

**PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
RESIKO TRANSAKSI, DAN FITUR LAYANAN PADA MINAT ULANG NASABAH
DALAM MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING***

Supriyadi

Email : baron8970@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : 1). Pengaruh persepsi teknologi informasi pada minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*, 2). Pengaruh kemudahan dalam penggunaan pada minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*, 3). Pengaruh resiko transaksi pada minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*, 4). Pengaruh fitur layanan pada minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Populasi penelitian ini di batasi pada individu yang memiliki rekening BCA dan pernah menggunakan *internet banking* di Kota Purworejo sedangkan teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah : hipotesis pertama, kedua, ketiga, dan keempat terbukti dimana ada pengaruh positif dan signifikan variabel persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, resiko transaksi, dan fitur layanan pada minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking.

Kata kunci : Persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, resiko transaksi, fitur layanan dan minat ulang menggunakan.

PENDAHULUAN

Pentingnya teknologi informasi dalam dunia bisnis tidak diragukan lagi. Banyak perusahaan di dunia berkeinginan untuk mengubah dirinya menjadi pelopor bisnis global dari berbagai investasi besar dalam *e-business*, *e-commerce*, dan usaha Teknologi Informasi (TI) lainnya yang global. Jadi terdapat kebutuhan yang nyata bagi para manajer bisnis dan praktisi bisnis untuk memahami bagaimana mengelola fungsi organisasi yang penting ini. Mengelola sistem dan teknologi informasi yang mendukung proses bisnis *modern* perusahaan saat ini adalah tantangan besar untuk para manajer bisnis dan TI serta para praktisi bisnis (O'Brien dalam Pranidana 2010).

Perkembangan teknologi informasi ini diadopsi oleh bank-bank yang ada di Indonesia untuk mengembangkan pelayanan (Chang, 2002; Gourlay & Pentecost, 2002;

Hannah & McDowell, 1984; Haynes & Thompson, 2000; Van Hoose, 2003 dalam Pranidana 2010). Karena media internet adalah dalam hal ini *internet banking* memungkinkan adanya bisnis model yang baru. Layanan perbankan baru dapat diluncurkan melalui web dengan cepat (Rahardjo, 2001). Perkembangan layanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi dalam bentuk *internet banking*, *mobile banking* yang berbasis handphone, penggunaan ATM (*Authomatic Teller Machine*), *Credit Card* dan lain sebagainya merupakan keharusan bagi bank-bank di Indonesia untuk merebut pangsa pasar.

Termasuk dalam bisnis perbankan yang mengeluarkan layanan *internet banking*. *Internet banking* dapat digunakan untuk bermacam-macam transaksi non-cash beberapa diantaranya yaitu : 1) untuk mengecek saldo rekening dan history transaksi bank; 2) membayar berbagai macam tagihan; dan 3) transfer antar account. Diharapkan transaksi yang ditawarkan oleh bank semakin berkembang sesuai kebutuhan setiap nasabah, karena menurut Moody, 2002 dalam Pranidana 2010 *internet banking* merupakan pelayanan yang ditawarkan oleh bank-bank untuk menjaring nasabah baru.

BCA (Bank Central Asia) merupakan salah satu bank komersial di Indonesia yang mengimplementasikan penggunaan sitem *internet banking* pada layanan jasa perbankan dan menjadi market leader pada pasar *internet banking*. Berdasarkan laporan tahunan BCA tahun 2009, tercatat peningkatan sebesar 20% untuk jumlah transaksi melalui KLIK-BCA dari 135 juta transaksi menjadi 162 juta transaksi dengan total transaksi senilai Rp 114,6 triliun. Hal ini tentunya ditunjang dengan kehandalan dan keunggulan produk KLIK-BCA dibanding dengan produk *internet banking* bank lainnya. <http://marsnewsletter.wordpress.com>

Persepsi Teknologi Informasi

Pengertian persepsi menurut Schiffman dan Kanuk,1993 dalam Amijaya (2010), adalah suatu proses yang membuat seseorang memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya. Persepsi timbul karena adanya *stimulus* dari luar yang akan mempengaruhi seseorang melalui kelima alat inderanya untuk melakukan sesuatu.

Sedangkan pengertian teknologi informasi menurut Mc Keown, 2001 dalam Amijaya (2010) adalah, merujuk pada seluruh bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah dan untuk menggunakan informasi tersebut dalam segala bentuknya. Bentuknya bisa bermacam-macam layaknya komputer sebagai alat multimedia yang didukung dengan perangkat lunak yang sesuai dengan pengolahan informasi tersebut.

Persepsi teknologi informasi diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi informasi dapat bekerja lebih singkat dari pada orang yang tidak menggunakan teknologi informasi (Davis, 1989 dalam Maharsi 2007).

Kemudahan Penggunaan *Internet Banking*

Pengertian kemudahan penggunaan *internet banking* didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan *internet banking* merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan *internet banking* dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai.

Davis dalam Amijaya (2010) memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan IB antara lain meliputi; (1) IB sangat mudah dipelajari, (2) IB mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna, (3) ketrampilan pengguna bertambah dengan menggunakan IB.

Resiko Transaksi *Internet Banking*

Resiko adalah suatu keadaan *uncertainty* yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara *online*. Orang-orang benar-benar mempertimbangkan jarak dan suasana *impersonal* dalam transaksi *online* dan infrastruktur global yang banyak mengandung unsur resiko.

Resiko didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil yang diinginkan (Pavlou, 2001). Menurut Dowling dan Staelin dalam Pavlou (2001), kalau resiko itu meningkat dari sekedar informasi sampai pada keputusan pembelian produk atau melakukan transaksi, resiko diasosiasikan dengan kepercayaan. Dalam penelitian ini indikator resiko dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil resiko dari penggunaan *internet banking*,

diharapkan tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil resiko akan berdampak positif pada minat konsumen untuk menggunakan *internet banking*.

Fitur Layanan *Internet Banking*

Menurut Ainscough dan Lockett, 2000 dalam Pranidana 2010, perlengkapan untuk interaktifitas nasabah adalah kriteria penting yang menarik perhatian para nasabah di dalam penyampaian jasa *internet banking*. Gerrard dan Cunningham, 2003 dalam Amijaya 2010 juga mengidentifikasi faktor lain yang penting di dalam kesuksesan *e-banking*, yaitu kemampuan inovasi untuk menghadapi kebutuhan nasabah dengan ketersediaan fitur yang berbeda pada *website*. Fitur berarti hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh nasabah dengan menggunakan *internet banking*.

Inovasi produk berhubungan dengan ketersediaan teknologi yang sesuai, pengenalan produk yang tepat, dan pengembangan atas jasa. Menurut Pranidana (2010) contoh dari inovasi yang ada pada internet banking adalah adanya alat hitung pinjaman (*loan calculator*) yang interaktif, konverter nilai tukar (*exchange rate converter*), alat hitung hipotek (*mortgage calculator*) pada *website internet banking*. Dengan adanya inovasi produk berupa fitur-fitur tambahan pada *website internet banking*, maka diharapkan nasabah akan berminat untuk menggunakan *internet banking*.

Minat Ulang Penggunaan *Internet Banking*

Minat ulang menggunakan *internet banking* dapat diartikan frekuensi (seberapa sering) nasabah menggunakan fasilitas-fasilitas yang disediakan melalui *internet banking* (Setyo, 2011).

Menggunakan ulang *internet banking* menunjukkan kepuasan individu untuk menggunakan atau tidak menggunakan *internet banking* dalam menyelesaikan serangkaian tugasnya. Idealnya, dalam hubungannya dengan faktor kecocokan tugas teknologi, pemanfaatan teknologi diukur dengan seberapa besar proposi pemakai memilih untuk memanfaatkan sistem. Operasionalisasi tersebut mencerminkan keputusan pemakai untuk menggunakan ulang *internet banking* berdasarkan hasil evaluasinya atas faktor kecocokan tugas teknologi sehingga pemanfaatan *internet banking* berlangsung dalam situasi sukarela.

Hipotesis Penelitian

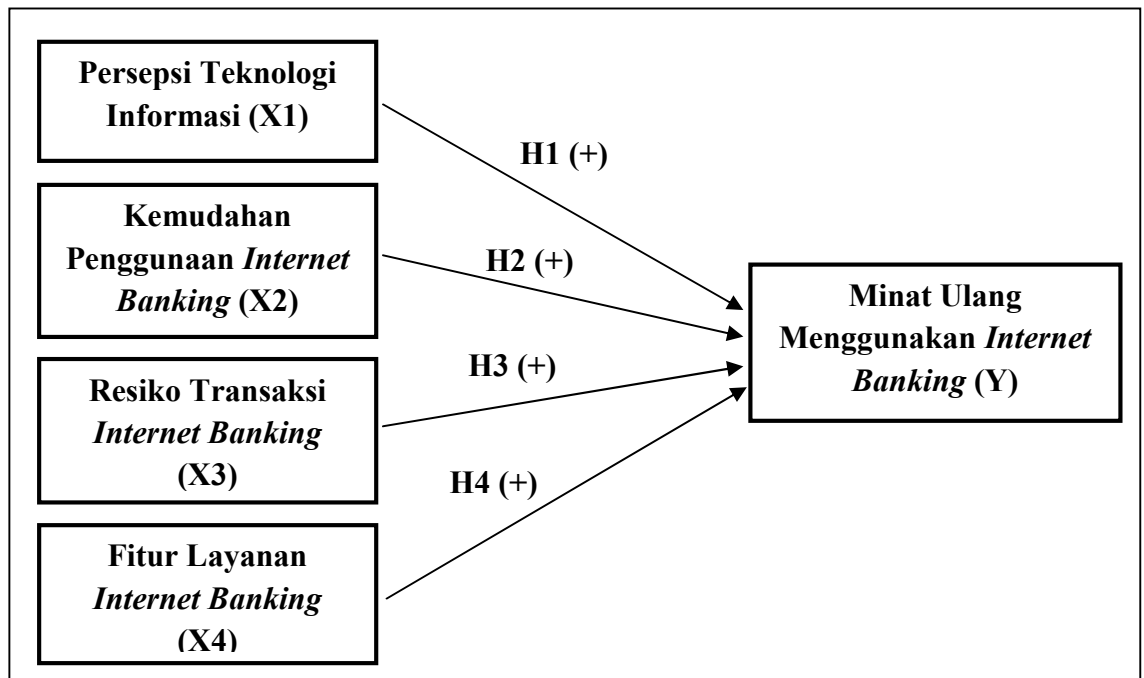
Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H1 : Persepsi teknologi informasi berpengaruh positif pada minat ulang nasabah menggunakan *internet banking*
- H2 : Kemudahan dalam penggunaan *internet banking* berpengaruh positif pada minat ulang nasabah menggunakan *internet banking*
- H3 : Resiko transaksi *internet banking* berpengaruh positif pada minat ulang nasabah menggunakan *internet banking*
- H4 : Fitur layanan *internet banking* berpengaruh positif pada minat ulang nasabah menggunakan *internet banking*

Kerangka Penelitian

Berikut ini kerangka pemikiran yang telah disusun untuk menjabarkan hipotesis dalam penelitian ini.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan metode *Skala Likert*. Kategori jawaban terdiri dari lima pilihan yaitu, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Untuk menguji validitas butir digunakan teknik CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) dan untuk mengukur korelasi antar variabel menggunakan KMO (*Kaiser-Mayer-Oikin Measure of Sampling Adequacy*), sedangkan untuk mengukur reliabilitas instrumen yaitu dengan rumus *Alpha*, karena skor butir mempunyai rentangan antara 1 hingga 4 (Arikunto, 2006:274). Untuk menguji hipotesis penelitian menggunakan analisis linier regresi berganda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas didapatkan nilai *KMO* sebesar 0.879 dimana nilainya > 0.5 berarti bahwa ada kedekatan antar variabel.

Tabel 1
Hasil Pengujian Validitas Data Akhir

	Component				
	1	2	3	4	5
X1.1	.836				
X1.2	.740				
X1.3	.731				
X2.1				.779	
X2.2				.856	
X2.3				.691	
X3.1		.847			
X3.2		.724			
X3.3		.831			
X4.1					.812
X4.2					.636
X4.3					.601
Y.1			.667		
Y.2			.681		
Y.3			.792		

Sumber : Data Primer Yang Diolah 2013

Berdasarkan tabel 1 semua indikator dari masing-masing variabel valid, karena mengelompokan pada satu faktor dengan nilai *loading faktor* di atas 0.4.

Hasil uji reliabilitas X1 sebesar 0.880, X2 sebesar 0.776, X3 sebesar 0.793, X4 sebesar 0.803 dan Y sebesar 0.818. Menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *alpha* yang melebihi 0.6 sehingga semua item pernyataan tersebut telah memenuhi uji reliabilitas.

Regresi Berganda

Tabel 2
Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Signifikansi
<i>Constanta</i>	-	0,158
Persepsi teknologi informasi (X1)	0,307	0,003
Kemudahan dalam penggunaan <i>internet banking</i> (X2)	0,200	0,013
Resiko transaksi <i>internet banking</i> (X3)	0,160	0,037
Fitur Layanan (X4)	0,283	0,005

Sumber : Data Primer Yang Diolah 2013

Berdasarkan Tabel 2 persepsi teknologi informasi diketahui nilai koefisien 0,307 dengan signifikansi 0,003 ($< 0,05$), sehingga persepsi teknologi informasi (X_1) memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *internet banking* (Y). Artinya Orang akan percaya bahwa berdasarkan evaluasi mereka memanfaatkan teknologi informasi akan bekerja lebih singkat dan cepat.

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh nilai koefisien 0,200 dengan signifikansi 0,013 ($< 0,05$), sehingga kemudahan dalam penggunaan *internet banking* (X_2) memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan ulang *internet banking* (Y). Hal ini mendorong orang untuk menggunakan *internet banking* karena kemudahannya untuk dioperasionalkan.

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh nilai koefisien 0,160 dengan signifikansi 0,037 ($< 0,05$), sehingga resiko transaksi *internet banking* (X_3) memberi pengaruh positif dan

signifikan terhadap minat menggunakan ulang *internet banking* (Y). Resiko transaksi *internet banking* terhadap minat ulang nasabah menggunakan *internet banking* merupakan salah satu faktor nasabah untuk menggunakan kembali atau tidak *internet banking*. Resiko dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh pihak bank untuk memperkecil resiko dari pengguna *internet banking*. Diharapkan tindakan yang dilakukan oleh bank berdampak positif pada minat nasabah untuk menggunakan kembali *internet banking*.

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh nilai koefisien 0,283 dengan signifikansi 0,005 (<0,05), sehingga fitur layanan (X_4) memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang menggunakan *internet banking* (Y). Perlengkapannya apa saja yang tersedia dalam *internet banking* untuk interaktifitas nasabah adalah kriteria penting untuk menarik perhatian para nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Fitur berarti hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh nasabah dengan menggunakan *internet banking*.

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, resiko transaksi dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

IMPLIKASI

Berdasarkan temuan penelitian, maka implikasi bagi perusahaan sebagai berikut

Variabel persepsi teknologi informasi mempunyai pengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan *internet banking*, maka diharapkan perusahaan tetap berusaha mempertahankan dan meningkatkan persepsi teknologi informasi yang berhubungan langsung dengan konsumen. Dan beberapa cara yang dapat dilakukan adalah dengan menawarkan fasilitas *internet banking* pada konsumen yang berinteraksi dengan *customer service*.

Kuatnya pengaruh variabel kemudahan dalam penggunaan *internet banking* terhadap minat ulang nasabah menggunakan *internet banking*, maka dari itu perusahaan diharapkan dapat mempertahankan dan terus aktif memberikan gambaran cara penggunaan *internet banking*. Misalnya dengan cara memberikan demo langsung

kepada nasabah atau dengan memasang brosur tentang penggunaan *internet banking* di anjungan ATM.

Pengaruh resiko transaksi *internet banking* terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking* sangat lemah, untuk itu perusahaan harus memberikan kesadaran kepada nasabah akan resiko-resiko yang mungkin terjadi dalam transaksi menggunakan *internet banking* sehingga terjadi pemahaman pada nasabah akan resiko dengan menggunakan *internet banking*.

Fitur layanan mempunyai pengaruh yang kuat dengan variabel minat ulang nasabah menggunakan *internet banking*, maka diharapkan perusahaan tetap mengupdate fitur-fitur yang dibutuhkan oleh nasabah. Adanya kelengkapan fitur akan memudahkan nasabah dalam mendukung aktivitasnya sehingga nasabah akan terus menggunakan *internet banking*.

Implikasi untuk penelitian selanjutnya diharapkan mengikutsertakan variabel-variabel lain yang turut mempengaruhi minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking* yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misalnya peneliti dapat memasukan variabel *trust* atau mutu E-Banking yang dapat juga mempengaruhi minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amijaya, Rizky. 2010. *Pengaruh Presepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking*. Skripsi S1. Semarang: Fakultas Ekonomi. UNDIP.
- Arikunto, Suharsini. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Marsnewsletter, 2007. Presentase Jumlah Pengguna *Internet Banking* Terhadap Jumlah Nasabah. <http://marsnewsletter.wordpress.com> (2011, 10 oktober).
- Pranidana, Sauca. 2009. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah bank BCA untuk menggunakan klik-BCA*. Skripsi S1. Semarang: Fakultas Ekonomi. UNDIP
- Sri Maharsi, 2007. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*. Jurusan Ekonomi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra. <http://puslit.petra.ac.id/journals/accounting>.
- Sugiyono. 2006. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.