan pada sumber daya organisasi (manusia, keuangan, fisik dan informasi) dengan tujuan untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif [4].

2.1.2 Manajemen Operasi

Serangkaian aktivitas untuk menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan atau jasa dengan mengubah input menjadi output disebut manajemen operasi. Sebuah nilai dari suatu barang atau jasa akan didapatkan oleh sebuah perusahaan apabila setiap perusahaan memiliki keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing adalah kegiatan menciptakan sistem yang mempunyai keunggulan unik atas pesaing lain. Cara manajer dalam meraih keunggulan bersaing dapat dilakukan melalui : *Diferensiasi*, *Biaya Murah* dan *Respons yang Cepat* [5].

2.1.3 Manajemen Teknologi

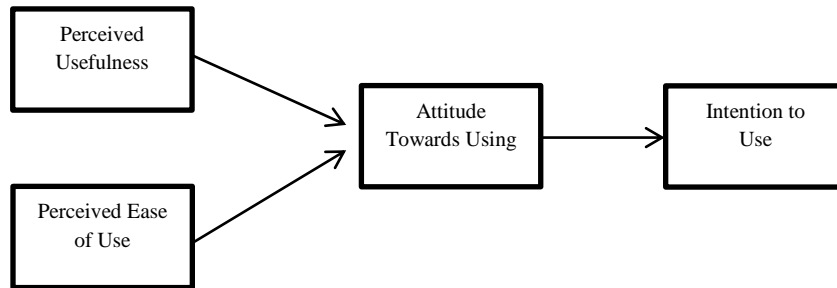
“Management of Technology is an interdisciplinary field that integrates science, engineering, and management knowledge and practice. the focus is on technology as the primary factor in wealth creation” [6]. *Management of technology is high on the list of major trends, and it promises to be high well into the future*”[7].

2.1.4 Technology Acceptance Model (TAM)

Model penerimaan *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan teori adopsi dari model TRA yang menjelaskan minat berperilaku menggunakan teknologi informasi. TAM dikembangkan oleh Davis et al (1986). Penerimaan teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk yaitu empiris *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* [8].

2.2 Kerangka Pemikiran

Definisi kemudahan penggunaan dan efisiensi pribadi identik sama. Definisi ini adalah kriteria yang harus dipertimbangkan dalam membuat desain alat agar mendapat kemudahan pada saat penggunaan [9]. Kemudahan penggunaan dianggap sebagai penentu penting dari penggunaan teknologi [9]. Persepsi kegunaan adalah penentu kepuasan yang berkaitan dengan penggunaan teknologi self-service, dimana seseorang percaya bahwa persepsi kegunaan mengacu pada sebuah level yang mana penggunaan teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerja pengguna dalam organisasi [9]. Selanjutnya, sikap terhadap adanya inovasi dianggap sebagai penentu dari penerimaan penggunaan teknologi [9]. Penggunaan sistem ataupun penerimaan teknologi ditentukan oleh niat seseorang dalam melakukan penggunaan teknologi tersebut [9].



Gambar 2.1
Model Penelitian

Sumber : Raida,R dan Neji,B. (2013)

Berdasarkan kerangka pemikiran, maka hipotesisnya adalah:

H1: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif signifikan terhadap *Attitude Towards Using* pada penggunaan mesin CDM

H2: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Attitude Towards Using* pada penggunaan mesin CDM

H3: *Attitude Towards Using* berpengaruh positif signifikan terhadap *Intention to Use* pada penggunaan mesin CDM

3. Pembahasan

3.1 Sampel dan Pengumpulan Data

Teknik sampling yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dan jenis *Non-Probability Sampling* yang digunakan yaitu *convenience random sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah PT BCA KCU Tasikmalaya yang melakukan transaksi dan mengetahui produk *Cash Deposit Machine* (CDM). Dikarenakan ukuran populasi tidak diketahui maka ukuran sampel dihitung dengan menggunakan rumus Bernoulli dengan tingkat kepercayaan 95%. Hasil perhitungan rumus Bernoulli menyatakan bahwa responden nya berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan melakukan penyebaran kuisioner.

3.2 Hasil Pengujian Hipotesis dan Persentase Pengaruh Antar Variabel

3.2.1 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data regresi linear sederhana dengan menggunakan uji t. Uji t dilakukan untuk menguji besarnya pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Berikut adalah tabel hasil pengujian hipotesis.

Tabel 3.1
Hasil Pengujian Hipotesis

| Variabel | t tabel | ATT | IU |
|----------|---------|--------|-------|
| PU | 1,98422 | 7,260 | - |
| PEOU | 1,98422 | 10,417 | - |
| ATT | 1,98422 | - | 7,093 |

Hasil Pengujian pada tabel 3.1 memperlihatkan bahwa:

1. Pengaruh *Perceived Usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Attitude Towards Using* pada penggunaan mesin CDM
2. Pengaruh *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif signifikan terhadap *Attitude Towards Using* pada penggunaan mesin CDM
3. Pengaruh *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif signifikan terhadap *Attitude Towards Using* pada penggunaan mesin CDM

3.2.2 Persentase Pengaruh Antar Variabel

Berdasarkan hasil hipotesis diatas dapat diketahui besarnya persentase pengaruh antar variabel yang dianalisis dari nilai R Square. Berikut adalah tabel persentase pengaruh antar variabel.

Tabel 3.2
Persentase Pengaruh Antar Variabel

| Variabel | ATT | IU |
|----------|-------|-------|
| PU | 35% | - |
| PEOU | 52,5% | - |
| ATT | - | 33,9% |

Berdasarkan tabel 3.2 diketahui bahwa:

1. Persentase pengaruh *Attitude Towards Using* terhadap *Perceived Usefulness* sebesar 35% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain
2. Persentase pengaruh *Attitude Towards Using* terhadap *Perceived Ease of Use* sebesar 52,5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain
3. Persentase pengaruh *Intention to Use* terhadap *Attitude Towards Using* sebesar 33,9% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya serta pembahasan yang disertai dengan teori-teori yang mendukung mengenai pengaruh Persepsi Nasabah (*Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Attitude Towards Using*) terhadap *Intention to Use* CDM, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial, *Perceived Usefulness* (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Attitude Towards Using*. Hal ini terlihat dari nilai $t_{hitung} 7,260 > t_{tabel} 1,98422$. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *Perceived Usefulness* (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap *Attitude Towards Using*. Untuk *Perceived Ease of Use* (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Attitude Towards Using*. Hal ini terlihat dari nilai $t_{hitung} 10,417 > t_{tabel} 1,98422$. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *Perceived Ease of Use* (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap *Attitude Towards Using*. *Attitude Towards Using* (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Intention to Use*. Hal ini terlihat dari nilai $t_{hitung} 7,093 > t_{tabel} 1,98422$. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *Attitude Towards Using* (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap *Intention to Use* (Y) serta *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh secara tidak langsung terhadap *Intention to Use*.

Daftar Pustaka

- [1] Elok, R. (2014). *Perkembangan Internet di Indonesia*. Available [online] : <http://teknologi.kompasiana.com/internet/2014/09/20/perkembangan-internet-di-indonesia-680080.html> [5 Desember 2014]
- [2] Kaimudin, I. (2013). *Manfaat IT - Teknologi Informasi*. Available [online]: <http://teknologi.kompasiana.com/internet/2013/03/19/manfaat-it-teknologi-informasi-538579.html> [5 Desember 2014]
- [3] Setiawan, S. (2014). *Mengenang Masa Ketika Beli Mobil Harus Bawa Uang Sekardus*. Available [Online] : <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/09/22/113514326/Mengenang.Masa.Ketika.Beli.Mobil.Harus.Bawa.Uang.Sekardus>. [5 Desember 2014]
- [4] Griffin. (2012). *Management Fundamentals*. China : Cengage Learning.
- [5] Heizer.J, Render.B. (2009). *Manajemen Operasi*. Terj. Sungkono.C. Jakarta: Salemba Empat

- [6] Khalil, T. (2000). *Management of Technology: The Key to Competitiveness and Wealth Creation*. Singapore: McGraw-Hill
- [7] Stevenson, W.J. (2007). *Operation Management (ninth edition)*. New York: McGraw-Hill Higher Education
- [8] Chuttur,M. (2009). Overview of the Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions. *Paper Information System*. ISSN 1535-6078
- [9] Raida,R., dan Neji,B. (2013). The Adoption of the E-Banking : Validation of the Technology Acceptance Model. *Journal Technology and Investment*. Vol.4, 197-203.