

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN
INTERNET BANKING
(Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Indonesia)**

Dinar Fithriya Hanjadi, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto, Adib Fachri

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Email : dinarfh46@gmail.com

Abstract

Internet Banking is one of the bank services that allows the public or customers to obtain information, communicate and conduct banking transactions through the internet network, and is not a bank that only provides banking services via the internet. The purpose of this study was to determine student interest in internet banking and mobile banking service facilities provided by banks, and the factors that influence student interest in the use of internet banking and mobile banking. The method used in this research is quantitative. The method is used because the object under study is measurable and rational. The research object is all independent Islamic banks throughout Indonesia. (79 branches of independent Islamic banks that are the object of research). The results of this study are the development of E-Banking experienced a big leap, bank transactions became easy, fast and real time without any time and place restrictions. The Bank provides E-Banking services to meet customer demands and needs as an alternative media for conducting bank transactions, without the customer coming to the bank or ATM. Except for cash deposit and withdrawal transactions.

Keyword : *Internet Banking, Interest, Financial Technology*

Abstrak

Internet Banking adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan masyarakat ataupun nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui minat mahasiswa terhadap fasilitas layanan internet banking dan mobile banking yang disediakan oleh pihak perbankan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa terhadap penggunaan internet banking dan mobile banking. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode digunakan karena obyek yang diteliti terukur dan rasional. Obyek penelitian yaitu semua bank syariah mandiri yang ada di seluruh Indonesia. (79 cabang Bank syariah mandiri yang dijadikan obyek penelitian). Hasil dari penelitian ini adalah Perkembangan E-Banking mengalami lompatan besar, transaksi bank menjadi mudah, cepat dan real time tanpa ada batasan waktu dan tempat. Bank menyediakan layanan E-Banking untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif media untuk melakukan transaksi perbankan, tanpa nasabah datang ke bank atau ke ATM. Kecuali untuk transaksi setoran dan tarikan uang tunai.

Kata Kunci : Internet Banking, Minat, Teknologi Keuangan

Sekretariat

Editorial: Program Studi Manajemen Universitas Fajar – Makassar,
Sulawesi Selatan, Indonesia

Telp/Hp: 081340202750/ Fax (0411) 459-938

Email: manor@unifa.ac.id

OJS: <http://journal.unifa.ac.id/index.php/manor/index>

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang saat ini semakin pesat dan kemajuan teknologi juga semakin berkembang dengan pesat. Penggunaan teknologi bukan lagi menjadi suatu hal yang khusus di kalangan masyarakat dan mau tidak mau masyarakat akan selalu mengikuti perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi yang semakin canggih ini menyebabkan banyak hal lebih mudah, terutama bagi perusahaan, pelaku bisnis dan pemerintah. Salah satu aplikasi yang mulai mendapat perhatian saat ini yaitu internet banking. Internet banking merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet (Brian Dwi dan Sukirno (2013)).

Internet Banking adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan masyarakat ataupun nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. Internet Banking membuka paradigma baru, struktur baru dan strategi yang baru bagi retail bank, dimana bank menghadapi kesempatan dan tantangan yang baru. Internet Banking atau , E-banking juga merupakan layanan yang

memungkinkan nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik seperti Automatic Teller, Machine (ATM), Electronic Data Capture (EDC) / Point Of Sales (POS), internet banking, SMS banking, mobile banking, e-commerce, phone banking, dan video banking.

Menurut Maryanto Supriyono (dikutip oleh Mila Karomillah, 2015) kemajuan pesat teknologi komputer baik perangkat keras, perangkat lunak, sistem host to host, sistem jaringan dan komunikasi data memberikan dampak yang luar biasa kepada jasa perbankan secara elektronik. Perkembangan E-Banking mengalami lompatan besar, transaksi bank menjadi mudah, cepat dan real time tanpa ada batasan waktu dan tempat. Bank menyediakan layanan E-Banking untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif media untuk melakukan transaksi perbankan, tanpa nasabah datang ke bank atau ke ATM. Kecuali untuk transaksi setoran dan tarikan uang tunai. Gambaran yang mudah dimengerti tentang internet banking adalah meja teller/customer service seolah-olah berpindah ke tempat nasabah, di mana nasabah pulalah sebagai teller/customer servicenya. Nasabah dapat bebas melakukan transaksi apa saja selama ada pada menu transaksi. Transaksi yang dapat

dilakukan tampil dalam bentuk menu transaksi atau daftar transaksi, di luar menu tersebut tidak dapat dilakukan.

Dengan internet banking nasabah juga dimungkinkan untuk melakukan transaksi tanpa harus datang ke kantor cabang atau ATM. Internet banking bagi bank itu sendiri juga mempunyai potensi untuk memungkinkan pengangguran biaya untuk jaringan kantor cabang. Menurut Budi Rahadjo internet banking memberikan beberapa keuntungan yang lebih besar dibandingkan resikonya.

LITERATUR REVIEW

Penelitian karya Restu Guriting Panggalih dan Zaki Baridwan, dengan judul “Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory Of Planned Behavior”. Hasil dari penelitian ini adalah Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan layanan internet banking dengan menggunakan model Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen (1991). Metode pengumpulan data adalah metode survei. Responden dalam penelitian ini adalah karyawan yang menduduki posisi penting di Universitas Brawijaya Malang.

Penelitian ini memperoleh respon sebanyak 64 karyawan yang pernah menggunakan internet banking. Analisis dilakukan dengan menggunakan Software

Smart PLS. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa keuntungan persepsian, sikap serta kontrol perilaku persepsian berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan internet banking. Sedangkan norma subjektif, kepercayaan, serta resiko persepsian tidak berpengaruh terhadap minat digunakannya layanan internet banking. Hal ini berarti bahwa keuntungan yang ditawarkan dari layanan, sikap positif dari nasabah terhadap layanan, serta kontrol perilaku akan membentuk minat dalam menggunakan internet banking.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode digunakan karena obyek yang diteliti terukur dan rasional. Menurut Sugiyono, penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian ini menggunakan rumusan masalah asosiatif yaitu suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Variabel yang diangkat dalam penelitian ini meliputi variabel bebas (X1,X2) dan variabel terikat (Y). Variabel

Vol. 4, Nomor 1, Mei 2022

bebas (X) pada penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan internet banking, sedangkan variabel terikat (Y) adalah nasabah bank mandiri di Indonesia.

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Obyek penelitian yaitu semua bank syariah mandiri yang ada di seluruh Indonesia. (79 cabang Bank syariah mandiri yang dijadikan obyek penelitian).

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik perhitungan Slovin dengan tingkat kesalahan atau standart error 5% dan diolah menggunakan aplikasi SPSS 20. Karena sampel yang digunakan yaitu sebagian dari seluruh Bank Syariah yang ada di Indonesia. Sumber Data Dalam penelitian ini data yang digunakan sebagian besar berasal dari data primer. Data primer adalah data yang bersumber dari hasil wawancara terstruktur terhadap responden dengan menggunakan kuesioner (daftar pertanyaan terstruktur).

Skala Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan

menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan talak ukur untuk menyusun item – item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut ini adalah contoh skala pengukuran atau pengukuran indikator dari variabel tersebut di atas:

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Bila variabel penelitiannya lima, maka jumlah instrumen yang digunakan untuk penelitian juga lima.

Hipotesis ini adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Hasil Uji F menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, risiko dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan internet banking. Sedangkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel risiko tidak berpengaruh secara parsial. variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah adalah persepsi kemudahan sebesar 2,383 dan kepercayaan sebesar 4,079. Sedangkan variabel yang tidak berpengaruh adalah risiko sebesar -1,186. Koefisien determinasi (R^2) nilainya 40,8% dan sisanya 59,2 dipengaruhi oleh variabel lain yang

mungkin bisa memberi pengaruh yang lebih besar terhadap minat. Misalnya manfaat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manfaat yang ditawarkan oleh internet banking dapat membuat peningkatan terhadap penggunaannya. Bagi nasabah, internet banking memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan dengan lebih aman, mudah, dan cepat karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa harus datang ke bank. Sedangkan bagi pihak perbankan, internet banking dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, produktivitas, dan juga profitabilitas.

Disamping memberikan kemudahan, internet banking juga memberikan keamanan bagi nasabah, layanan tersebut dilengkapi dengan sistem keamanan yang berlapis dan dilengkapi dengan token (alat yang mengeluarkan angkaangka password yang selalu berganti setiap melakukan transaksi keuangan). Hal ini sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 menyebutkan bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, salah satunya yaitu internet banking.

Dalam rangka mempermudah masyarakat untuk melakukan transaksi pembayaran yang lancar, aman, efisien dan andal, sehingga masyarakat atau nasabah tidak perlu ke bank untuk melakukan transaksi pembayarana, cukup dengan

melalui internet banking saja. (Peraturan BI, 2016). Karena hal itu Perbankan syariah harus mampu menyusun strategi untuk meningkatkan usaha perbankan melalui penggunaan teknologi informasi sebagai sarana pelayanan kepada nasabah. Terutama pada Bank BSM (Bank Syariah Mandiri) Praktek riil internet banking ini nampak jelas akan mengubah pola strategi bank dalam usahanya. Setidaknya ada faktor baru yang dapat memengaruhi pengkajian suatu bank untuk membuka cabang baru atau menambah ATM. Internet banking memungkinkan nasabah untuk melakukan pembayaran-pembayaran secara online. Internet banking juga sebagai akomodasi kegiatan perbankan melalui jaringan internet kapan dan dimana saja dengan cepat, mudah dan safety karena didukung oleh sistem pengamanan yang canggih. Hal ini bermanfaat untuk menjamin keamanan dan secret data serta transaksi yang dilakukan nasabah BSM

Berikut ini total pertumbuhan pengguna mobile banking dari 5 bank (Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, BNI Syariah, Bank Muamalat, BCA Syariah) di Indonesia mencapai angka 23,65 juta pengguna di awal tahun 2017. Tabel 1.1 merupakan jumlah pengguna mobile banking dari beberapa bank di Indonesia yang sudah menggunakan layanan mobile banking. Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank yang mendapatkan kategori

Vol. 4, Nomor 1, Mei 2022

terbaik dalam bidang Banking and Finance pada Top Brand Award tahun 2017. Dapat dilihat dalam tabel diatas Bank Syariah Mandiri menempati urutan pertama dikarenakan Bank Syariah Mandiri memiliki jumlah nasabah yang banyak dan juga tidak dapat dipungkiri memiliki nasabah yang banyak merupakan tanda akan nasabah Bank Syariah Mandiri itu percaya (Trust) terhadap kinerja bank tersebut.

Demi meningkatkan layanan untuk memenuhi kebutuhan nasabah, mulai Januari 2010 Bank Syariah Mandiri, sebagai salah satu pionir bank syariah di Indonesia, telah meresmikan peluncuran fitur mobile banking (m-banking)

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang didapat dari Semua pertanyaan sudah di uji dan dinyatakan valid serta reliabel, alat yang digunakan regresi linier berganda. Dari hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa dari keempat variabel, variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Variabel Kenyamanan berpengaruh positif sedangkan variabel persepsi daya guna dan variabel Kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat nasabah. Variabel Kenyamanan memiliki pengaruh yang dominan terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking. Hal ini ditunjukkan oleh hasil persamaan regresi dimana nilai koefisien variabel

E-ISSN 2716-148x P-ISSN 2657-0130

kenyamanan lebih besar dibanding dengan variabel lainnya dan memiliki nilai signifikan paling kecil. Dengan demikian hipotesis kedua yang mengatakan variabel yang pengaruhnya dominan adalah variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita Woolfolk, Educational Psychology Active Learning Edition, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009),
- Azwar Iskandar, "Green Economy Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Syariah", Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah, Vol. 3, No. 2 (Oktober 2019),
- Eva Latipah, Psikologi Dasar, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017),
- Gunadi, Perbankan Syariah Di Indonesia Dan Kontribusinya Bagi Pembangunan Nasional", La-Riba, Vol. 3, No. 2 (Desember 2018),
- Hafid Nur Yudha, Jaka Isgiyarta, "Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap Internet Banking Adoption (Studi Pada Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking Di Kota Surakarta)", Diponegoro Journal Of Accounting, Semarang, Volume 4, Nomor 4, Tahun 2015.
- Ida Bagoes Mantra, Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018),
- Khaula Luthfia, "Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Corporate Governance Terhadap Publikasi Sustainability Report (Studi Empiris Perusahaan-Perusahaan Yang Listed (Go-Public) Di Bursa Efek

Indonesia (BEI) Periode 2007-2010)",

Muammar Arif Setyawan "PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK INTERNET BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK BRI PANDANARAN SEMARANG", (Skripsi S1 Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Semarang, 2015).

Mila Karomillah "PENGARUH LAYANAN E-BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BNI SYARIAH CABANG PEMBANTU BINTARO-KEBAYORAN ARCADE", (Skripsi S1 Program Studi Manajemen Dakwah, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015).

Ujang Sumarwan, Perilaku Konsumen, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017).

Safar, I; Mujahid & Rantelamba, W. (2020). Peran Komunikasi Verbal dan Non Verbal Sales Promotion Girl Rokok Terhadap Minat Beli Konsumen. Jurnal Sinar Manajemen.

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed methods), (Bandung: Alfabeta, 2018),

Wulan Pinontoan, "Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado", Jurnal EMBA, Vol.1 No.4 Desember 2013.