

MAKALAH

**ANALISIS PERCEIVED *EASE OF USE* LAYANAN
INTERNET BANKING
(Studi kasus Universitas Gunadarma)**



Penulis :
Kartika Sari
Email : kartika@staff.gunadarma.ac.id

Fakultas Ekonomi - Universitas Gunadarma
2002

ANALISIS PERCEIVED EASE OF USE LAYANAN
INTERNET BANKING
(Studi kasus Universitas Gunadarma)

Kartika Sari
Universitas Gunadarma

1. PENDAHULUAN

Kebijakan pemerintah untuk mendorong perkembangan dunia perbankan Indonesia dimulai pada dekade tahun 1980-an, yang mengakibatkan pihak bank dalam menghimpun dana dari masyarakat, tidak bisa lagi hanya bersikap “pasif / menunggu” akan tetapi harus bersikap lebih “aktif / memburu” sumber dana tersebut. Persaingan yang meningkat tajam seiring dengan bertambahnya jumlah bank menuntut bank untuk semakin agresif dalam memberikan yang terbaik bagi setiap nasabahnya, hal tersebut menunjukkan adanya pergeseran misi perbankan dari ‘Banking oriented’ menjadi ‘Customer oriented’.

Berbagai cara dilakukan oleh masing-masing bank untuk merebut, mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya agar dapat meningkatkan kegiatan usahanya, baik melalui penciptaan produk-produk baru maupun dengan penggunaan teknologi. Masing-masing bank berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya, tidak hanya pelayanan dari front office (Teller dan customer service) tapi juga dari Back office. Karena menurut beberapa bank kepuasan nasabah harus didukung oleh seluruh karyawan (dari level saptam sampai direksi).

Selain pelayanan face to face di kantor-kantor bank, pemanfaatan teknologi informasi juga mempunyai andil yang cukup besar bagi pelayanan pada nasabah. Komputerisasi dalam bidang perbankan sudah dirasakan menjadi suatu kebutuhan penting bagi bank yang ingin berkembang, ditambah lagi adanya fasilitas pelayanan

interaktif yang diberikan selama 24 jam seperti phone banking, Automated Teller Machine (ATM) dan Internet Banking.

Saat ini Bank yang menggunakan internet sebagai salah satu sarana pelayanan bagi nasabahnya terdiri dari beberapa tingkatan. Ada yang sekedar memberikan layanan informasi profil bank dan produknya serta hal-hal lain yang berhubungan dengan keuangan melalui website, ada juga website yang memberikan kemungkinan bagi nasabah untuk berkomunikasi dengan bank dan bahkan beberapa bank sudah mulai berani menawarkan fasilitas transaksi perbankan yang lebih dikenal dengan sebutan internet banking.

Keuntungan bagi pihak bank yang meluncurkan fasilitas internet banking adalah lebih efisien dan efektif. Efisien di sini dilihat dari sisi pemasaran, tenaga kerja dan overhead cost. Sebagai contoh mengurangi pencetakan dan pengiriman katalog atau brosur kepada setiap nasabah, karena setiap nasabah yang menggunakan internet dapat melihat langsung di website mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perluncuran produk baru. Sedangkan yang dimaksud dengan efektif adalah bahwa dengan internet banking dapat menjangkau nasabah secara lebih luas dan cepat dengan waktu akses 24 jam dalam sehari. Selain itu ada beberapa keuntungan yang cukup besar, diantaranya memberikan kenyamanan bagi nasabah yang mempunyai aktifitas berpindah-pindah tanpa harus membuka rekening pada bank di tempat yang berbeda, dengan demikian nasabah dapat dipertahankan.

Bagi nasabah yang sering bergerak (mobilitas tinggi) adanya internet banking sangat diperlukan karena dapat melakukan aktivitas perbankan dengan nyaman tanpa harus membuka account (rekening) di bank yang berbeda di lain tempat. Namun dibalik kemudahan dan kenyamanan tersebut terdapat beberapa hal yang masih diragukan oleh sebagian nasabah.

Sejumlah bank telah meluncurkan dan mengoperasikan internet banking sebagai salah satu fasilitas yang disediakan oleh bank bagi nasabahnya. Berdasarkan hasil survei dan wawancara diperoleh informasi bahwa pemanfaatan teknologi internet banking belum sepenuhnya digunakan oleh para nasabah. Berdasarkan hal

tersebut penulis melihat adanya hubungan antara pandangan nasabah terhadap internet banking dengan pemanfaatannya.

Melihat padangan nasabah terhadap internet banking pada dasarnya dapat dilihat dari aspek manfaat untuk peningkatan kinerja (usefulness) dan kemudahan penggunaan (ease of use), serta tingkat kepentingan transaksi. Pada pembahasan kali ini hanya dibatasi pada aspek manfaat ease of use. Variabel yang dipakai untuk menilai dimensi *ease of use*, meliputi kemudahan transaksi, prosedur keamanan, prosedur pengoperasian, keahlian khusus, dan kemudahan interaksi dengan pihak bank.

Penelitian ini akan dilakukan terhadap responden di lingkungan Universitas Gunadarma, baik dosen, staff, asisten maupun mahasiswanya, selanjutnya disebut sebagai responden, sebagai pengguna internet personal berdasarkan preferensi, gaya hidup dan tingkah laku.

Tujuan utama yang diharapkan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa sejauh mana pandangan responden dalam hal ini dosen, staff, asisten maupun mahasiswanya, sebagai nasabah, terhadap internet banking.

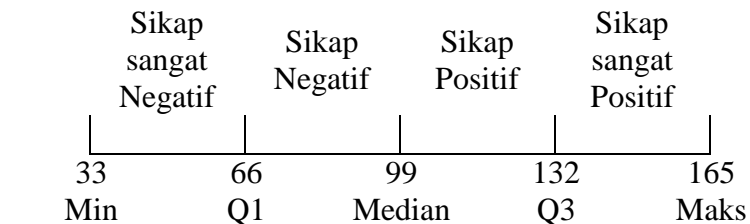
2. PEMBAHASAN

Gambaran sikap yang dimiliki oleh responden yang pernah menggunakan internet banking akan dihitung nilainya dimana setiap frekuensi jawaban akan dikalikan dengan bobot yang telah ditetapkan untuk setiap komponen pertanyaan sehingga diperoleh gambaran sikap yang ada. Selanjutnya gambaran itu diproyeksikan ke dalam garis kecenderungan sedemikian rupa sehingga diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas.

Nilai yang digunakan dalam garis kecenderungan tersebut adalah sebagai berikut :

- Nilai tertinggi (Maks) merupakan hasil perkalian antara bobot SS (5) dengan jumlah responden (33).

- Nilai kuartil 3 (Q3) merupakan hasil perkalian antara bobot S (4) dengan jumlah responden (33).
- Nilai tengah (Median) merupakan hasil perkalian antara bobot N (3) dengan jumlah responden (33).
- Nilai kuartil 1 (Q1) merupakan hasil perkalian antara bobot TS (2) dengan jumlah responden (33).
- Nilai terendah (Min) merupakan hasil perkalian antara bobot STS (1) dengan jumlah responden (33).



Gambar 1. Garis kecenderungan setiap variabel perceived usefulness

Interpretasi dari jumlah nilai adalah

- $Q3 < \text{Nilai} < \text{Maks}$, artinya sikap sangat positif
- $\text{Median} < \text{Nilai} < Q3$, artinya sikap positif
- $Q1 < \text{Nilai} < \text{Median}$, artinya sikap negatif
- $\text{Min} < \text{Nilai} < Q1$, artinya sikap sangat negatif

Maksud dari sikap sangat positif adalah responden menilai bahwa variabel yang dinilai sangat baik. Sikap positif dapat diartikan bahwa responden menilai cukup baik terhadap variabelnya. Nilai negatif diartikan responden menilai kurang baik terhadap variabelnya dan sikap sangat negatif dapat diartikan responden benar-benar menilai tidak baik variabelnya.

Pada bagian sebelumnya telah diuraikan hasil penilaian responden terhadap setiap variabel yang digunakan untuk mengukur sikap perceived usefulness

responden. Variabel yang akan dijadikan penilaian adalah kemudahan menggunakan, prosedur keamanan, prosedur pengoperasian, keahlian khusus dan kemudahan interaktif.

Gambaran hasil penelitian ini, 33 responden yang telah menggunakan internet banking, dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 1. Sikap ‘perceived ease of use’ responden terhadap internet banking

Variabel	Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Netral (3)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak Setuju (1)	BOBOT
1. Kemudahan	12,12%	57,58%	30,30%	0,00%	0,00%	126
2. Prosedur keamanan	27,27%	45,46%	21,21%	6,06%	0,00%	130
3. Prosedur operasi	27,27%	54,55%	18,18%	0,00%	0,00%	135
4. Keahlian khusus	15,15%	51,52%	18,18%	15,15%	0,00%	121
5. Mudah interaksi	6,06%	42,43%	33,33%	18,18%	0,00%	111
Rata-rata	17,57%	50,30%	24,24%	7,88%	0,00%	623

Sumber : Hasil kuesioner

Secara umum responden menilai bahwa transaksi dengan internet banking tidak sulit, hal tersebut dapat dilihat dari jumlah responden yang menilai setuju dan sangat setuju berjumlah 69,70%. Sementara itu yang bersikap netral 30,30% responden dan tidak ada responden yang menunjukkan sikap tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju. Transaksi dengan menggunakan internet banking dirasa mudah oleh responden karena prosedur untuk transaksi cukup sederhana dan mudah dimengerti. Segala informasi yang berkaitan dengan transaksi telah dijelaskan dengan cukup detail dan biasanya responden telah terbiasa dengan menu yang terdapat pada fasilitas ATM, dimana biasanya menu pada internet banking dibuat sedemikian rupa menyerupai menu yang ada pada ATM.

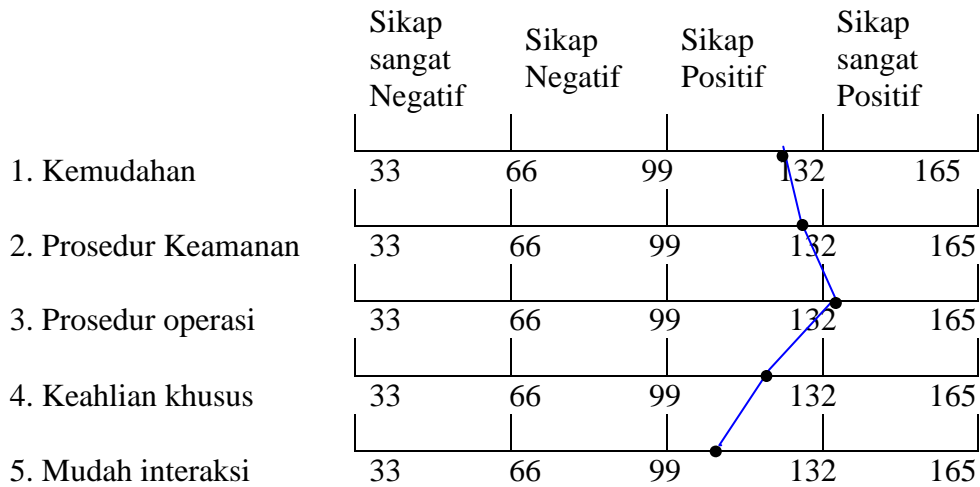
Prosedur keamanan pada bagian ini, dilihat dari penggunaan user ID dan Personal Identification Number (PIN) atau password. Bagaimana sikap responden terhadap prosedur keamanan dengan menggunakan user ID dan (PIN) saja. Sikap

positif ditunjukkan oleh sebagian besar responden (72,73%), yang artinya responden merasa prosedur keamanan dengan menggunakan User ID dan PIN sangat jelas dan mudah dimengerti. Hanya sebagian kecil responden bersikap netral yang menandakan responden masih ragu dengan prosedur keamanan yang hanya menggunakan user ID dan PIN.

Prosedure pengoperasian yang mudah dan jelas akan sangat membantu untuk menarik nasabah menggunakan fasilitas internet banking. Dalam hal kemudahan prosedur pengoperasian internet banking 81,82% responden mempunyai sikap positif. Responden ini menilai bahwa prosedur pengoperasian internet banking tidak sulit dan cukup jelas.

Pada dasarnya tidak diperlukan adanya keahlian khusus untuk dapat mengoperasikan internet banking. Nasabah hanya perlu mengikuti prosedur yang telah disediakan. Sebagian besar responden menilai bahwa keahlian khusus untuk menggunakan internet banking tidak diperlukan. Terlihat dari hasil kuesioner 66,67% responden menyatakan sikap positif pada hal tersebut dan 18,18% responden yang bersikap netral, sementara yang bersikap negatif hanya 15,15% responden.

Salah satu kemudahan yang diharapkan dalam menggunakan internet banking adalah mudahnya berinteraksi dengan pihak bank, walaupun hanya melalui e-mail. Hasil perhitungan nilai skala menyatakan bahwa 48,49% responden yang bersikap positif, sementara 33,33% responden bersikap netral. Pada kenyataannya responden merasa ragu untuk menyatakan bahwa interaksi dengan pihak bank adalah mudah. Interaksi yang dimaksud disini adalah melakukan tanya jawab dengan pihak bank. Melalui layanan internet banking memang dapat dilakukan interaksi dengan pihak bank, namun terkadang jawaban dari pihak bank dirasa cukup lama diperoleh.



Gambar 2. Grafik sikap responden terhadap perceived ease of use

Hasil perhitungan total nilai skala secara keseluruhan menyatakan bahwa responden memberikan sikap cukup positif. Sikap positif ini menandakan bahwa melakukan transaksi dengan internet banking cukup mudah dan tidak berbelit-belit.

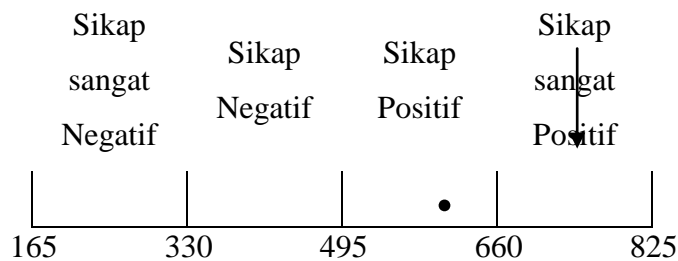
Hasil perhitungan nilai kemudahan menunjukkan angka 130, yang dapat diartikan bahwa secara umum sikap responden cukup positif terhadap prosedur keamanan internet banking dengan user ID dan PIN diraca cukup dan mudah dimerti serta jelas. Responden mengerti bahwa pengamanan pertama dalam menggunakan internet banking adalah menggunakan user ID dan PIN.

Secara keseluruhan hasil perhitungan nilai diperoleh hasil 135, dimana hasil tersebut berada pada kisaran nilai sangat positif. Responden bersikap sangat positif yang artinya prosedur penggunaan internet banking mudah untuk di ikuti dan jelas.

Jika dihitung total nilai, diperoleh hasil yang menyatakan bahwa responden bersikap cukup positif. Menurut responden secara keseluruhan tidak diperlukan adanya keahlian khusus untuk menggunakan internet banking.

Secara umum responden adalah bersikap positif, namun lebih cenderung pada sikap ragu-ragu. Sikap positif itu karena banyak hal yang memang sudah dijelaskan oleh pihak bank dalam websitenya, namun keraguan yang ada dikarenakan jika ada

masalah yang memang harus ditanyakan terkadang jawabannya tidak dapat langsung diperoleh. Nasabah harus menunggu lebih dari satu hari untuk mendapatkan jawaban yang diharapkan dan hal tersebut jauh lebih lama dibanding jika nasabah melakukan interaksi melalui telephone atau mendatangi kantor cabang. Secara keseluruhan sikap responden berada pada sikap yang cukup positif pada perceived ease of use internet banking.



Gambar 3. Garis kecenderungan sikap responden terhadap perceived ease of use

623

Jika seluruh variabel dari perceived ease of use dihitung totalnya, maka diperoleh hasil yang cukup positif. Angka yang dihasilkan dari perhitungan total dari responden terhadap 5 komponennya adalah 623 dan angka tersebut berada pada kisaran nilai tengah (495) dan nilai q1 (660).

Secara menyeluruh responden menilai cukup positif layanan internet banking dilihat dari sisi kemudahan penggunaannya.

3. PENUTUP

Berdasarkan uraian dan analisis yang telah dikemukakan pada bab terdahulu, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa lingkungan Universitas Gunadarma merupakan suatu lingkungan dimana penggunaan teknologi internet menjadi salah satu hal sangat penting mengingat hampir seluruh responden menggunakan teknologi tersebut. Fasilitas sering digunakan adalah surat elektronik

(e-mail), membuka situs informasi dan berita, situs hiburan dan situs yang berisi jurnal dan pendidikan.

Hasil analisis sikap *perceived ease of use* responden menunjukkan sikap cukup positif. Variabel yang menunjukkan sikap positif adalah prosedur pengoperasian *internet banking* mudah untuk di ikuti dan jelas. Variabel *perceived ease of use* yang menunjukkan sikap cukup positif adalah kemudahan transaksi, prosedur keamanan *internet banking* dengan menggunakan *user ID* dan PIN dinilai cukup jelas, tidak diperlukan keahlian khusus dan kemudahan interaksi dengan pihak bank dinilai masih cukup positif, namun cenderung ragu mengingat jawaban yang diberikan terkadang membutuhkan waktu lama.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, *Comptroller's Handbook Internet Banking*, 1999
<http://www.occ.treas.gov/handbook/intbank.pdf>
- Davis, F.D., *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: theory and results*, Doctoral dissertation, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA, 1986.
- _____, *User acceptance of information technology: system characteristics, user perceptions and behavioral impacts*, *International Journal of Man-Machine Studies*, 38: 475–487, 1993.
- Davis, F.D. and V. Venkatesh, *A critical assessment of potential measurement biases in the technology acceptance model: three experiments*, *International Journal of Human-Computer Studies*, 45: 19–45, 1996.
- Ellsworth, Jill H. and Matthew V. Ellsworth, *Marketing on The Internet*, John Wiley & Sons, Inc., Canada, 1997
- Kotler, Philip., *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation, and Control*, Seven Edition, Prentice Hall International, Inc, 1991
- _____, *Principles of Marketing*, fifth Edition, Prentice Hall International, Inc., 1991
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, terjemahan, Prehallindo, Jakarta, 1997.
- Kustitunto, Bambang dan Badrudin, Rudy, *Statistika 1 (Deskriptif)*, Seri Diktat Kuliah, Gunadarma, Jakarta, 1994
- Purwadi, Dahniel A., *Belajar Sendiri Mengenal Internet Jaringan Informasi Dunia*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 1996