

MAKALAH

**ANALISIS PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP
LAYANAN INTERNET BANKING
(Studi kasus Universitas Gunadarma)**



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

Fakultas Ekonomi - Universitas Gunadarma
2002

ANALISIS PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP LAYANAN
INTERNET BANKING
(Studi kasus Universitas Gunadarma)

Kartika Sari
Universitas Gunadarma

1. PENDAHULUAN

Sejalan dengan perkembangan perekonomian Indonesia yang demikian cepat, sektor perbankan pun mengalami kemajuan yang sangat pesat. Berbagai kebijakan digulirkan pemerintah dalam rangka meningkatkan kegiatan perbankan dalam usahanya pengerahkan maupun penyalurkan dana masyarakat sesuai dengan fungsi perbankan sebagai agent of development, agent of trust dan agent of equality.

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 Machie (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.

Bank Internasional Indonesia (BII) adalah bank pertama yang meluncurkan fasilitas internet banking di Indonesia sejak tanggal 16 September 1998. Hingga saat ini, tahun 2002, sudah banyak nasabahnya yang menggunakan fasilitas tersebut. Fasilitas yang dapat dilakukan dalam internet banking mulai dari pembukaan rekening sampai dengan melakukan transaksi pembayaran kartu kredit.

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.

Dari segi penggunaan internet itu sendiri, saat ini sudah banyak orang menggunakan fasilitas tersebut baik untuk e-mail, mencari informasi mengenai produk atau jasa, membaca surat kabar, membaca majalah, chatting dan untuk keperluan riset atau penelitian termasuk juga untuk transaksi perbankan. Dalam dunia pendidikan, seperti di lingkungan Universitas Gunadarma, sebagian besar orang sudah memanfaatkan fasilitas dari Internet.

Sejumlah 4 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 usefulness. Variabel yang dipakai untuk menilai dimensi usefulness adalah lokasi akses, keamanan dan kebenaran waktu akses, kecepatan proses, informasi terbaru, efisiensi.

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.

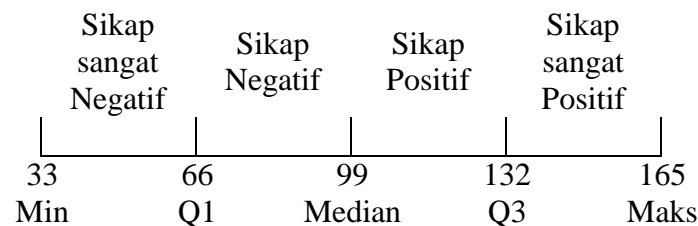
Tujuan utama yang diharapkan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa sejauh mana pandangan responden dalam hal ini dosen, staff, asisten maupun mahasiswanya, sebagai nasabah, terhadap internet banking.

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 untuk 33 responden

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 digunakan terdiri dari 6 variabel, meliputi lokasi akses, keamanan dan kebenaran, waktu akses, kecepatan proses, informasi terbaru dan efisiensi.

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

Tabel 1. Sikap 'perceived usefulness' responden terhadap internet banking

	Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Netral (3)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak Setuju (1)	Bobot
1. Lokasi akses	36,36%	54,55%	3,03%	6,06%	0,00%	139
2. Keamanan	15,15%	18,18%	48,49%	15,15%	3,03%	108
3. Waktu akses	36,36%	57,58%	6,06%	0,00%	0,00%	142
4. Kecepatan	36,36%	45,46%	6,06%	12,12%	0,00%	134
5. Informasi terbaru	24,24%	48,49%	24,24%	3,03%	0,00%	130
6. Efisiensi	48,49%	45,45%	6,06%	0,00%	0,00%	146
Total	32,83%	44,95%	15,66%	6,06%	0,50%	799

Sumber : Hasil kuesioner

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hanya 6,06% responden yang mempunyai sikap negatif dari variabel pertama, internet banking dapat dilakukan dari banyak lokasi. 90,91% Hal tersebut dapat diartikan bahwa sebagian besar responden beranggapan bahwa memang benar internet banking dapat dilakukan dari banyak lokasi. Atau dengan kata lain geografi tidak menghalangi responden untuk melakukan transaksi perbankan, dengan demikian mereka tidak harus mendatangi kantor cabang.

Sebagian besar dari responden 48,49% menunjukkan sikap yang netral Hal tersebut menandakan bahwa responden masih meragukan tingkat keamanan dan kebenaran dari transaksi dengan internet banking. Responden yang mempunyai sikap positif 33,33% dan 18,18% responden mempunyai sikap negatif.

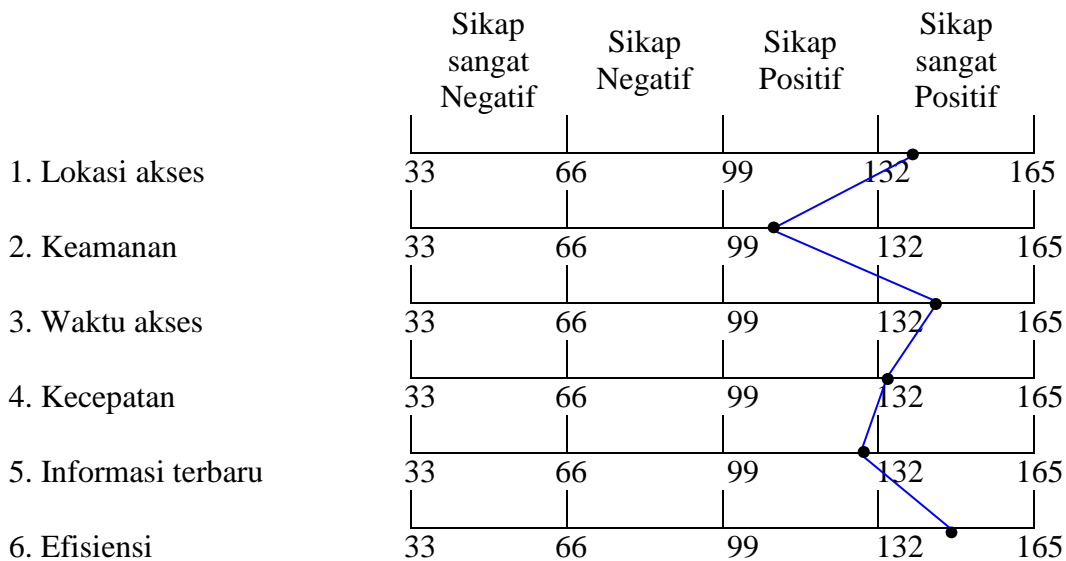
Sikap responden terhadap internet banking yang tepat waktu atau dapat digunakan kapan saja adalah sangat positif. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya nasabah yang setuju dan sangat setuju (93,94%). Responden merasakan manfaat yang besar dari penggunaan internet banking yang setiap saat dapat diakses.

Kecepatan proses pada internet banking menjadi penilaian tersendiri, dimana responden akan menilai tingkat kecepatan respon dari sistem perbankan yang ada melalui internet dan membandingkannya dengan transaksi dengan fasilitas lainnya. Secara umum hasil pengolahan data menyebutkan bahwa sebagian besar responden (81,82%) mempunyai penilaian yang positif. Hanya 4 responden (12,12%) yang menunjukkan sikap negatif. Hal tersebut dapat diartikan bahwa responden merasa bahwa melakukan transaksi dengan internet banking masih lebih cepat dari pada harus berjalan menuju kantor cabang atau layanan lainnya.

Variabel kelima adalah apakah informasi yang diberikan melalui internet banking adalah informasi yang terbaru (up to date), atau informasi yang di up date setiap saat. Dengan demikian informasi yang dimunculkan sejalan dengan informasi yang dilakukan secara tradisional, dengan brosur misalnya. Dilihat dari jumlah responden, terlihat bahwa 72,73% responden memberikan sikap positif, mereka menilai bahwa informasi yang diberikan dalam internet banking merupakan informasi terbaru. Selain itu informasi yang diberikan tentang produk-produk bank dinilai

cukup lengkap. Kelengkapan informasi yang diberikan melalui internet banking membuat responden merasa tidak perlu bertanya pada personel yang biasa layani nasabahnya.

Efisiensi adalah salah satu variabel yang tidak dapat dilepaskan dari penilaian pemanfaatan internet banking terhadap kinerjanya. Efisiensi di sini tidak saja dilihat dari sisi waktu, namun juga biaya yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi. Sikap yang sangat positif ditunjukkan oleh sebagian besar responden (93,94%), mereka merasa bahwa dengan menggunakan internet banking akan sangat membantu dari sisi efisiensi untuk menyelesaikan suatu jenis transaksi. Responden merasa tidak lagi perlu meninggalkan rumah atau kantor untuk mendapatkan layanan perbankan, cukup dengan lakukan koneksi dengan internet transaksi yang diinginkan sudah dapat dilakukan dengan didukung biaya yang sedikit.



Gambar 2. Grafik sikap perceived usefulness responden

Secara keseluruhan nilai skala dari penelitian menunjukkan angka 139 yang berarti berada pada kisaran sikap sangat positif (132 dan 165). Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa rata-rata responden menilai internet banking dapat dilakukan dari banyak lokasi. Adanya jaringan telekomunikasi sangat membantu

dalam penggunaan internet banking, jadi untuk daerah yang jaringan telekomunikasinya masih belum terjangkau tentu akan berdampak pada penggunaan internet banking.

Rata-rata secara keseluruhan nilai skala ternyata masih menunjukkan sikap cukup positif yaitu 106 dimana angka tersebut berada pada kisaran 99 dan 132. Sikap positif tersebut cenderung meragukan keamanan dan kebenaran transaksi dengan internet banking. Saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa setiap transaksi masih membutuhkan bukti secara tertulis. Responden cenderung bersikap mendekati netral terhadap faktor yang satu ini.

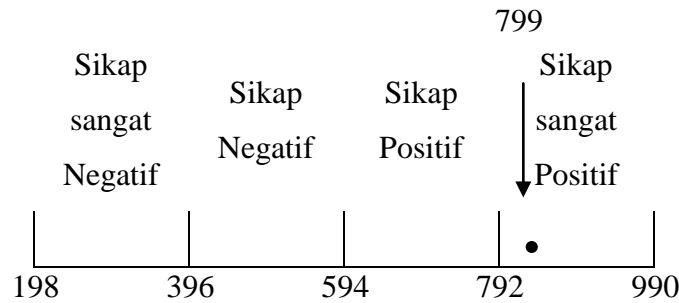
Secara keseluruhan total nilai skala menunjukkan nilai 142, yang artinya responden mempunyai sikap sangat positif terhadap waktu penggunaan internet banking. Selama 24 jam mereka dapat mengakses jaringan tersebut dan melakukan transaksi tanpa harus berurusan dengan jam kerja di kantor cabang.

Dari hasil perhitungan nilai bobot menunjukkan bahwa secara umum penilaian responden adalah sangat positif. Responden setuju bahwa transaksi dengan internet banking lebih cepat dibandingkan dengan transaksi lainnya dimana responden tidak perlu mendatangi tempat-tempat yang menyediakan layanan perbankan lainnya yang tentunya akan membutuhkan waktu. Faktor perjalanan terkadang membuat responden merasa enggan menuju tempat-tempat tersebut.

Melihat secara keseluruhan hasil rata-rata nilai skala menunjukkan bahwa responden mempunyai sikap cukup positif namun ada sedikit keraguan. Keraguan itu karena responden merasa bahwa informasi yang ditampilkan di internet banking memang dirasa cukup lengkap namun terkadang masih dirasa agak lambat tentang informasi-informasi baru. Sehingga biasanya responden merasa bahwa munculnya brosur tentang informasi atau produk baru dari suatu bank masih lebih cepat dibandingkan yang ada di dalam website.

Dengan melihat hasil dari rata-rata skala maka dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai sikap yang sangat positif terhadap efisiensi internet

banking. Secara keseluruhan sikap responden berada pada sikap yang sangat positif pada perceived usefulness internet banking.



Gambar 3. Garis kecenderungan sikap perceived usefulness responden.

Jika seluruh variabel dari perceived usefulness dihitung totalnya, maka diperoleh hasil yang sangat positif. Angka yang dihasilkan dari perhitungan total dari responden terhadap 6 variabel adalah 799 dan angka tersebut berada pada kisaran nilai Q1 (792) dan nilai maksimal (990). Secara menyeluruh responden menilai positif layanan internet banking dilihat dari sisi manfaat yang dapat.

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 usefulness* responden menunjukkan sikap sangat positif. Dimana 4 variabel yang menunjukkan sikap sangat positif adalah

- Lokasi Akses, artinya *internet banking* dapat diakses dari banyak lokasi tanpa terhalang dengan faktor geografi selama jaringan telekomunikasi telah tersedia.
- Tepat waktu, artinya *internet banking* dapat diakses kapan saja selama 24 jam
- Kecepatan transaksi, dengan *internet banking* dirasa lebih cepat dibandingkan harus mendatangi kantor cabang.
- Efisiensi, *internet banking* dinilai sangat efisien dari sisi waktu, biaya dan tenaga.

Variabel menunjukkan sikap cukup positif adalah tingkat keamanan, *internet banking* masih sangat diragukan oleh sebagian besar responden. Informasi yang ditampilkan di dalam website *internet banking* dinilai responden cukup lengkap namun terkadang dirasa kurang *up to date*.

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