

**ANALISIS DIMENSI RISIKO PERSEPSIAN TERHADAP PENGGUNAAN
INTERNET BANKING PADA BANK NEGARA INDONESIA (BNI) DI
SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

OKTAVI ALIFIYANTARI MAIMUNIAH

NIM : 2013210864

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA**

2017

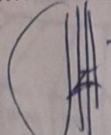
PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Oktavi Alifiyanti Maimuniah
Tempat, Tanggal Lahir : Jombang, 15 Oktober 1994
N.I.M : 2013210864
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Analisis Dimensi Risiko Persepsian Terhadap
Penggunaan Internet Banking Pada Bank Negara
Indonesia (BNI) di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

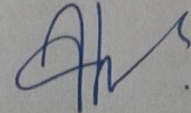
Dosen Pembimbing,

Tanggal : 22 September 2017


(Burhanudin, S.E., M.Si., Ph.D)

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Tanggal : 25 September 2017


(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)

**ANALISIS DIMENSI RISIKO PERSEPSIAN TERHADAP PENGGUNAAN
INTERNET BANKING PADA BANK NEGARA INDONESIA (BNI) DI
SURABAYA**

Oktavi Alifiyanti Maimuniah
STIE Perbanas Surabaya
Email: oktavielivia@gmail.com

ABSTRACT

Information technology has affected the banking industry that makes people become more modern. Bank's one always innovating to develop their products. This research aims to analyze the perception risk dimension using internet banking of Bank Negara Indonesia (BNI) in Surabaya. The design of this research is using quantitative by distribution questionnaires to respondents for the data collection. The total number of samples used in this research are 30 small samples plus 120 large samples equals 150 samples. Technical analysis of research data is using descriptive data analysis and for its factor analysis is using SPSS 16.0. Based on the results of data analysis that collected in this research, it can be concluded that the variables that influence the analysis of perceptions risk dimension at Bank Negara Indonesia (BNI) are variables of performance risk, privacy risk and overall risk.

Keywords: analysis of perception risk dimension, *internet banking*

PENDAHULUAN

Internet banking menjadi salah satu solusi transaksi melalui teller yang menyebabkan antrian panjang untuk melakukan berbagai transaksi dan hal ini menjadi tidak efisien. *Internet banking* menjadikan transaksi melalui perbankan menjadi lebih mudah dan efisien. Hal ini memudahkan untuk para nasabah mengakses dunia perbankan dari mana saja dan kapan saja. Terlebih lagi dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin maju.

Perkembangan teknologi internet ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan

layanan. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di dunia, salah satunya di Indonesia, baik bagi bank pemerintah maupun bagi bank swasta. Hal ini dikarenakan media internet merupakan suatu inovasi yang cukup memberikan peluang yang menantang dalam perkembangannya.

Perkembangan layanan yang dilakukan perbankan saat ini yang berbasis teknologi adalah *internet banking*. Salah satu layanan *internet banking* yang ada di Bank Negara Indonesia (BNI) layanan ini memberikan fasilitas internet banking yaitu BNI e-Secure. BNI e-Secure adalah cara yang aman, nyaman, dan cepat untuk melakukan

aktivitas perbankan lewat internet. BNI e-Secure membantu nasabah bisa melakukan berbagai macam transaksi seperti di ATM (kecuali tarik dan setor tunai).

Selain memiliki banyak keuntungan, *internet banking* juga membuka peluang timbulnya kejahatan dalam menggunakan *internet banking*. Masalah keamanan dan kerahasiaan data-data pribadi maupun keuangan dalam *internet banking* seringkali dipertanyakan oleh nasabah sebelum memutuskan untuk menggunakan *internet banking*.

Internet banking jelas dapat dilakukan dimana saja sepanjang penggunaannya memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan *internet banking* tersebut. Dibalik semua kemudahan dan keuntungan dalam penggunaan *internet banking*, ada risiko persepsian (*perceived risk*) yang tidak pasti dan kemungkinan negatif. Risiko persepsian memiliki beberapa dimensi.

Featherman dan Pavlou (2003) menyatakan bahwa dimensi

yang ada dalam risiko persepsian adalah, *Pertama*, risiko kinerja (*performance risk*) yang dapat diartikan sebagai hasil tidak sesuai dengan keinginan. *Kedua*, risiko keuangan (*financial risk*) berupa kerugiandalam hal keuangan. *Ketiga*, risiko waktu (*time risk*) yaitu kemungkinan ketika pengguna kehilangan waktu dalam memutuskan untuk menggunakan *internet banking*. *Keempat*, risiko psikologis (*psychological risk*) didefinisikan bahwa kinerja produk *internet banking* memiliki efek negatif pada penggunaannya dan tidak mencapai tujuan yang diinginkan. *Kelima*, risiko sosial (*social risk*) mencerminkan kerugian status pada kelompok sosial yang dikarenakan keputusan dalam penggunaan *internet banking*. *Keenam*, risiko privasi (*privacy risk*) dapat diartikan ketika seseorang melanggar batasan terhadap orang lain. *Terakhir*, risiko keseluruhan (*overall risk*) yaitu kriteria umum dari semua risiko yang telah disebutkan.

Tabel 1
TOP BRAND AWARD 2016 FASE 1

MEREK	TBI	TOP
Klik BCA	54.0%	TOP
<i>Internet banking</i> Mandiri	20.0%	TOP
<i>Internet banking</i> BRI	9.0%	
BNI <i>internet banking</i>	6.3%	

Sumber: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1

Dari tabel 1 di atas menunjukkan bahwa *internet banking* BNI berada pada peringkat keempat. Secara persentase pada

tahun 2016 fase 1 *internet banking* BNI hanya sebesar 6.3%. Dilihat dari statistik di atas, dapat disimpulkan bahwa pengguna

internet banking BNI masih sangatlah minim, dibandingkan pengguna *internet banking* pada bank lainnya. Terlebih lagi dengan adanya fenomena *internet banking* yang terjadi pada BNI, salah satu contoh fenomena yang dikutip oleh peneliti dari sumber:<http://lapor.net/status-dugaan-bank-bni-tidak-fair/yaitu> mengenai adanya nasabah *internet banking* BNI yang melakukan transaksi pembayaran ke bank permata untuk pembayaran penerbitan tiket penerbangan, namun pada saatselesai melakukan transfer via *internet banking*, status yang diterima nasabah BNI tersebut adalah dugaan. Nasabah menghubungi pihak BNI dan tanggapan yang diterima nasabah tersebut yaitu dimohon untuk menunggu selama 14 hari. Sedangkan nasabah juga membutuhkan perputaran uang untuk melakukan usaha. Harapan dari nasabahtersebut sebaiknya tidak perlu adanya status dugaan tersebut, karena hal itu tidak perlu bagi nasabah, status yang diperlukan nasabah yaitu hanya sukses dan gagal. Dari keadaan inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti analisis dimensi risiko persepsian.

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Risiko

Konsep risiko diatur sekitar gagasan bahwa setiap perilaku konsumen akan melibatkan risiko dapat diartikan bahwa setiap tindakan nasabah akan menghasilkan konsekuensi dan nasabah juga tidak

dapat mengantisipasi sesuatu yang mendekati kepastian (Bauer, 1967 dalam Clemes, M. D., Gan, C., dan Du, J. 2012:36). Risiko itu sendiri tidak dapat dihindari dan pasti akan terjadi, namun dapat ditanggulagi apabila risiko tersebut terjadi.

Bagaimana risiko akan terjadi dan seperti apa bentuk risiko yang akan dialami, nasabah tidak mengetahui hal tersebut. Risiko banyak memiliki makna yang negatif. Pihak bank mencoba untuk meminimalisir kemungkinan risiko negatif yang akan dialami oleh nasabah.

Risiko dalam *internet banking*

Roselius T (1971) dan Roboff G, Charles C (1998) menyadari bahwa individu memiliki pengetahuan yang lemah saat mereka menyadari bahaya tentang risiko *internet banking*. Grabner-Kräuter, S., dan Faillant, R. (2008) menyatakan gagasan tentang risiko yang dirasakan oleh nasabah telah dikelola secara luas dalam e-channel yang memanfaatkan perangkat teknologi informasi dan untuk mempengaruhi niat dan sikap nasabah.

Risiko persepsian umumnya dianggap sebagai komposit dari beberapa kategori risiko yang ada. Nasabah banyak yang mengalami kekhawatiran jika melakukan transaksi melalui internet banking. Kekhawatiran yang paling umum yaitu mengenai masalah keamanan dan kerahasiaan data-data pribadi maupun keuangan seringkali dipertanyakan oleh nasabah sebelum memutuskan untuk menggunakan *internet banking*.

Hubungan antara risiko dengan risiko kinerja

Risiko kinerja berhubungan erat dengan kepercayaan konsumen tentang kemampuan teknis di bank dan sistem pemeliharaan *internet banking*. Kemungkinan hasil tidak seperti yang sudah dirancang dan diperhitungkan gagal menjadi apa yang di inginkan. Hal ini termasuk dalam kemungkinan negatif yang ada dalam risiko persepsian. Harus sudah di perkirakan sebelumnya bagaimana cara menanggulangi kemungkinan negatif.

Pengguna *internet banking* selalu khawatir tentang kemungkinan bahwa sistem rusak pada saat melakukan transaksi *internet banking*, sebagai insiden yang tidak terduga dan menyebabkan kerugian. Kerusakan atau kekurangan dari *internet banking* dapat menurunkan kepercayaan nasabah untuk kembali menggunakan *internet banking*.

H1: Risiko kinerja adalah dimensi risiko persepsian pada pengguna *internet banking* BNI di Surabaya.

Hubungan antara risiko dengan risiko keuangan

Risiko keuangan mencerminkan kerugian keuangan potensial. Pengguna *internet banking* takut kehilangan uang saat mentransfer uang atau melakukan transaksi melalui *internet banking*. Transaksi *internet banking* kurang memiliki jaminan jika dibandingkan dengan transaksi manual. Ketika kesalahan transaksi terjadi dalam *internet banking*, maka pengguna merasa sulit untuk

meminta kompensasi kepada pihak bank (Littler dan Melanthiou, 2006).

Risiko keuangan merupakan kerugian finansial dalam menggunakan *internet banking*, karena nasabah mungkin merasa bahwa ketika melakukan kesalahan dalam bertransaksi, menghentikan pembayaran setelah menemukan kesalahan, atau pengembalian dana tidak mungkin dapat dilakukan.

H2: Risiko keuangan adalah dimensi risiko persepsian pada pengguna *internet banking* BNI di Surabaya.

Hubungan antara risiko dengan risiko waktu

Risiko waktu terjadi ketika pengguna mungkin kehilangan waktu untuk membuat keputusan menggunakan *internet banking*. Pengguna juga dapat mengalami risiko saat bergantinya mata uang yang tidak di pahami dan kesalahan ini terjadi pada saat melakukan transaksi, hal ini dapat menjadi potensi kerugian. Dua alasan utama dari beberapa pengalaman pengguna *internet banking* yang tidak menyenangkan yang dianggap sebagai risiko waktu yaitu situs yang membingungkan dan situs *internet banking* yang tidak bisa di download.

Kuisma berpendapat, mendukung sebagian besar nasabah bank memiliki disposisi negatif terhadap penggunaan *internet banking*, karena mereka takut mengalami kerugian ekonomi dan sejenisnya (Kuisma, T., Laukkanen, T. and Hiltunen, M.: 2007).

H3: Risiko waktu adalah dimensi risiko persepsian pada

pengguna *internet banking* BNI di Surabaya.

Hubungan antara risiko dengan risiko psikologis

Risiko psikologis diartikan bahwa kinerja produk *internet banking* akan memiliki efek negatif pada penggunanya dan tidak mencapai tujuan yang diinginkan. Risiko psikologis merupakan persepsi nasabah bahwa pengguna *internet banking* akan mengurangi citra diri mereka. Beberapa nasabah juga merasa bahwa *internet banking* tidak cocok dengan citra diri mereka dan bahkan menyebabkan kerugian psikologi. Dapat juga diartikan sebagai sensasi kecemasan yang disebabkan oleh tidak tahu bagaimana berpartisipasi dalam *internet banking*.

H4: Risiko psikologis adalah dimensi risiko persepsian pada pengguna *internet banking* BNI di Surabaya.

Hubungan antara risiko dengan risiko sosial

Risiko sosial dapat di definisikan sebagai kecemasan kemungkinan menarik dalam pertimbangan yang tidak menguntungkan. Littler dan Melanthiou, (2006) mendefinisikan kesejahteraan sosial nasabah yang menggunakan *internet banking* dapat dipengaruhi karena kesan positif atau negatif dari penggunaan *internet banking* oleh orang-orang, keluarga, atau sahabat. Risiko sosial yang di rasakan mengacu pada kemungkinan bahwa menggunakan *internet banking* dapat mengakibatkan ketidaksetujuan keluarga, teman-teman, dan rekan.

Risiko sosial menunjukkan pilihan yang memanfaatkan hasil

dari kekuatan *internet banking*, baik dari keluarga, orang-orang, atau sahabat. Sangat mungkin jika seseorang dapat memperbaiki atau mengurangi anggapan tentang penggunaan *internet banking*. Hal ini dapat mengakibatkan orang-orang memiliki persepsi positif atau negatif terhadap penggunaan *internet banking*.

H5: Risiko sosial adalah dimensi risiko persepsian pada pengguna *internet banking* BNI di Surabaya.

Hubungan antara risiko dengan risiko privasi

Risiko privasi hampir sama dengan risiko keamanan, pengguna *internet banking* menjadi lebih khawatir tentang informasi pribadi mereka. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa risiko privasi dan kurangnya keamanan pada *internet banking* menjadi pengaruh utama pada penggunaan *internet banking*. Masalah privasi yang berkaitan dengan *internet banking* memiliki hambatan yang cukup signifikan.

Banyak pengguna *internet banking* yang mengalami penipuan dan hacking, dan mereka tidak hanya menderita kerugian keuangan, tetapi juga melanggar batasan privasi. Hal ini memberikan efek negatif bagi pihak bank dan pengguna *internet banking*. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan *internet banking* untuk memastikan keamanan privasi para pengguna *internet banking*.

H6: Risiko privasi adalah dimensi risiko persepsian pada pengguna *internet banking* BNI di Surabaya.

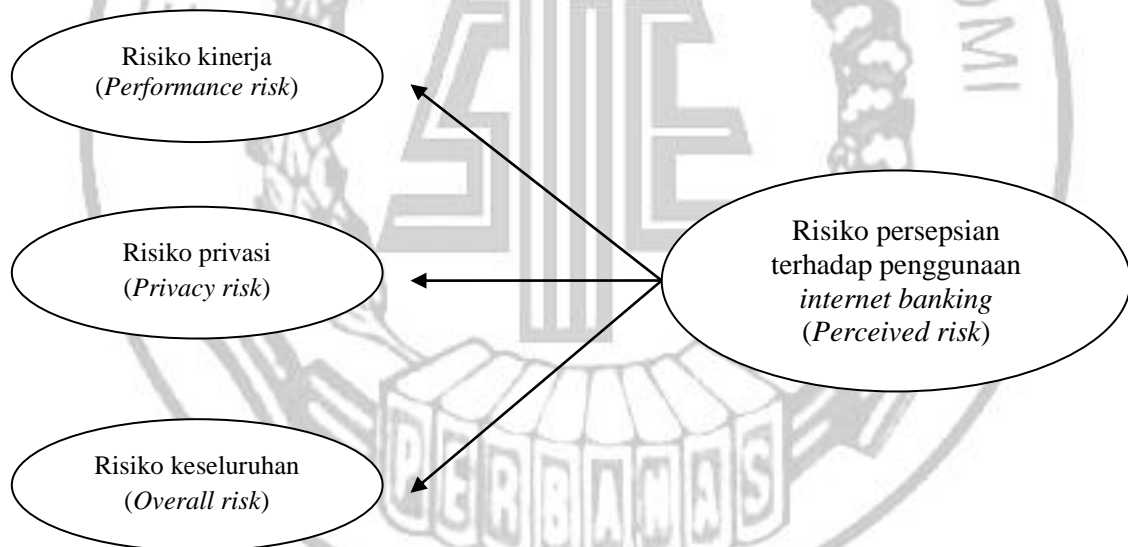
Hubungan antara risiko dengan risiko keseluruhan

Risiko keseluruhan merupakan gabungan dari semua risiko yang sudah dijelaskan yang menjadi kriteria umum dari semua risiko. Risiko ini menyangkut dari keseluruhan risiko yang menjadi kekhawatiran nasabah pada penggunaan *internet banking*. Hal ini tentunya menjadi masukan bagi pihak bank untuk lebih memperbaiki layanan *internet banking*.

Secara keseluruhan menggunakan *internet banking* sangat beresiko yaitu ketika nasabah merasa bahwa *internet banking* memiliki berbagai kriteria

risiko. Salah satunya yaitu pada saat melakukan pembayaran tagihan dengan menggunakan *internet banking* sangat beresiko, ketika melakukan transaksi dengan menggunakan *internet banking*, hal itu menyebabkan berbagai risiko dan juga kerugian. Penggunaan *internet banking* cukup berbahaya, ketika menggunakan transaksi melalui layanan *internet banking* akan berpotensi menyebabkan bahaya dari beberapa aspek yang ada.

H7: Risiko keseluruhan adalah dimensi risiko persepsian pada pengguna *internet banking* BNI di Surabaya.



Sumber: Carolina Martins, Tiago Oliveira, Aleš Popovič (2014), diolah

Gambar 1
KERANGKA PENELITIAN

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah suatu rencana tentang cara mengumpulkan dan mengelola data agar dapat digunakan untuk mencapai tujuan

peneliti (Malhotra 2009:110). Implementasi rancangan penelitian dibuat bersamaan dengan identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel,

instrumen penelitian. Mudrajat Kuncoro (2013:84), rancangan dilihat berdasarkan jenis penelitiannya, berdasarkan data yang digunakan, berdasarkan tujuan penelitian, klasifikasi berdasarkan metode penelitian, berdasarkan jenis data, dan berdasarkan dimensi waktu adalah: berdasarkan tujuannya penelitian merupakan penelitian murni yaitu penelitian yang meliputi pengembangan ilmu pengetahuan; berdasarkan klasifikasi penelitian berdasarkan metodenya dapat dikategorikan sebagai penelitian berbasis eksploratif, yang mempunyai tujuan untuk menemukan sesuatu yang baru, sesuatu yang baru tersebut dapat berupa pengelompokan suatu faktor tertentu; berdasarkan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data primer karena menggunakan kuesioner; berdasarkan proses pengumpulan data, penelitian ini merupakan penelitian yang dikategorikan

sebagai penelitian yang menggunakan kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Pengukuran Variabel

Pengukuran dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala dengan pengukuran interval class untuk dapat mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang mengenai fenomena sosial dalam variabel penelitian yang akan di uji, yakni dengan menggunakan skala *5 Likert*. Metode skala ini dapat digunakan apabila seluruh skala- skala tersebut akan digabungkan agar mendapat variabel baru dan juga tanggapan responden akan diklarifikasikan berdasarkan interval class. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik skala 5 likert dan interval class (Sugiyono, 2015:93).

Rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

INTERVAL CLASS

Jawaban	Interval	Nilai
Sangat tidak setuju	$1,00 \leq x \leq 1,8$	1
Tidak Setuju	$1,8 \leq x \leq 2,6$	2
Ragu- ragu	$2,6 \leq x \leq 3,4$	3
Setuju	$3,4 \leq x \leq 4,2$	4
Sangat Setuju	$4,2 \leq x \leq 5$	5

Sumber: Sugiyono(2015:93) diolah

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor

Menurut Suliyanto (2005) analisis faktor merupakan suatu teknik dalam menganalisis tentang saling

ketergantungan dari beberapa variabel secara simultan dengan tujuan untuk menyederhanakan dari bentuk hubungan antara beberapa

variabel yg di teliti menjadi sejumlah faktor yang lebih sedikit dari pada variabel yang diteliti. Hal ini berarti, analisis faktor dapat pula menggambarkan tentang struktur data dari suatu penelitian. Pada penelitian ini akan dilakukan analisis faktor *confirmatory*. Analisis faktor *confirmatory* dilakukan untuk mengetahui dimensi risiko persepsian terhadap penggunaan *internet banking* pada Bank Negara Indonesia (BNI) di Surabaya. Tahapan dari analisis faktor *confirmatory* yaitu: merumuskan masalah, menyusun matriks korelasi, ekstraksi faktor, merotasi faktor, interpretasikan faktor, pembuatan factor score, pilih variabel surrogate atau tentukan summated scale. Hasil analisis faktor *confirmatory* dijelaskan di bawah.

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy (MSA) dan Bartlett's Test of Sphericity.

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy (MSA) menunjukkan korelasi antara indikator (pertanyaan) secara keseluruhan. Sampel dikatakan memenuhi syarat jika. $KMO-MSA > 0,5$ dan nilai signifikansi *Barlett's Test of Sphericity* $< 0,05$ ($\alpha=5\%$). Berikut adalah nilai KMO-MSA dan *Barlett's Test of Sphericity* :

Tabel 2

KMO AND BARTLETT'S TEST

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.413
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4.742E3
	Df	300
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah

Tabel 2 dapat diketahui nilai KMO-MSA sebesar $0,413 < 0,5$ dengan nilai signifikansi *bartlett's test of sphericity* sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menyimpulkan bahwa terdapat korelasi yang kuat pada 25 indikator (pernyataan) yang digunakan untuk mengukur dimensi risiko persepsian terhadap penggunaan *internet banking* pada Bank Negara Indonesia (BNI) di Surabaya. Dengan demikian analisis faktor bisa dilanjutkan.

Anti-Images Matrices

Anti-image matrices digunakan untuk menguji korelasi masing-masing indikator (pertanyaan) dengan faktor secara keseluruhan. Jika nilai *anti image correlation* suatu indikator (pertanyaan) $< 0,5$ berarti indikator (pertanyaan) tersebut tidak mempunyai korelasi yang kuat dengan faktor secara keseluruhan, sehingga harus direduksi (dikeluarkan dari proses analisis).

Berikut adalah *anti-image matrices* yang dihasilkan analisis faktor:

Tabel 3.1
ANTI IMAGES MATRICES I

X1.1	0.503	X4.1	0.311
X1.2	0.688	X4.2	0.474
X1.3	0.324	X5.1	0.243
X1.4	0.501	X5.2	0.188
X1.5	0.500	X6.1	0.562
X2.1	0.255	X6.2	0.538
X2.2	0.243	X6.3	0.556
X2.3	0.231	X7.1	0.460
X2.4	0.335	X7.2	0.421
X3.1	0.490	X7.3	0.595
X3.2	0.585	X7.4	0.458
X3.3	0.534	X7.5	0.400
X3.4	0.388		

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 3.1 dapat diketahui 25 indikator (pertanyaan) yang digunakan dalam penelitian memiliki nilai *anti image correlation* (nilai pada diagonal) $< 0,5$ yang berarti indikator (pertanyaan) yang digunakan harus dikeluarkan dari

analisa, sehingga harus dilakukan analisa faktor ulang dengan hanya item pertanyaan yang mempunyai $MSA \geq 0,5$. Hasil Analisa faktor yang kedua dapat disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3.2
ANTI IMAGES MATRICES II

X1.1	0.613
X1.2	0.534
X1.4	0.555
X1.5	0.578
X3.2	0.278
X3.3	0.275
X6.1	0.689
X6.2	0.605
X6.3	0.547
X7.3	0.501

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 3.2 analisis faktor yang kedua dapat

diketahui masih ada indikator (pertanyaan) yang digunakan dalam

penelitian memiliki nilai *anti image correlation* (nilai pada diagonal) < 0,5 yang berarti indikator (pertanyaan) yang digunakan harus dikeluarkan dari analisa, sehingga harus dilakukan analisis faktor ulang

dengan hanya item pertanyaan yang mempunyai $MSA \geq 0,5$. Hasil Analisis faktor yang ketiga dapat disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 3.3
ANTI IMAGES MATRICES III

X1.1	0.654
X1.2	0.832
X1.4	0.645
X1.5	0.758
X6.1	0.715
X6.2	0.666
X6.3	0.833
X7.3	0.690

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel analisis faktor yang ketigadapat diketahui indikator (pertanyaan) yang digunakan dalam penelitian semuanya memiliki nilai *anti image correlation* (nilai pada diagonal) > 0,5 yang berarti semua indikator (pertanyaan) yang digunakan mempunyai korelasi yang kuat dengan faktor secara keseluruhan, sehingga indikator (pertanyaan) dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Communalities

Communalities menunjukkan kontribusi masing-masing indikator (pertanyaan) terhadap faktor yang terbentuk. Semakin besar nilai *communalities* suatu indikator (pertanyaan) berarti semakin besar kontribusi indikator (pertanyaan) tersebut terhadap faktor baru yang terbentuk. Berikut adalah nilai *communalities* yang dihasilkan analisis faktor.

Tabel 4
COMMUNALITIES

	Initial	Extraction
X1.1	1.000	.990
X1.2	1.000	1.000
X1.4	1.000	.990
X1.5	1.000	1.000
X6.1	1.000	1.000
X6.2	1.000	1.000
X6.3	1.000	1.000
X7.3	1.000	1.000

Extraction Method: Principal

Sumber: Data diolah

Tabel 4 dapat diketahui bahwa indikator yang memiliki nilai *communalities* terbesar adalah 1.000 diantaranya, sistem keamanan *internet banking* BNI tidak cukup kuat melindungi rekening saya (X1.2), *internet banking* BNI tidak bekerja dengan baik sehingga mengganggu proses pembayaran (X1.5), pengguna *internet banking* BNI menyebabkan saya kehilangan kontrol dan kerahasiaan informasi pembayaran yang saya lakukan (X6.1), penggunaan *internet banking* BNI membuat informasi tentang diri saya bisa diakses orang lain (X6.2), pengguna *internet banking* membuat

pelaku kejahatan di dunia maya dapat mengancam keamanan rekening saya (X6.3), pengguna *internet banking* BNI memiliki bahaya (X 7.3).

Total Variance Explained

Total varianced explained menunjukkan keragaman data yang bisa dijelaskan oleh faktor-faktor yang terbentuk. Faktor yang terbentuk ditunjukkan dengan komponen yang memiliki *eigenvalue* > 1. Berikut adalah *total varianced explained* yang dihasilkan analisis faktor:

Tabel 5

TOTAL VARIANCE EXPLAINED

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.839	47.985	47.985	3.839	47.985	47.985	2.684	33.556	33.556
2	2.417	30.211	78.196	2.417	30.211	78.196	1.937	24.217	57.773
3	.688	8.599	86.795	.688	8.599	86.795	1.042	13.023	70.796
4	.396	4.952	91.747	.396	4.952	91.747	.960	12.006	82.801
5	.333	4.167	95.914	.333	4.167	95.914	.847	10.592	93.393
6	.178	2.221	98.135	.178	2.221	98.135	.334	4.180	97.573
7	.129	1.613	99.748	.129	1.613	99.748	.174	2.175	99.748
8	.020	.252	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data diolah

Dari Tabel 5 diketahui terdapat 2 komponen yang memiliki *eigenvalue* > 1. Hasil ini menyimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor baru yang terbentuk dalam menjelaskan dimensi risiko persepsian terhadap *internet banking* pada Bank Negara Indonesia (BNI)

di Surabaya. Yaitu komponen 1 (3,839) dan komponen 2 (2,417).

Component Matrix dan Rotated Component Matrix

Component matrix dan *rotated component matrix* berisi nilai *loading factor* yang menjelaskan distribusi indikator (pertanyaan) ke dalam faktor baru yang

terbentuk. Nilai *loading factor* yang digunakan adalah yang berasal dari hasil rotasi (*rotated component matrix*) karena memberikan hasil yang lebih jelas dan nyata. Nilai *loading factor* yang besar menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara indikator (pertanyaan) dengan faktor yang terbentuk, sehingga dasar penentuan indikator menjadi pembentuk faktor baru dilihat dari nilai *loading factor* yang paling besar dan bernilai > 0.5. Berikut adalah *rotated component*

matrix yang dihasilkan analisis faktor:

Tabel 6
ROTATED COMPONENT
MATRIX^A

	Component		
	1	2	3
X1.1	.978		
X1.4	.970		
X6.2		.949	
X6.1		.827	
X7.3			.861

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

Sumber: Data diolah

Tabel 6 menunjukkan semua nilai *loading factor* terbesar bernilai > 0,5 yang berarti indikator (pertanyaan) yang digunakan semuanya bisa membentuk faktor baru. Indikator yang ambiguitas dihapus meliputi: Sistem keamanan *internet banking* BNI tidak cukup kuat melindungi rekening saya (mempunyai factor loading di dua dimensi risiko persepsian yaitu 0,798 dimensi risiko persepsian pertama dan 0,566 dimensi risiko persepsian keenam) (X1.2) dan

Penggunaan *internet banking* BNI membuat pelaku kejahatan di dunia maya dapat mengancam keamanan rekening saya (mempunyai factor loading di dua dimensi risiko persepsian yaitu 0,824 dimensi risiko persepsian kelima dan 0,480 dimensi risiko persepsian kedua) (X6.3).

Indikator yang tidak mengelompok dengan indikator lainnya juga dihapus, meliputi: *Internet banking* BNI tidak bekerja dengan baik sehingga mengganggu

proses pembayaran (0,858) (X 1.5).

Berikut adalah distribusi masing-masing indikator (pertanyaan) pada faktor baru yang terbentuk, dari tabel 6 maka ada beberapa indikator baru pada dimensi risiko persepsian, diantaranya:

(Dimensi risiko kinerja) *Internet banking* BNI dapat bekerja tidak baik dan menjadikan kredit saya di bank bermasalah (0,978) (X1.1) dan bagi saya, setuju menggunakan *internet banking* BNI adalah sangat beresiko karena kinerja *internet banking* BNI masih belum seperti yang diharapkan (0,970) (X1.4).

(Dimensi risiko privasi) Penggunaan *internet banking* BNI membuat informasi tentang diri saya bisa diakses orang lain (0,949) (X6.2) dan Penggunaan *internet banking* BNI menyebabkan saya kehilangan kontrol dan kerahasiaan informasi pembayaran yang saya lakukan (0,827) (X6.1).

(Dimensi risiko keseluruhan) Penggunaan *internet banking* BNI memiliki bahaya (0,861) (X7.3).

Pembahasan

Risiko kinerja (dimensi risiko persepsian pertama)

Setelah dilakukan analisis data dengan menggunakan analisis faktor, risiko kinerja adalah dimensi risiko persepsian dengan indikator diantaranya:

“*Internet banking* dapat bekerja tidak baik dan menjadikan kredit saya di bank bermasalah (X1.1)”. Temuan ini menunjukkan *internet banking* tidak bekerja dengan baik dan menjadikan kredit bermasalah menjadi salah satu indikator penting pengukuran risiko

kinerja. Temuan ini juga menunjukkan bahwa bank harus meyakinkan nasabah layanan *internet banking* yg disajikan baik untuk digunakan dengan cara memperbaiki kinerja *internet banking*.

“Bagi saya, setuju menggunakan *internet banking* adalah sangat beresiko karena kinerja *internet banking* masih belum seperti yang diharapkan (X1.4)”

Temuan ini menunjukkan resiko terhadap penggunaan *internet banking* menjadi salah satu indikator penting pengukuran risiko kinerja. Temuan ini juga menunjukkan bahwa bank harus meyakinkan nasabah layanan *internet banking* yang diberikan memenuhi harapan nasabah dengan cara meminimalkan risiko dalam penggunaan *internet banking*.

Risiko privasi (dimensi risiko persepsian kedua)

Setelah dilakukan analisis data dengan menggunakan analisa faktor, risiko keuangan adalah dimensi risiko persepsian dengan indikator diantaranya:

“Penggunaan *internet banking* membuat informasi tentang diri saya bisa diakses orang lain (X6.2).” Temuan ini menunjukkan informasi nasabah menjadi salah satu indikator penting pengukuran risiko keuangan. Temuan ini juga menunjukkan bahwa bank harus meyakinkan nasabah layanan *internet banking* yang disajikan aman dengan cara menjaga informasi nasabah pengguna *internet banking*.

“Penggunaan *internet banking* menyebabkan saya kehilangan kontrol atas kerahasiaan

informasi pembayaran yang saya lakukan (X6.1).”Temuan ini menunjukkan kontrol informasi pembayaran menjadi salah satu indikator penting pengukuran risiko keuangan. Temuan ini juga menunjukkan bahwa bank harus meyakinkan nasabah layanan *internet banking* yang diberikan dapat dijaga kerahasiaanya oleh bank dengan cara menjaga informasi pembayaran.

Risiko keseluruhan (dimensi risiko persepsian ketiga)

“Penggunaan *internet banking* memiliki bahaya (X7.3).”Temuan ini menunjukkan bahwa bahaya pada *internet banking* menjadi salah satu indikator penting pengukuran risiko waktu. Temuan ini juga menunjukkan bahwa bank harus meyakinkan nasabah layanan *internet banking* yang diberikan aman dengan cara meminimalkan bahaya dalam penggunaan *internet banking*.

Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan-pemaparanyang telah dilakukan, maka dari itu penelitian ini menyimpulkan dimensi risiko persepsian terdiri dari: (1) Risiko kinerja dengan dua indikator yaitu: X1.1 (0,978) dan X1.4 (0,970). (2) Risiko privasi dengan dua indikator yaitu: X6.1 (0,827) dan X6.2 (0,949). (3) Risiko keseluruhan dengan satu indikator yaitu X7.3 (0,861)

Keterbatasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian diantaranya: (1) Dalam penyebaran

kuesioner terdapat beberapa responden yang tidak mencantumkan identitasnya secara lengkap. (2) Keterbatasan waktu dalam pengisian kuesioner sehingga responden terburu-buru dalam mengisi kuesioner.(3) Ada beberapa responden yang tidak memahami pernyataan dalam kuesioner dan tidak bertanya sehingga ada jawaban yang tidak konsisten.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka disarankan hal-hal sebagai berikut: (1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi perluasan wawasan dan pertimbangan bagi pihak Bank BNI lebih memperhatikan dimensi risiko persepsian karena dari ketujuh faktor yang diteliti hanya terbentuk 3 faktor baru tersebut. (2) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah atau menggunakan dimensi risiko persepsianlain yang dapat dipertimbangkan dalam penggunaan *internet banking*.

Daftar Rujukan

- Clemes, M. D., Gan, C., & Du, J. 2012. The factors impacting on customers' decisions to adopt Internet banking. *Banks and bank systems*, 7(3), 33-50.
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. 2003. Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451-474. doi:10.1016/S1071-5819(03)00111-3.

- Fenomena *internet banking* BNI 2014 <http://lapor.net/status-dugaan-bank-bni-tidak-fair/>
- Grabner-Kräuter, S., and Faullant, R. 2008. Consumer acceptance of internet banking: the influence of internet trust. *International Journal of bank marketing*, 26(7), 483- 504.
- Kuisma, T., Laukkanen, T. and Hiltunen, M. 2007, "Mapping the reasons for resistance to internet banking: a means-end approach", *International Journal of Information Management*, Vol. 27 No. 2, pp. 75-85.
- Littler, D., Melanthiou, D. 2006, Consumer perceptions of risk and uncertainty and the implications for behavior towards innovative retail services: The case of internet banking. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 13, 431-443.
- Malhotra, Naresh K. 2009. Riset Pemasaran. Edisi ke empat Indeks.
- Mudrajad, Kuncoro. 2013. "Mudah Memahami dan Menganalisis Indikator ekonomi". Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Roboff, G., and Charles, C. 1998. Privacy of financial information in cyberspace: banks addressing what consumers want. *Journal of Retail Banking Services*, 20(3), 51-57.
- Roselius, T. 1971. Consumer rankings of risk reduction methods. *The journal of marketing*, 56-61.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto, 2005. Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Top brand awards 2016 http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1