



PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT INDIVIDU PENGGUNA INTERNET BANKING BANJARMASIN

Sri Bulkia*, Ana Sofia Herawati, Nurul Hasanah

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari

Jl. Adhyaksa No. 2 Kayutangi Banjarmasin

e-mail: kiasyah30@gmail.com

Abstract

The very rapid development in the banking world today makes the banking industry compete in providing services to its customers. Among them are digital based services such as internet banking. Bank X as a government bank also applies internet banking services. Bank X internet banking services have carried out various types of development but there are still many customers who feel dissatisfied. This study aims to determine how the influence of customer knowledge on individual internet users' interests, the influence of service quality on individual internet users' user interests, the influence of customer knowledge and service quality on the individual interests of internet banking users. The type of research used is quantitative research with a survey approach. This study involved 60 respondents as a sample of research and sampling using stratified random sampling. The type of data used in this study is primary data obtained from questionnaires distributed to Bank X bank customers and secondary data in the form of documentation, literature, and internet. The data analysis technique used in this study is multiple regression analysis. The results of data analysis show that customer knowledge has a significant influence on the interest of internet banking users, service quality significantly affects individual interests of internet banking users, customer knowledge and service quality simultaneously have a significant effect on the interest of internet banking users. The implication of this study is that customer knowledge and service quality have an equally important role both individually and simultaneously in increasing the interest of internet banking users.

Keywords: *Customer Knowledge, Service Quality, Individual Interest, Internet Banking*

Abstrak

Perkembangan yang sangat pesat di dunia perbankan saat ini membuat industri perbankan bersaing dalam memberikan layanan kepada para pelanggannya. Diantaranya adalah layanan berbasis digital seperti internet banking. Bank X sebagai bank pemerintah juga menerapkan layanan internet banking. Layanan internet banking Bank X telah melakukan berbagai jenis pengembangan tetapi masih banyak nasabah yang merasa tidak puas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengetahuan pelanggan terhadap minat pengguna internet individu, pengaruh pengetahuan pelanggan dan kualitas layanan terhadap minat individu pengguna internet banking. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Penelitian ini melibatkan 60 responden sebagai sampel penelitian dan pengambilan sampel menggunakan stratified random sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada nasabah bank Bank X dan data sekunder dalam bentuk dokumentasi, literatur, dan internet. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil analisis data menunjukkan bahwa pengetahuan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pengguna internet banking, kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi minat individu pengguna internet banking, pengetahuan pelanggan dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna internet banking. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa pengetahuan pelanggan dan kualitas layanan memiliki peran yang sama pentingnya baik secara individu maupun secara bersamaan dalam meningkatkan minat pengguna internet banking.

Kata kunci: *Pengetahuan Pelanggan, Kualitas Layanan, Minat Perorangan, Perbankan Internet*

PENDAHULUAN

Terhitung sejak fase awal perkembangan internet di Indonesia tahun 1990 an, jumlah pengguna internet meningkat pesat. Namun peningkatan ini tidak dibarengi dengan pemerataan pengguna internet di Indonesia secara geografis. Menurut riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), dan didukung banyak sumber lainnya, pengguna internet Indonesia hidup di wilayah Barat, khususnya pulau Jawa. Gambaran ini juga merefleksikan ketidakmerataan kesejahteraan warga negara Indonesia secara keseluruhan.

Berdasarkan laporan dan hasil survei dari Asosiasi penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengenai perilaku pengguna internet di Indonesia tahun 2017 menembus angka 143,26 juta dari total populasi penduduk sebanyak 262 juta orang. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.1 :

Tahun 2018 ini kebanyakan masyarakat Indonesia tidak lagi dapat melepaskan diri

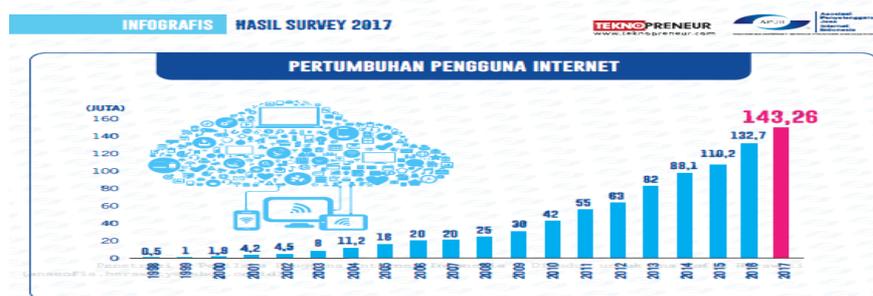
dari kegiatan komunikasi berbasis internet. Sejak awal pemerintahan Indonesia mengembangkan infrastruktur internet, jumlah pengguna internet terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat dari gambar 1.2 :

Berdasarkan laporan tersebut, APJII mencatat pengguna internet tertinggi berdasarkan wilayah. Jumlah pengguna internet di Jawa mencapai 58,08% dari total pengguna di Indonesia. Posisi kedua ditempati oleh wilayah Sumatera dengan jumlah pemakai internet mencapai 19,05%, posisi ketiga ditempati oleh Kalimantan dengan jumlah pengguna 7,97%. Posisi keempat disusul Sulawesi dengan jumlah pengguna 6,73%. Posisi kelima bertengger Bali dan Nusa Tenggara persentase pengguna internetnya baru 5,63% dari jumlah total populasi. Posisi terakhir adalah wilayah Maluku dan Papua pengguna internet di wilayah ini hanya 2,49%. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.3 :



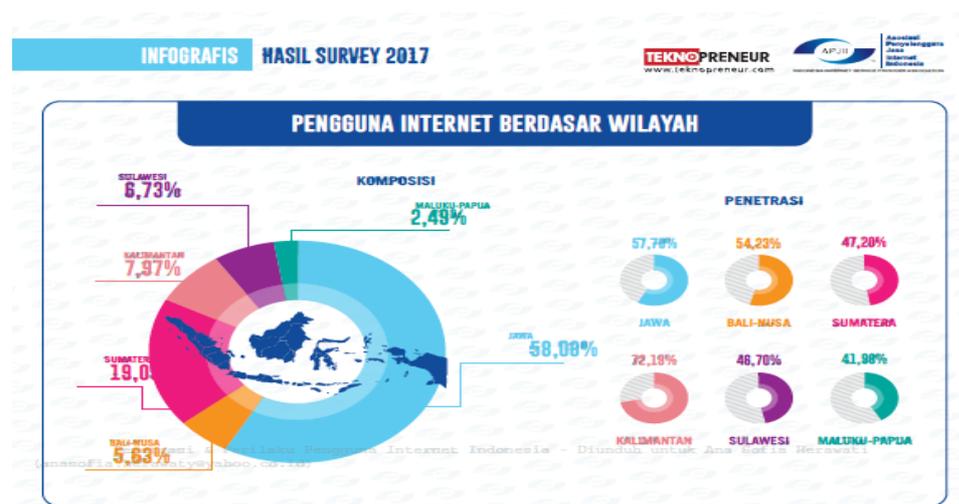
Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : data primer diolah 2018



Gambar 1.2 Data Pertumbuhan Internet di Indonesia

Sumber : data primer diolah 2018



Gambar 1.3 Data Pengguna Internet Berdasarkan Wilayah

Sumber : data primer diolah 2018

Pengguna layanan internet juga masih didominasi oleh laki-laki. Dari 143,26 juta pengguna sebanyak 51,43% berjenis kelamin laki-laki sedangkan pengguna perempuan sebanyak 48,57%. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.4 :

Lajunya perkembangan internet di Indonesia memberikan pengaruh yang sangat signifikan dalam segala bidang dan aspek kehidupan kita. Perkembangan teknologi informasi yang canggih memberikan kemudahan bagi setiap orang dalam melakukan berbagai transaksi, tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi melalui media namun juga sebagai sarana transaksi perbankan. Saat ini banyak bank di Indonesia mulai memasuki dunia maya melalui internet banking. Bentuk layanan perbankan melalui media internet pada dasarnya merupakan transaksi perbankan antara pihak bank dengan nasabahnya yang dimediasi oleh media internet dan media elektronik.

Perkembangan internet yang sangat pesat mendorong dunia perbankan untuk ikut andil dalam memanfaatkan internet. Hal ini

menjadi kesempatan bagi dunia perbankan untuk dapat melangkah maju dalam memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya. Pelayanan internet banking tidak hanya berlaku bagi para pebisnis namun juga bagi masyarakat umum sebagai nasabah bank. Masyarakat menginginkan kemudahan dalam pelayanan perbankan untuk keperluan sehari-hari seperti untuk pembayaran tagihan listrik, air, telepon, transfer ke rekening lain dan lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan.

Pengembangan terhadap kualitas layanan internet banking juga harus diimbangi dengan pengetahuan nasabah mengenai penggunaan internet banking. Hal ini sangat berpengaruh bagi nasabah dalam hal minat pengguna internet banking, sehingga perbankan harus bekerja keras untuk memberikan informasi kepada nasabah mengenai penggunaan dari internet banking.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengetahuan Nasabah

Kotler (2002:89) mendefinisikan pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia, yaitu indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga (Notoatmodjo, 2007 : 76).

Menurut Notoatmodjo (2007:79) indikator pengetahuan nasabah adalah tahu (know), memahami (comprehension), aplikasi (application), analisis (analysis), sintesis (synthesis), dan evaluasi (evaluation).

Kualitas Layanan

Ruslan (2005:100) dalam konsep service of excellent membagi empat pokok unsur pelayanan yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Keempat unsur tersebut merupakan kesatuan pelayanan jasa yang terintegrasi, sehingga apabila salah satu tidak terpenuhi maka pelayanan atau jasa yang diberikan dinilai tidak baik.

Kualitas layanan merupakan kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Bank sebagai lembaga keuangan harus memiliki pelayanan yang baik untuk menumbuhkan minat terhadap produk-produknya. Menurut Moenir (2002:190) adalah pelayanan dengan lisan, pelayanan melalui tulisan, dan pelayanan dalam bentuk perbuatan.

Kualitas layanan menurut Sangadji dan Sopiha (2013:100) mempunyai lima macam indikator keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (emphaty), dan produk-produk fisik (tangibles).

Minat Pengguna

Penerimaan penggunaan adalah keyakinan yang menonjol yang dimiliki nasabah untuk meyakini karakteristik tentang objek sehingga mengambil keputusan untuk menggunakannya (Adesina, 2010:04). Menurut Rita Waczuch et al (2007: 206-215), indikator –indikator minat pengguna adalah innovativeness, discomfort, dan optimism, insecurity.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari kuesioner yang telah dibagikan kepada nasabah Bank Bank X di Banjarmasin. Sedangkan data sekunder berupa data yang diperoleh secara tidak langsung berupa dokumentasi maupun kepustakaan dari buku literatur yang ada dan media internet.

Populasi dan Ukuran Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah dari Bank Bank X di Banjarmasin dengan jumlah sampel 60 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah stratified random sampling. Kasjono & Yasril (2009:33) mengemukakan bahwa pengambilan sampel acak stratifikasi adalah suatu metode pengambilan sampel dimana populasi yang bersifat heterogen dibagi-bagi dalam lapisan-lapisan (strata) yang saling pisah tuntas, dan dari setiap strata dapat diambil sampel secara acak.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari kuesioner yang telah dibagikan kepada nasabah Bank Bank X di Banjarmasin. Sedangkan data sekunder berupa data yang

diperoleh secara tidak langsung berupa dokumentasi maupun kepustakaan dari buku literatur yang ada dan media internet.

Metode Analisis Data

Analisis inferensial ditujukan untuk mengkaji hipotesa yang diajukan dalam penelitian, yaitu dengan menggunakan Metode Regresi Linear Berganda dan secara keseluruhan analisis data dilaksanakan dengan menggunakan program komputer statistik SPSS for windows.

Rumus persamaan regresi yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

- a = Intersep
- b_n = Koefisien regresi variabel Independent N
- (Y) = Minat Pengguna
- (X₁) = Pengetahuan Nasabah
- (X₂) = Kualitas Layanan
- e = Variabel lain yang tidak termasuk dalam model

Untuk menguji keabsahan persamaan regresi yang berkaitan dengan hipotesis yang diajukan, maka teknik ujinya dengan F-test dan T-test.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dalam penelitian ini menggunakan model regresi berganda (Multiple Regression) untuk melihat pengaruh variabel bebas (Independent Variable) yaitu variabel pengetahuan nasabah dan kualitas layanan dengan variabel terikat (Dependent Variable) yaitu variabel minat pengguna.

Berdasarkan hasil perhitungan komputer program SPSS dengan memperhatikan besarnya koefisien korelasi (R) sebesar 0,603 maka dapat dinyatakan bahwa hubungan antara pengetahuan nasabah dan kualitas layanan secara simultan adalah sangat kuat positif terhadap minat pengguna.

Berdasarkan hasil perhitungan didapat nilai F-hitung sebesar 16,298. Jadi dapat dinyatakan bahwa pengetahuan nasabah dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan internet banking.

Adapun besarnya pengaruh pengetahuan nasabah terhadap minat penggunaan internet banking menunjukkan pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan sebesar 0.142. Pengaruh kualitas layanan terhadap minat penggunaan internet banking menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan sebesar 0.406.

Tabel 1. Kebaikan Model

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,603 ^a	,364	,333	1,567

a. Predictors : (Constant), Kualitas Layanan, Pengetahuan Nasabah

b. Dependent Variable : Minat Pengguna

Tabel 2. Uji Serentak

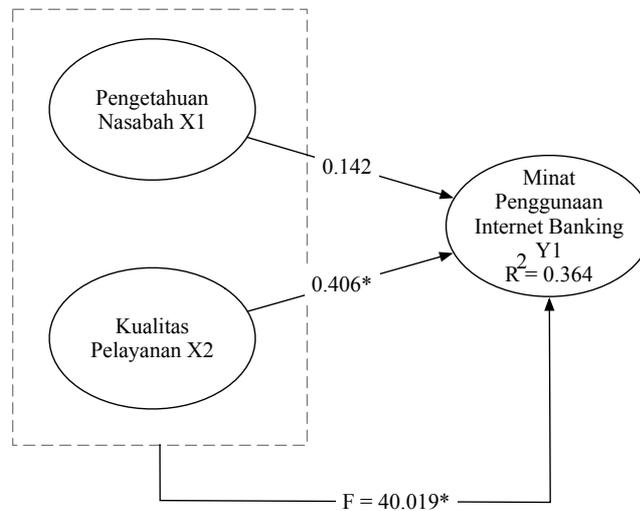
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	80,038	2	40,019	16,298	,000 ^a
	Residual	139,962	57	2,455		
	Total	220,000	59			

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Pengetahuan Nasabah
- b. Dependent Variable: Minat Pengguna

Tabel 3. Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4,787	2,149		2,227	,030		
Pengetahuan Nasabah	,142	,108	,204	1,316	,194	,463	2,161
Kualitas Layanan	,406	,144	,437	2,815	,007	,463	2,161

- a. Dependent Variable: Minat Pengguna



Gambar 3. Hasil Pengujian Model

Pembahasan

Pengetahuan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap minat pengguna internet banking di Banjarmasin sehingga membuktikan teori Kotler (2002:89), secara teoritis dapat dinyatakan bahwa pengetahuan nasabah sangat penting bagi minat pengguna

internet banking di Banjarmasin. Semakin ditingkatkan pengetahuan nasabah, maka akan mampu meningkatkan minat pengguna.

Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat pengguna internet banking di Banjarmasin sehingga membuktikan teori Ruslan (2005:100), secara

teoritis dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan sangat penting bagi minat pengguna internet banking di Banjarmasin. Semakin ditingkatkan kualitas layanan, maka akan mampu meningkatkan minat pengguna internet banking.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil tanggapan responden melalui pengisian kuesioner dan hasil analisis deskriptif menyatakan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap pengetahuan nasabah dapat meningkatkan minat pengguna, setuju terhadap adanya kualitas layanan untuk meningkatkan minat pengguna, dan setuju bahwa minat pengguna dipengaruhi oleh pengetahuan nasabah dan kualitas layanan. Pengetahuan nasabah berpengaruh secara signifikan dan dengan arah positif terhadap minat pengguna, adapun besarnya pengaruh pengetahuan nasabah terhadap minat pengguna internet banking ialah sebesar 27,5% dan sisanya sebesar 72,5% minat pengguna dipengaruhi oleh faktor lain. Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat pengguna, adapun besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap minat pengguna internet banking ialah sebesar 34,4% dan sisanya sebesar 65,6% minat pengguna dipengaruhi oleh faktor lain. Pengetahuan nasabah dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap minat pengguna internet banking sebesar 36,4%.

Saran

Dari kesimpulan di atas dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut; Jika pengetahuan nasabah dan kualitas layanan terhadap minat pengguna internet

banking ditingkatkan akan semakin baik dan positif, sebaliknya jika pengetahuan nasabah dan kualitas layanan terhadap minat pengguna internet banking kurang (minim) maka minat pengguna internet banking akan rendah. Sebesar 66% faktor lain yang mempengaruhi minat pengguna internet banking dari hasil analisis parsial pengetahuan nasabah dan kualitas layanan, sehingga perlu dikembangkan lagi penelitian tentang minat pengguna internet banking selanjutnya. Dari hasil analisis secara simultan hampir 34% pengetahuan nasabah dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang besar terhadap minat pengguna, sehingga untuk penelitian di masa yang akan datang perlu dikembangkan lagi faktor apa saja yang mempengaruhi minat pengguna selain pengetahuan nasabah dan kualitas layanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarita, R. (27 September 2012). Anggap Karyawan Aset, Kunci Sukses Perusahaan. <http://www.kabarbisnis.com/read/2833544>
- Dessler, G. (2009). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Index.
- Dessler, Gary (2015). Human Resources Management (Manajemen Sumber Daya Manusia), Ed. 14. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Indeks.
- George, J.M. & Jones, G.R. (2005). Understanding And Managing organizational behavior (4th ed.). New Jersey: Upper Saddle River Whetten, D.A., and Cameron, K.S. (2011). Developing management skills (8th ed.). New Jersey: Upper Saddle River.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2008. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Bumi

- Aksara.
- Hasibuan(2014). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Bumi Aksara.
- Imam Ghozali, Aplikasi Analisis, hlm. 147.
- Mangkunegara, A.P. (2005). Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia. Cetakan I. Bandung: PT Refika Aditama. -----
----- (2006). Manajemen Sumber DayaManusia. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Mangkunegara, A.P. (2014). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Marwansyah. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung : Alfabeta.
- Rivai, Veithzal danSagala,Ella Jauvani (2014), Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan, Ed. 3. Jakarta: PTRajawali press.
- Raymond, A., Noe., John, R., Hollenbeck., Barry, G. &Patrick, M.W. (2008). Human Resources Management : Gaining A Competitive Advantage, 6th Edition, McGrawHill/Irwin.
- Sedarmayanti. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung : PT Refika Aditama.
- Sunyoto, D. (2012). Teori, Kuisisioner Dan Analisis Data Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: CAPS.
- Sutrisno, Edy. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia. Kencana Prenada Media Grup. Jakarta.
- Wijonarko. (27 September 2012). Anggap Karyawan Aset, Kunci Sukses Perusahaan.
<http://www.kabarbisnis.com/read/28335>