

DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DALAM PENGGUNAAN *INTERNET BANKING*

Nuraini Chaniago^{1*}, Reviana Rahma Sari²

^{1,2}Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia

*Corresponding author : ainichan.art@gmail.com

Abstrak

Dengan pesatnya perkembangan teknologi komputer sebagai komersial juga *Internet banking* dapat digunakan untuk menarik lebih banyak nasabah untuk melakukan transaksi perbankan di bank terkait. Namun, masalah utama dari *Internet banking* yang dihadapi oleh penyedia adalah bahwa sejumlah besar nasabah bank tidak mau menggunakan *Internet banking* yang ditawarkan. Hal ini terjadi karena layanan yang ditawarkan melalui *internet banking* belum dapat memuaskan nasabahnya. Kepuasan pelanggan adalah faktor penting untuk membantu bank mempertahankan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari dan mengkaji Determinasi yang mempengaruhi menggunakan layanan *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia. Rancangan yang digunakan adalah pengujian hipotesis dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Dalam melakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan diolah menggunakan metode *Structural Equation Modelling*. Variabel penelitian terdiri dari variabel independent diantaranya persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi manfaat dan Risiko, Sedangkan Minat penggunaan *Internet Banking* sebagai variabel dependent.

Kata Kunci : *Internet Banking*, Bank Syariah Indonesia, SEM, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, minat penggunaan *Internet Banking*, persepsi manfaat dan Risiko

Abstract

With the rapid development of computer technology as a commercial, Internet banking can also be used to attract more customers to conduct banking transactions at related banks. However, the main problem of Internet banking faced by providers is that a large number of bank customers are unwilling to use the offered Internet banking. This happens because the services offered through internet banking have not been able to satisfy their customers. Customer satisfaction is an important factor to help banks maintain a competitive advantage. Therefore, the purpose of this study is to find and examine the determinants that influence the use of Internet Banking services at Bank Syariah Indonesia. The design used is hypothesis testing with data collection techniques through questionnaires. In collecting data using a questionnaire and processed using the method of Structural Equation Modeling. The research variables consist of independent variables including the perception of convenience, the perception of trust, the perception of benefits and risks, while the interest in using Internet Banking as the dependent variable.

Keywords : *Internet Banking, Bank Syariah Indonesia, SEM, perception of convenience, perception of trust, interest in using Internet Banking, perceived benefits and risks.*

PENDAHULUAN

Menurut Undang Undang No 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah dimana di jelaskan pula fungsi Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk Simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

Kadir dan Terra (2013) dalam bukunya berjudul “Pengantar Teknologi Informasi Edisi

Revisi” mengungkapkan bahwa, teknologi informasi begitu pesat berkembang dan dampaknya telah kita rasakan. Berbagai kemudahan yang kita terima, seperti kemudahan untuk memperoleh informasi melalui telepon seluler dan Internet, kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan kartu kredit atau kartu debit, dan kemudahan untuk mengambil uang melalui ATM.

Dunia perbankan dituntut untuk menunjukkan kinerja dan pelayanan yang semakin baik. Perkembangan perbankan di Indonesia sejak dilaksanakan deregulasi menjadikan persaingan semakin ketat. Hal ini tentu menuntut proses pendewasaan perbankan Indonesia ke arah profesionalisme, karena dilaksanakan melalui penciptaan iklim bersaing yang wajar antara bank-bank di Indonesia baik bank pemerintah, swasta nasional maupun bank asing (Widiastuti, 2010).

Perkembangan *Internet* yang cepat juga mengakibatkan informasi yang ada menjadi tumpah ruah, terkadang sangat sulit untuk membedakan antara data-data yang dapat dijadikan informasi, dan data-data yang merupakan junk. Banyak lembaga atau organisasi menyadari manfaat yang besar dari penggunaan *Internet*, salah satunya adalah Bank. Untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan, Bank menyediakan fasilitas *Internet Banking* yang ditunjang dengan keamanan dan kemudahan.

Menurut OJK (2015) dalam Buku “Bijak Ber *e-Banking*”, Perkembangan perbankan saat ini memberikan dan menawarkan kemudahan bagi nasabah melalui layanan operasional yang sangat beragam, termasuk layanan *e-banking (electronic banking)*. Layanan *e-banking* saat ini dimiliki oleh hampir semua Bank Umum yang ada, baik dengan jenis *delivery channel* yang sangat umum (seperti ATM) maupun dengan jenis *delivery channel* lainnya seperti SMS, *telephone*, EDC (*Electronic Data Capture*) dan internet. Hal tersebut juga sejalan dengan kecenderungan perkembangan media sosial maupun kebijakan yang ada untuk mewujudkan atau mengarahkan transaksi pada masyarakat dilakukan tidak melulu dengan uang tunai (*less cash society*), sehingga telah banyak pelaku ekonomi atau masyarakat yang memanfaatkan layanan perbankan *modern* yang lebih efisien dan efektif melalui *e-banking*.

Menurut Bank Indonesia (www.bi.go.id diakses pada 22 September 2014) layanan *internet banking* merupakan layanan perbankan yang termasuk dalam layanan *electronic banking* dengan mengikuti perkembangan teknologi, saat ini telah banyak bank yang menyediakan jasa *internet banking* sebagai bentuk pelayanannya kepada nasabah. Manfaat *internet banking* dapat dirasakan baik oleh pihak bank itu sendiri. Bagi nasabah, *internet banking* dapat memberikan suatu kemudahan untuk melakukan beberapa aktivitas perbankan tanpa harus datang ke bank. Beberapa aktivitas perbankan seperti melihat saldo, melakukan transfer antar rekening, dan melakukan pembayaran sejumlah tagihandimana saja dan kapan saja.

Survey Top Brand Index adalah salah satu tolak ukur untuk mengukur kinerja merk-merk yang beredar di Indonesia. *Top Brand Index* dihitung menggunakan tiga parameter, yaitu merk yang paling mudah diingat, merk yang terakhir dibeli, dan merk yang akan dipilih pada masa depan. Pada kategori *E-Channel* di negara Indonesia, terdapat 4 Bank Konvensional yang berhasil masuk dalam nominasi *Top Brand Index 2020*.

Metode Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model (SEM)*. Menurut Hair (2018) dalam buku *Multivariate Data Analysis*, SEM merupakan model statistik yang digunakan untuk mencari hubungan di antara banyak variabel. Menurut Anjani *et al.*, (2014) SEM dapat dibedakan menjadi dua karakteristik sebagai berikut:

1. Estimasi hubungan keterkaitan antar dan inter variabel
2. Kemampuan untuk mewakili *unobserved concepts* dalam permodelan dan menghitung kesalahan pengukur dalam proses estimasi.

Enggar *et al.*, (2016) mengatakan salah satu keunggulan dari SEM adalah peneliti dapat mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel.

Persamaan regresi yang diajukan adalah sebagai berikut:

$$IB = \beta_1 PK + \beta_2 PP + \beta_3 PM + \beta_4 RP + e$$

Keterangan:

IB	: <i>Internet Banking</i>
PK	: Persepsi kemudahan
PP	: Persepsi kepercayaan
PM	: Persepsi manfaat
RP	: Risiko penggunaan
β	: Koefisien regresi
e	: <i>error</i>

Sebelum melakukan analisis data, maka instrumen penelitian harus memenuhi uji reliabilitas. Menurut Ferdinand (2002) dalam Enggar *et al.*, (2016) beberapa asumsi yang harus terpenuhi saat mengumpulkan dan mengolah data menggunakan SEM adalah normalitas, *outliers*, dan multikolinearitas.

Tabel 1. Top Brand Award Kategori E-Channel Tahun 2020

Brand	TBI 2019	
Klik BCA	36.0%	TOP
<i>Internet Banking</i> Mandiri	18.3%	TOP
<i>Internet Banking</i> BRI	17.4%	TOP
BNI <i>Internet Banking</i>	13.3%	
BII <i>Internet Banking</i>	2.9%	

Sumber: http://www.topbrand-award.com/top-brandsurvey/surveyresult/top_brand_index_2020_fase_1

Berdasarkan tabel 1. Total persentase Klik-BCA berjumlah 36,0%, diikuti *internet banking* Mandiri sebesar 18,3%, *Internet Banking* BRI 17,4%. Dan diikuti oleh BNI *Internet Banking* dengan total persentase 13,3%, dan yang terakhir BII *Internet Banking* dengan jumlah persentase 2,9%. Hal ini menunjukkan bahwa setengah dari nasabah bank BCA telah menggunakan dan menjadi konsumen yang loyal untuk produk jasa KlikBCA.

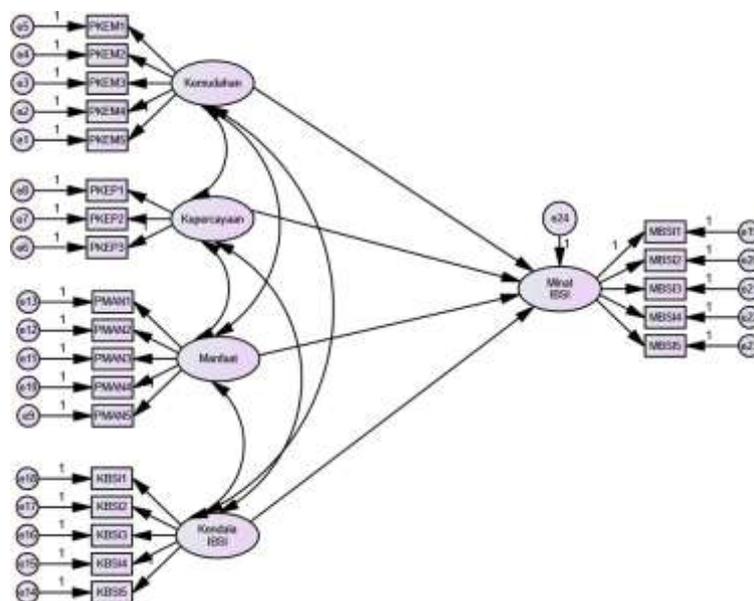
Industri perbankan telah berkembang pesat penggunaan *Internet banking* sebagai alat yang efisien dan layak untuk menciptakan nilai dari pelanggan. Ini adalah salah satu layanan populer yang ditawarkan oleh perbankan untuk memberikan layanan *online* yang lebih canggih dan menawarkan kecepatan. Dengan pesatnya perkembangan teknologi komputer sebagai komersial juga *Internet banking* dapat digunakan untuk menarik lebih banyak nasabah untuk melakukan transaksi perbankan di bank terkait. Namun, masalah utama dari *Internet banking* yang dihadapi oleh penyedia adalah bahwa sejumlah besar nasabah bank tidak mau menggunakan *Internet banking* yang ditawarkan. Ini Hal ini terjadi karena layanan yang ditawarkan melalui *internet banking* belum dapat memuaskan nasabahnya. Kepuasan pelanggan adalah faktor penting untuk membantu bank mempertahankan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari dan mengkaji Determinasi yang mempengaruhi minat penggunaan *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia Indonesia.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis pengolahan dengan menggunakan SEM terdiri dari dua tahap. Tahap pertama merupakan pengujian model fit (*goodness of fit*) yang bertujuan untuk menguji apakah model yang dihasilkan fit atau dengan keys lain tidak ada perbedaan antara model yang dihasilkan dengan kondisi aktualnya. Tahap kedua merupakan pengujian hipotesis teori jika persyaratan model fit nya sudah terpenuhi.

Pengujian *goodness of fit model*

Model SEM yang digunakan dalam penelitian ditunjukkan dengan gambar 1. Hasil pengolahan untuk pengujian model fit dapat dilihat pada tabel 1. Dari ketujuh indikator model fit yang digunakan hanya terdapat 1 indikator lolos



Gambar 1. Model SEM

Hasil pengolahan menunjukkan dari 7 kriteria pengujian model fit, terdapat 2 indikator yang menghasilkan kesimpulan model yang dihasilkan terbukti fit yaitu masing-masing indikator PNFI dan PCFI karena menghasilkan nilai indikator melebihi ketentuan yang disyaratkan. Terdapat 3 indikator model fit yang tidak lolos yaitu IFI, CFI dan RMSEA karena tidak memenuhi syarat dari kriteria model fit. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2. Karena mayoritas kriteria pengujian model fit memenuhi syarat maka pengujian hipotesis teori dapat dilanjutkan.

Tabel 2. Hasil Pengujian *Goodness of Fit* Revisi

Goodness of fit index	Criteria (cut-off value)	Hasil	Kesimpulan
RMSEA	≤ 0,10	0,138	Model tidak fit
IFI	≥ 0,90	0,891	Model tidak fit
CFI	≥ 0,90	0,890	Model tidak fit
PNFI	≥ 0,50	0,728	Model fit
PCFI	≥ 0,50	0,774	Model fit

Sumber : Data diolah

Pengujian Hipotesis Teori

Hasil pengolahan dengan AMOS untuk pengujian hipotesis penelitian dapat dilihat pada tabel 2. Penjelasan dari masing-masing pengujian hipotesis penelitian akan dijelaskan sebagai berikut.

Pengaruh Kemudahan terhadap Minat penggunaan *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI)

Hipotesis 1 bertujuan untuk menguji adanya pengaruh kemudahan terhadap minat penggunaan *internet banking* BSI. Hasil pengolahan diperoleh koefisien estimasi sebesar 0,484 yang artinya meningkatnya kemudahan akan minat penggunaan *internet banking* BSI dan sebaliknya menurunnya kemudahan akan menurunkan minat *internet banking* BSI. Nilai prob dari t statistik sebesar $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan kemudahan terbukti berpengaruh positif signifikan pada α 5%.

Kemudahan akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi kemudahan menggunakan sistem, maka semakin tinggi pula tingkat manfaat teknologi informasi. Seseorang akan cenderung lebih memilih sesuatu yang dianggap mudah, sehingga apabila *internet banking* satu bank dianggap mudah dipahami dan memberikan kemudahan pula dalam melakukan transaksi secara online maka minat dalam penggunaan *internet banking* pun akan meningkat. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Atieq dan Nurpiani (2022); Murfi dan Suripto (2020); Bakhitiar dkk (2020) yang menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *Internet Banking* pada Bank Syariahdi Indonesia.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat penggunaan *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI)

Hipotesis 2 dilakukan dengan tujuan untuk mengujia pengaruh positif kepercayaan terhadap minat penggunaan *internet banking* BSI. Hasil pengolahan ditunjukkan dengan nilai koefisien estimasi sebesar 0,352 yang artinya meningkatnya kepercayaan akan minat penggunaan *internet banking* BSI dan sebaliknya menurunnya kepercayaan akan menurunkan minat penggunaan *internet banking* BSI. Nilai prob dari t statistik sebesar $0,000 < 0,05$ artinya H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan pengaruh positif dari kepercayaan terhadap minat penggunaan *internet banking* BSI terbukti.

Hasil penleitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bakhitiar dkk (2020) dan Olga (2021) yang membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *Internet Banking* pada Bank Syariah di Indonesia. Kepercayaan merupakan salah satu faktor utama yang perlu dibangun oleh pihak perbankan. Hanya nasabah yang memiliki kepercayaan penuh yang berani melakukan transaksi secara online, tanpa adanya kepercayaan nasabah mustahil transaksi keuangan secara online terjadi, sehingga dengan adanya kepercayaan yang dibangun pihak perbankan akan mendorong minat dalam masyarakat dalam menggunakan produk-produk perbankan itu sendiri.

Tabel 3. Pengujian Hipotesis Model Penelitian

Hipotesis	Deskripsi	Estimate	C.R.	P	Kesimpulan
H1	Kemudahan	0,484	4,942	***	Hipotesis didukung
H2	Kepercayaan	0,352	4,021	***	Hipotesis didukung
H3	Manfaat	0,116	1,460	0,144	Hipotesis tidak didukung
H4	Kendala	0,050	1,699	0,089	Hipotesis tidak didukung

*= α 10% **= α 5% Sumber ; data diolah

Pengaruh Manfaat terhadap terhadap Minat penggunaan *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI)

Hipotesis 3 dilakukan dengan tujuan untuk pengujian pengaruh positif manfaat terhadap minat penggunaan *internet banking* BSI terbukti. Hasil pengolahan ditunjukkan dengan nilai koefisien sebesar 0,050 yang artinya meningkatnya manfaat akan meningkatkan minat penggunaan *internet banking* BSI terbukti dan sebaliknya menurunnya manfaat akan menurunkan minat penggunaan *internet banking* BSI terbukti. Dengan nilai prob dari t statistik sebesar $1,460 > 0,05$ maka H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan tidak terbukti manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking* BSI.

Apabila dilihat secara keseluruhan *internet banking* bank syariah maupun bank konvensional memiliki manfaat yang sama dengan beberapa fitur yang dimiliki didalamnya, sehingga penilaian masyarakat tidak lagi berpatok pada manfaat melainkan apakah program *internet banking* dapat di percaya atau cukupkah memberikan kemudahan bagi pengguna terutama pada masa sekarang yang dimana masyarakat ingin lebih efisien memperoleh sesuatu tanpa harus memiliki kekuatiran terhadap resiko-resiko yang didapatkan ketika melakukan transaksi secara *online*.

Pengaruh Kendala terhadap Minat penggunaan *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia(BSI)

Hipotesis 4 dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh kendala terhadap minat penggunaan *internet banking* BSI. Nilai koefisien estimasi sebesar 0,277 menunjukkan meningkatnya kendala akan meningkatkan minat penggunaan *internet banking* BSI terbukti dan sebaliknya menurunnya kendala akan menurunkan minat penggunaan *internet banking* BSI. Dengan nilai prob dari t statistik sebesar $0,089 < 0,05$ maka H_0 diterima, dapat disimpulkan kendala berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking* BSI. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Murfi dan Suropto (2020) dalam penelitiannya yang berjudul analisa minat mahasiswa terhadap penggunaan layanan *internet banking* Bank BNI Syariah. Hasil yang ditunjukkan bawa kendala/resiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking* pada bank Syariah. Teori yang dipaparkan oleh Dowlin dan Stealin menyatakan resiko akan bertambah ketika seseorang menggunakan *internet banking*, sehingga mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* itu sendiri, resiko yang dimaksud antarlain resiko dihack, dibobol, dan lain sebagainya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Efri dan Lubis (2020) yang mengungkapkan bahwa resiko memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *internet banking* pada bank syariah di indonesia.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka simpulan yang dihasilkan antara lain : Kemudahan terbukti berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *internet banking* pada bank syariah Indonesia; Kepercayaan terbukti berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *internet banking* pada bank syariah Indonesia; Manfaat tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *internet banking* pada bank syariah Indonesia; Kendala terbukti berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking* pada bank syariah Indonesia.

Bagi Lembaga Perbankan Syariah dalam hal ini adalah Bank Syariah Indonesia untuk masa yang akan datang meningkatkan kualitas kemudahan dalam penggunaan *internet banking* melalui iklan tentang mudahnya nasabah menggunakan *internet banking* dalam proses transaksi keuangannya; Meningkatkan kepercayaan dalam penggunaan *internet banking* pada Bank syariah Indonesia dapat dilakukan dengan membuka layanan perbankan 24 jam yang fungsinya melayani nasabah yang bermasalah dengan *internet banking* sehingga nasabah percaya bahwa *internet banking* dapat dipercaya dalam memberikan informasi; Meningkatkan manfaat bagi pengguna internet banking pada Bank syariah Indonesia hal ini dapat dilakukan dengan cara sosialisasi tentang keuntungan dalam menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia; Menimumkan kendala dalam menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia hal ini dilakukan dengan cara mengumpulkan komentar – komentar para pengguna *internet banking* lalu menunjukkan pada nasabah bahwa bank dengan segera menindak lanjutkan kendala yang terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir dan Terra Ch. Triwahyuni. 2013. Pengantar Teknologi Informasi Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi.
- Anjani, R. E. (2014). Pengaruh Pendapatan Usaha dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih (Survey Pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2004- 2013). Universitas Komputer Indonesia. 10.
- Asep Hermawan. 2006. Metode Penelitian. Jakarta : PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia.

- Enggar P, Y. (2010). Hubungan berat badan lahir dengan kejadian ruptur perineum pada persalinan normal di RB Harapan Bunda di Surakarta. Surakarta : Jurnal kesehatan.
- Hair, Joseph F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition. A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition (2 ed.)*. Los Angeles: Sage.
- Hair, Joseph F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2018). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/eb-11-2018-0203>.
- Jonathan Sarwono. (2010). *Pintar Menulis Karya Ilmiah-Kunci Sukses dalam Menulis Ilmiah*. Andi:Yogyakarta.
- Megawati. 2017. *Analisis Fator-Faktor Yang menyebabkan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Toko Az-Zahra karang Rejo Metro Utara)*. Metro: Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Rithamaya, Chitra Laksmi, (2016). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking (Studi pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 43. No. 1, 36-43.
- Sekaran, Uma, 2007. *Research Method For Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis)*, Edisi 4. Jakarta: Salemba 4.
- V. Wiratna Sujarweni, 2015. *Sistem Akuntansi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Widiastuti, Berlian. Studi Tentang Intensitas Penggunaan Electronic Banking oleh Nasabah PT. Bank Central Asia, TBK (BCA) Kantor Cabang Utama Semarang. 2010. Dalam http://eprints.undip.ac.id/24049/1/BERLIAN_WIDIASTUTI.pdf diakses tanggal 13 Mei 2014 pukul 11.58 WITA.

www.bi.go.id

www.OJK.com.

