

Analisis persepsi konsumen terhadap pembayaran melalui phone banking

Eka Sehyanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20439088&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pembayaran tagihan listrik, air, telepon, kartu kredit, dan lain-lain melalui bank merupakan produk layanan perbankan yang relatif baru dan telah menjadi populer dewasa ini. Pembayaran dapat dilakukan melalui loket-loket yang telah disediakan oleh bank, langsung ke teller, atau bisa lewat mesin ATM, seperti yang ditawarkan oleh beberapa bank. Banyak bank telah meluncurkan produk ini karena selain agar dapat bersaing bank juga memperoleh pendapatan yang disebut fee based income.

Produk layanan pembayaran terpadu tersebut berhasil memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap layanan yang cepat, mudah, dan nyaman. Namun seberapa cepat, mudah, atau nyaman? Karena keinginan konsumen semakin meningkat. Pelayanan yang dahulu cepat sekarang menjadi lambat. Apalagi dengan munculnya electronic banking atau on-line banking, yang menjanjikan pelayanan perbankan anytime dan anywhere. Oleh karena itu perlu dijajaki kemungkinan diluncurkannya produk pembayaran secara on-line, melalui media elektronik tersebut.

Dari semua media elektronik yang dapat digunakan untuk on-line banking, telepon merupakan media yang paling bersahabat dengan konsumen. Selain penyebarannya lebih merata, penggunaannya pun lebih mudah. Bandingkan dengan Internet dan on-line PC. Selain itu beberapa bank ternyata sudah memiliki fasilitas Phone banking (transaksi perbankan lewat telepon) sejak lama. Selama ini fasilitas tersebut kebanyakan hanya digunakan untuk pemberian informasi perbankan seperti informasi saldo, produk, rate deposito. Padahal phone banking dapat diguriakan lebih dari itu. Phone banking dapat melayani transaksi perbankan seperti halnya transaksi di depan teller, kecuali uang kas. Sehingga secara teknis maupun konsep, phone banking dapat digunakan untuk melakukan pembayaran, sehingga konsumen dapat melakukannya anytime dan anywhere.

Namun, walaupun secara teknis dan konsep dapat dilakukan, harus diselidiki dahulu bagaimana kemauan serta persepsi konsumen, Dengan menggunakan metode riset kuantitatif, dilakukan survei terhadap 110 responden. Dari penelitian tersebut diperoleh kesimpulan berikut : Pertama, Yang paling dianggap penting

oleh konsumen terhadap layanan pembayaran tagihan adalah adanya bukti pembayaran, disusul oleh layanan yang dapat diakses anytime dengan proses yang cepat (kurang dari lima menit), dapat diakses dari berbagai tempat (anywhere), dapat dilakukan secara debit rekening, tanpa perlu membawa uang tunai, serta mendapatkan panduan dalam melakukan pembayaran. Kedua, Terjadi gap antara keinginan konsumen terhadap layanan pembayaran dengan fitur-fitur phone banking secara umum. Misalnya, konsumen menginginkan adanya bukti pembayaran, sedangkan pada phone banking tanda bukti pembayaran langsung berupa kertas kurang / tidak ditawarkan. Sebaiknya phone banking menawarkan alternatif transaksi lewat media elektronik, namun hal tersebut kurang diminati oleh konsumen. Ketiga, dari segi persepsi, terlihat bahwa pembayaran melalui phone banking dianggap cepat, mudah, efisien, dan nyaman. Tingkat kecepatan dan kemudahan dianggap lebih dan baik sedangkan efisiensi dan kenyamanan berada dalam kategori baik. Khusus tingkat keamanan dan kerahasiaan, bagi konsumen tingkat keamanan dan kerahasiaan pembayaran melalui phone banking masih berada di bawah kategori baik. Keempat, pilihan konsumen atas fitur-fitur pembayaran yang tepat untuk diterapkan pada phone banking menunjukkan kecenderungan pada fitur-fitur yang sudah dikenal, misalnya tagihan telepon, listrik, air minum, dan kartu kredit.

Penelitian ini dibatasi pada wants dan persepsi konsumen. Wants dan persepsi hanya salah satu faktor yang mempengaruhi pengaduan keputusan manajemen bank. Sedangkan masih banyak faktor lain yang harus dipertimbangkan seperti biaya, kemampuan sumber daya, trend teknologi, dan tujuan perusahaan (bank) itu sendiri. Oleh karena itu hasil penelitian ini belum menjamin kesuksesan hasil keputusan yang diambil oleh manajemen. Penelitian ini harus didukung oleh analisis yang jitu terhadap faktor-faktor tersebut.