Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Identifikasi atas faktor-faktor yang mempengaruhi proses adopsi dan persepsi konsumen terhadap keamanan internet banking

Fery Syahrudin, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=108198&lokasi=lokal

---

Abstrak

Internet Banking adalah salah satu hasil pengembangan teknologi di bidang perbankan. Dalam proses pengembangannya, internet banking sebagai produk yang berbasiskan teknologi tinggi mengalami dua tahap yaitu : proses difusi dimana internet banking di sebarkan dari penyedia produk ke konsumen akhir melalui media komunikasi tertentu dan proses adopsi yaitu proses dimana konsumen akan mengambil keputusan untuk menggunakan dalam memenuhi kebutuhannya atau menundanya pada masa akan datang atau tidak sama sekali. Berbagai faktor dapat mempengaruhi kedua proses tersebut di atas.

Sejauh pengamatan penulis, pengembangan internet banking di Indonesia masih difokuskan dalam pengembangan fitur produk/pelayanan yang ditawarkan. Namun pada kenyataannya, berdasarkan survei terdahulu diindikasikan bahwa fitur produk/pelayanan yang ditawarkan belum dapat meningkatkan preferensi konsumen untuk mengadopsi intemet banking. Oleh karena itu menjadi penting untuk dapat mengetahui faktor-faktor apa yang sebenarnya mempengaruhi preferensi konsumen dalam mengadopsi internet banking. Sehingga apa yang akan dilakukan perbankan dalam strategi pengembangan internet banking dapat dilakukan lebih efektif dan efisien.

Dalam proses pengembangan internet banking di Indonesia, faktor keamanan diduga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi proses adopsi internet banking mengingat selain karakteristik sosial masyarakat itu sendiri dengan tingkat kepercayaan yang rendah juga telah terjadi distorsi informasi tentang keamanan internet banking melalui informasi yang cenderung memberikan nilai negatif terhadap keamanan internet banking di persepsi konsumen. Oleh karena itu penting kiranya untuk dapat mengetahui apa sebenamya persepsi konsumen terhadap keamanan internet banking dan siapakah sebenarnya yang dapat mempengaruhi persepsi keamanan internet banking tersebut. Sehingga baik dalam hal perbankan sistem dan teknologi yang digunakan dalam mendukung keamanan internet banking juga komunikasi yang disampaikan dapat lebih mengarah kepada kebutuhan keamanan yang diinginkan konsumen.

Penelitian ini didasari pada teori-teori yang dapat mendasari tujuan penelitian yaitu : teori-teori mengenai proses difusi dan adopsi sebuah inovasi, kualitas pelayanan internet, ekuitas sebuah web site (web equity) dan teori tentang persepsi konsumen terhadap keamanan internet. Dari teori-teori tersebut didapatkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi proses adopsi inetemet banking yaitu : pengetahuan (awareness) produk/pelayanan yang ditawarkan, persepsi keamanan, kecepatan akses/transaksi, kemudahan penggunaan, dan fitur produk/pelayanan yang ditawarkan. Juga didapatkan bahwa terdapat 14 dimensi yang membentuk persepsi konsumen terhadap keamanan internet banking. Adapun pihak-pihak yang diduga dapat mempengaruhi persepsi kansumen terhadap keamanan internet banking adalah : teman terdekat, keluarga terdekat, bank/staf bank, pemerintah, dan pakar teknologi infomasi.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi proses adopsi intemet banking yaitu : pengetahuan (awareness) produk/pelayanan yang ditawarkan, kemudahan penggunaan, dan persepsi keamanan internet banking. Adapun penelitian tentang persepsi konsumen terhadap keamanan intemet banking menyimpulkan terdapat dua persepsi keamanan yaitu Pertama, kehandalan sistem dan teknologi yang digunakan yang meliputi adanya mekanisme/prosedur yang baik dan teknologi yang handal untuk mendukung dan menjamin bahwa internet banking itu aman. Kedua, keamanan transaksi yang meliputi tidak adanya pihak ketiga yang tidak berhak dapat melakukan transaksi, keamanan data pribadi dan password saat melakukan transaksi, informasi status transaksi yang jelas, dan adanya bukti transaksi hitam diatas putih. Adapun pihak yang paling berpengaruh terhadap persepsi keamanan internet banking adalah pakar teknologi informasi. Disimpulkan pula bahwa pengetahuan konsumen terhadap sistem dan teknologi yang dipakai perbankan untuk mengamankan transaksi intemet banking masih cukup rendah.

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan perbankan Indonesia dapat melakukan langkah-langkah yang efektif dan efisien dalam mengembangkan internet banking. Adapun langkah-langkah pengembangan internet banking yang disarankan adalah memperbaiki sistem dan teknologi yang dapat mendukung keamanan internet banking, merancang desain intemet banking sehingga memudahkan konsumen dalam menggunakannya, serta mengkomunikasikan produk/pelayanan yang ditawarkan, kemudahan penggunaan, dan keamanan internet banking sesuai apa yang dipersepsikan konsumen.