

## PERSEPSIAN RISIKO ADOPSI *E-BANKING* : ANTARA SIKAP vs TRUST

Edy Purwo Saputro<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta  
email: [E.Purwo.Saputro@ums.ac.id](mailto:E.Purwo.Saputro@ums.ac.id)

### *Abstract*

*Adoption of e-banking is one of the important issues in the adoption of technology because it produces the diversity of the findings, which then providing opportunities for the further research. One factor that supports the adoption of e-banking is risk, while the risk is associated to the attitude and trust. The purpose of this paper is to provide an overview of risk and their relevance to the attitude and trust in the case of adoption of e-banking. The prepositions are submitted in this research will be reference materials for the future research.*

**Keywords :** *adoption, e-banking, risk, attitude, trust*

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi berpengaruh terhadap kuantitas dan kualitas layanan di semua sektor, termasuk di sektor perbankan. Di satu sisi, hal ini berpengaruh terhadap kemudahan layanan, meski di sisi lain ada aspek risiko yang harus diantisipasi, baik itu dalam bentuk risiko *human error* ataupun *technical error*. Selain itu, temuan sejumlah riset menunjukkan bahwa persepsian risiko cenderung memicu dualisme yaitu di satu sisi dianggap positif tapi di sisi lain ada temuan yang dominan menganggap hal ini berdampak negatif. Keragaman hasil ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa riset persepsian risiko adopsi *e-banking* menarik dikaji, terutama mengacu tuntutan terhadap adopsi *e-banking* di era *self-services technologies* yang memungkinkan nasabah semakin mandiri (Teoh, Chong, Lin dan Chua, 2013; Akturan dan Tezcan, 2012; Ozdemir, Trott, dan Hoecht, 2008).

Keragaman hasil riset tentang persepsian risiko adopsi *e-banking* secara tidak langsung dipengaruhi oleh sejumlah faktor yaitu pertama: identifikasi variabel amatan yang semakin berkembang dan disesuaikan dengan permasalahan yang muncul. Hal ini didukung temuan hasil riset bahwa identifikasi kasus adopsi *e-banking* di negara berkembang dan di negara industri – maju cenderung berbeda. Faktor ini tidak bisa terlepas dari identifikasi nasabah yaitu di negara berkembang cenderung bertipe *high touch*, sedangkan di negara industri – maju cenderung bertipe *high tech*. Oleh karena itu identifikasi persepsian individu terhadap risiko *e-banking* menjadi menarik untuk dikaji (Rajaobelina, Brun, dan Toufaily, 2013).

Kedua: isu yang berkembang cenderung semakin kompleks terutama mengacu tuntutan kebutuhan kualitas layanan dan persaingan yang semakin ketat untuk. Hal ini secara tidak langsung berpengaruh terhadap faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap niat individu untuk menerima adopsi *e-banking*. Pemahaman tentang isu yang berkembang untuk riset *e-banking* dapat dibedakan menjadi dua yaitu : untuk kasus di negara industri – maju lebih terfokus kepada niat untuk loyal terhadap layanan *e-banking*, sedangkan untuk kasus di negara berkembang cenderung lebih terfokus kepada niat untuk menerima adopsi *e-banking*. Oleh karena itu, realitas perbedaan amatan di kedua negara tersebut secara tidak langsung berpengaruh terhadap temuan sejumlah hasil riset tentang adopsi *e-banking*. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa hasil riset tentang persepsian risiko semakin kompleks dan hal ini menarik untuk dikaji (Teoh, *et al.*, 2013; Rajaobelina, *et al.*, 2013).

Ketiga: perkembangan teori yang mendasari untuk menjawab persoalan tentang adopsi *e-banking*. Secara umum diyakini bahwa tidak ada satu teori yang paling benar karena ada perkembangan temuan baru yang memungkinkan suatu teori tergantikan oleh teori terbaru yang lebih relevan. Selain itu, semua teori memiliki kelebihan dan kekurangan untuk dapat menjawab perkembangan persoalan sesuai riset yang dilakukan. Oleh karena itu, semakin kompleks persoalan yang ada maka semakin dibutuhkan pendekatan teori yang paling bisa menjawab persoalan tersebut dan karenanya hal ini berpengaruh terhadap temuan berbagai hasil riset yang cenderung beragam. Fakta ini memperkuat argumen bahwa kajian tentang persepsian risiko adopsi *e-banking* cenderung semakin beragam dan berkembang (Singh dan Kaur, 2013).

Keempat: dualisme antara riset berbasis survei dan eksperimen untuk menjelaskan nilai penting adopsi *e-banking* juga berpengaruh terhadap inkonsistensi hasil dan keberagaman hasil riset terkait adopsi *e-banking*. Hal ini mengindikasikan bahwa kajian tentang adopsi *e-banking* akan terus berkembang dan tentu ini menjadi sangat menarik untuk dikaji yaitu tidak hanya terkait dengan komitmen memberikan kualitas layanan terbaik kepada nasabah tetapi juga komitmen untuk memandirikan nasabah di era *self-services technologies* karena *e-lifestyle* kini menjadi bagian fenomena *dot com*. Sinergi antara *e-lifestyle* dan *self-service technologies* adalah ancaman terhadap risiko, terutama yang terjadi untuk semua layanan berbasis *online* (Teoh, *et al.*, 2013; Rajaobelina, *et al.*, 2013; Singh dan Kaur, 2013).

Kelima: pemahaman tentang layanan berbasis *online* (modern) dan *offline* (tradisional) secara tidak langsung berpengaruh terhadap sikap dan kepercayaan (*trust*) terhadap model layanan itu sendiri sehingga berpengaruh terhadap persepsian risiko adopsi *e-banking*. Hal ini memberikan pemahaman bahwa layanan *online* tidak secara langsung bisa menggantikan layanan *offline* karena masing-masing memiliki segmen tersendiri. Oleh karena itu, model kedua layanan tersebut merupakan implementasi dari kedua tipe nasabah yaitu tipe *high touch* dan tipe *high tech* (Lee dan Allaway, 2002).

Mengacu keberagaman yang berpengaruh terhadap inkonsistensi dari hasil riset adopsi *e-banking* maka tujuan penulisan artikel ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang persepsian risiko adopsi *e-banking* dengan penekanan terhadap faktor sikap dan *trust*. Hal ini dilakukan dengan kajian pustaka dengan *me-review* sejumlah hasil riset empiris tentang adopsi *e-banking*. Oleh karena itu, pembahasan artikel ini belum menjawab hipotesa, tetapi pengajuan preposisi yang mengacu temuan sejumlah hasil riset empiris terkait persepsian risiko adopsi *e-banking*.

## 2. KAJIAN LITERATUR

### 2.1. Adopsi *E-banking*

Layanan perbankan dimaksudkan untuk dapat meningkatkan kepuasan kepada nasabah sehingga inovasi layanan, baik yang berbasis manual atau yang modern, termasuk juga *e-banking* menjadi komitmen bagi perbankan. Sebagai suatu bentuk layanan yang bersifat homogen maka adopsi teknologi perbankan cenderung tidak memiliki perbedaan sehingga semua bank memberikan layanan yang sama. Oleh karena itu, layanan berbasis *online*, misalnya ATM, *phone banking*, *sms banking* serta *e-banking* cenderung bersifat sama, baik yang diberikan bank pesero ataupun bank swasta.

*E-banking* menjadi bagian transaksi non-tunai yang saat ini cenderung semakin berkembang dan hal ini juga didukung dari regulasi *branchless banking*. Selain itu kesadaran terhadap layanan berbasis *online* dan fenomena *e-lifestyle* secara tidak

langsung juga berpengaruh terhadap intensitas adopsi *e-banking*. Faktor lain yang juga berpengaruh yaitu semakin murahnya tarif internet yang memungkinkan bagi semua orang untuk mengakses internet untuk mendukung bagi transaksi *realtime online* sehingga tidak ada lagi kendala ruang dan waktu.

Komitmen terhadap layanan *e-banking*, pemerintah juga mengeluarkan regulasi yaitu UU no. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagai payung hukum terhadap berbagai persoalan yang terkait transaksi berbasis *online*, termasuk juga layanan *e-banking*. Oleh karena itu, adopsi *e-banking* menjadi trend yang semakin berkembang, terutama di negara berkembang, termasuk Indonesia dan hal ini memberikan prospek terhadap layanan mandiri sebagai implementasi dari *technology-based self-services*.

Inovasi dari layanan *e-banking* secara tidak langsung adalah untuk menjawab tuntutan mobilitas individu yang cenderung semakin berkembang. Hal ini secara tidak langsung mengindikasikan bahwa layanan tradisional yang cenderung terkait dengan transaksi *face-to-face contact* lewat kantor cabang bank kini ditinggalkan sementara di sisi lain kebutuhan terhadap layanan perbankan berbasis *real time online* cenderung semakin meningkat. Oleh karena itu, inovasi layanan *e-banking* ke depan akan semakin berkembang disesuaikan dengan tuntutan dan tantangan yang muncul.

## 2.2. Risiko

Salah satu persoalan utama dari adopsi teknologi adalah risiko (Ozdemir, *et al.*, 2008). Oleh karena itu, hal ini harus diantisipasi - direduksi. Pemahaman tentang risiko tidak hanya dari bentuk *human error* tetapi juga *technical error*. Selain itu, dari kedua bentuk ancaman risiko itu masih juga dibedakan antara faktor internal dan eksternal. Realitas ini mengindikasikan ancaman risiko tidak bisa diabaikan, terutama terkait kepuasan layanan dan loyalitas. Urgensi terhadap ancaman risiko, maka regulasi transaksi elektronik diberlakukan, meskipun di sisi lain *cybercrime* juga cenderung terus berkembang seiring dengan celah-celah kejahatan yang ada di semua lini. Oleh karena itu, edukasi secara berkelanjutan kepada nasabah dan publik harus dilakukan terutama untuk mereduksi munculnya kejahatan berbasis *online*, termasuk dari layanan *e-banking*.

Inovasi teknologi yang meningkatkan keamanan transaksi berbasis *online* saat ini juga terus dikembangkan, tidak hanya di perbankan, tapi juga *e-commerce*. Hal ini mengindikasikan bahwa berbagai upaya telah dilakukan oleh otoritas terkait di bidang – sektor yang berkompeten untuk meningkatkan kualitas layanan kepada publik sebagai upaya untuk memacu kompetensi dan mereduksi semua ancaman risiko yang muncul. Begitu juga dengan perbankan di layanan *e-banking*, bahwa setiap celah yang rawan terhadap ancaman risiko telah diantisipasi, termasuk juga regulasi tentang *single password* atau *one time password* untuk setiap transaksi yang dilakukan nasabah ketika menggunakan *e-banking*.

Faktor lain yang juga menjadi perhatian serius perbankan yaitu edukasi kepada nasabah pada khususnya dan publik pada umumnya untuk tidak memberitahukan PIN atau identitas nasabah kepada siapapun, selain anjuran untuk secara rutin atau periodik mengganti PIN untuk layanan berbasis ATM. Hal ini adalah salah upaya untuk meningkatkan keamanan transaksi dan mereduksi risiko, terutama yang bisa dipicu *human error* dari faktor internal. Yang menarik meskipun edukasi tersebut telah dilakukan namun kejahatan dari layanan ATM juga masih terjadi. Realita ini

mengindikasikan bahwa ancaman kejahatan berbasis transaksi *online* tidak dapat diremehkan karena risikonya adalah kehilangan uang dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan perbankan.

Fakta lain yang juga tidak bisa diabaikan adalah munculnya kejahatan melalui *website* perbankan. *Phising* merupakan salah satu bentuk ancaman kejahatan yang saat ini menjadi perhatian serius. Hal ini terjadi karena nasabah atau publik yang tidak jeli melihat tampilan resmi *website* perbankan akan sangat mudah terkecoh sehingga *username* dan *password* bisa diidentifikasi oleh pihak-pihak yang berniat jahat terhadap layanan perbankan. Selain itu, ancaman *hacker - cracker* kini juga tidak bisa dianggap remeh dan karenanya perbankan harus bekerjasama dengan pihak terkait untuk meminimalisasi semua bentuk kejahatan transaksi *online*.

Urgensi pemahaman tentang risiko maka identifikasi beberapa jenis risiko bagi peningkatan kualitas layanan *e-banking* adalah sangat penting. Chen (2013) secara eksplisit memetakan 5 risiko yang perlu diwaspadai dalam adopsi *e-banking* untuk mereduksi risiko yaitu : *financial risk*, *performance risk*, *time risk*, *psychological risk*, dan *privacy risk*, juga ada *social risk* dan *security risk* (Zhao, Hanmer-Lloyd, Ward, dan Goode, 2008). Penjelasan masing-masing adalah sebagai berikut :

Pertama : *financial risk*. Faktor risiko utama dari adopsi *e-banking* yaitu kasus ancaman terjadinya risiko kehilangan uang jika misalnya salah kirim rekening dan atau akibat kesalahan lainnya. Hal ini bisa terjadi akibat *human error* atau faktor *technical error*, termasuk juga munculnya kejahatan di dunia maya untuk mencari keuntungan secara pribadi (Chen, 2013; Akturan dan Tezcan, 2012; Zhao, *et al.*, 2008; Hirunyawipada dan Paswan, 2006; Littler dan Melanthiou, 2006). Fakta ini secara tidak langsung mengindikasikan ancaman terhadap *financial risk* menjadi persoalan serius dari adopsi *e-banking* sehingga ini menjadi kendala utama adopsi *e-banking* karena berpengaruh terhadap persepsian risiko secara umum. Terkait ini maka preposisi yang pertama adalah :

$P_1 = \text{Financial risk berpengaruh positif terhadap Perceived Risk}$

Kedua : *performance risk*. Pemahaman tentang faktor *performance risk* pada dasarnya tidak bisa terlepas dari sistem jejaring yang dibangun perbankan melalui layanan berbasis *online* untuk meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah. Sistem ini terkait dengan kecepatan akses, keamanan dan kemudahan. Layanan berbasis *realtime online* di era internet tidak bisa menjamin seratus persen karena adanya faktor ketidakpastian, baik dari sistem atau kemungkinan negatif lainnya. Hal ini menegaskan bahwa *performance risk* adalah salah satu faktor penting yang perlu untuk dicermati terkait persepsian tentang risiko secara umum (Chen, 2013; Akturan dan Tezcan, 2012; Alda's-Manzano, Lassala-Navarre', Ruiz-Mafe', dan Sanz-Blas, 2009; Zhao, *et al.*, 2008; Gan, Clemes, Limsombunchai, dan Weng, 2006; Hirunyawipada dan Paswan, 2006; Littler dan Melanthiou, 2006; Gerrard dan Cunningham, 2003). Oleh karena itu, preposisi yang kedua yaitu :

$P_2 = \text{Performance risk berpengaruh positif terhadap Perceived Risk}$

Ketiga : *time risk*. Adopsi teknologi tidak bisa secara langsung diterima karena masing-masing individu memiliki pemahaman dan persepsian tentang risiko yang berbeda. Oleh karena itu sebelum menerima adopsi maka individu perlu membaca dan

mempelajari semua prosedural yang berlaku. Bahkan, implementasi setelah mempelajari juga perlu pemahaman lebih lanjut untuk menghindari dan mereduksi semua risiko yang mungkin terjadi. Realitas ini secara tidak langsung berpengaruh terhadap risiko waktu sehingga di satu sisi adopsi *e-banking* membutuhkan suatu kecermatan tapi di sisi lain ada kebutuhan untuk menghabiskan waktu sebelum ia menerima *e-banking* (Chen, 2013; Akturan dan Tezcan, 2012; Alda´s-Manzano, *et al.*, 2009; Zhao, *et al.*, 2008; Gan, *et al.*, 2006; Hirunyawipada dan Paswan, 2006; Littler dan Melanthiou, 2006). Hal ini mengindikasikan bahwa *time risk* memicu konsekuensi terhadap persepsian umum tentang risiko sehingga preposisi yang ketiga adalah :

*P<sub>3</sub> = Time risk berpengaruh positif terhadap Perceived Risk*

Empat : *psychological risk*. Aspek psikologis merupakan faktor penting yang tidak bisa diabaikan dalam riset keperilakuan sedangkan adopsi teknologi dalam kasus *e-banking* terkait dengan persepsian keyakinan dan sikap. Oleh karena itu, aspek psikologis menjadi salah satu persoalan serius dalam pemahaman tentang persepsian risiko dalam adopsi *e-banking* karena bisa saja hal ini menimbulkan frustrasi, depresi atau merasa bersalah jika terjadi sesuatu (Chen, 2013; Zhao, *et al.*, 2008; Hirunyawipada dan Paswan, 2006; Littler dan Melanthiou, 2006). Hal ini mengindikasikan bahwa kondisi risiko psikologis adalah salah satu komponen yang harus diwaspadai pada kasus persepsian risiko dalam adopsi *e-banking*. Oleh karena itu, preposisi keempat adalah :

*P<sub>4</sub> = Psychological risk berpengaruh positif terhadap Perceived Risk*

Kelima : *privacy risk*. Era *online* yang didukung teknologi berbasis layanan mandiri atau *self-service technologies* memungkinkan transaksi dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa mengenal jeda ruang dan waktu. Meskipun demikian, di sisi lain ancaman terhadap privasi tidak bisa diabaikan karena dunia *online* tetap rawan terhadap penyusupan untuk mendapatkan akses data pribadi, pin dan juga *password* (Chen, 2013; Alda´s-Manzano, *et al.*, 2009; Zhao, *et al.*, 2008; Gan, *et al.*, 2006; Littler dan Melanthiou, 2006; Pikkarainen, Pikkarainen, Karjaluoto, dan Pahnla, 2004; Gerrard dan Cunningham, 2003). Realita ini secara tidak langsung menegaskan pemahaman tentang privasi harus menjadi perhatian serius karena ancamannya adalah data nasabah dan di sisi lain ada regulasi tentang kerahasiaan perbankan terhadap data nasabah. Oleh karena itu, persoalan privasi menjadi salah satu aspek penting dalam persepsian risiko secara umum dan karenanya preposisi kelima adalah :

*P<sub>5</sub> = Privacy risk berpengaruh positif terhadap Perceived Risk*

Keenam : *security risk*. Persoalan tentang keamanan merupakan salah satu hal yang penting dari semua bentuk adopsi teknologi, terutama yang berbasis interaksi *online*, termasuk juga dalam kasus adopsi *e-banking* (Zhao, *et al.*, 2008). Fakta ini memberikan gambaran bahwa pengamanan berlapis untuk meningkatkan kualitas keamanan dan kenyamanan transaksi *e-banking* menjadi sangat penting. Artinya, prosedural *one time password* dan atau *single password* merupakan salah satu cara untuk mereduksi ancaman keamanan dari layanan *e-banking*. Meski regulasi telah dibuat dan pengamanan berlapis telah dilakukan, namun ancaman dari model adopsi *e-banking* tetap saja ada dan karenanya persoalan ini menjadi salah satu hal penting dari kasus persepsian umum tentang risiko (Teoh, *et al.*, 2013; Alda´s-Manzano, *et al.*, 2009; Cheng, Lama, dan Yeung, 2006; Flavian dan Guinaliu, 2006; Gerrard dan Cunningham, 2003). Oleh karena itu, preposisi keenam yaitu :

$P_6 = \text{Security risk berpengaruh positif terhadap Perceived Risk}$

Ketujuh : *social risk*. Pemahaman tentang *social risk* terkait dengan fenomena sosial yaitu *e-lifesytle* ketika *branchless banking* diberlakukan dan *e-money* serta *self-service technologies* menjadi bagian dari rutinitas kehidupan. Oleh karena itu, ketika fenomena ini berpengaruh terhadap perilaku sosial individu sehingga dapat berpengaruh terhadap risiko sosial jika tidak melakukannya (Alda's-Manzano, *et al.*, 2009; Zhao, *et al.*, 2008; Gan, *et al.*, 2006; Hirunyawipada dan Paswan, 2006). Hal ini mengindikasikan risiko sosial telah menjadi bagian persepsian umum di era adopsi *e-banking* dan karenanya preposisi ketujuh adalah :

$P_7 = \text{Social risk berpengaruh positif terhadap Perceived Risk}$

### 2.3. Sikap

Riset keperilakuan dari kasus persepsian adopsi *e-banking* terkait dengan sikap individu yaitu apakah menerima atau menolak adopsi *e-banking*. Sikap positif dari individu akan berpengaruh terhadap niat adopsi *e-banking* dan sebaliknya sikap negatif individu akan menolak adopsi *e-banking*. Oleh karena itu, perlu dibangun stimulus agar sikap positif individu terbentuk sehingga berpengaruh positif untuk menerima adopsi *e-banking*. Meski demikian, harus dipahami bahwa sikap dapat terbangun dari beberapa faktor, baik dari internal atau eksternal. Selain itu, sikap individu juga terbentuk melalui proses pencarian informasi karena pada dasarnya sikap adalah hasil dari proses evaluasi terhadap kebutuhan untuk melakukan suatu tindakan dari pilihan berbagai alternatif (Akturan dan Tezcan, 2012; Gan, *et al.*, 2006).

Sikap individu, baik yang positif atau negatif pada dasarnya terdiri dari proses evaluasi sebelum (pra) dan setelah (pasca). Proses yang terjadi sebelum membuat suatu keputusan terhadap sikap merupakan *problem recognition* yang didukung dengan pencarian informasi yang benar dan dari sumber yang benar. Oleh karena itu, proses ini dapat dibedakan menjadi dua aspek yaitu individu yang termotivasi maka akan mencari informasi sebanyak mungkin dan sekaligus menyeleksi semua informasi tersebut sehingga dapat membangun sikap positif individu, sementara di sisi lain individu yang tidak termotivasi atau motivasi rendah tidak akan berusaha melakukan pencarian informasi sehingga terbentuk sikap negatif dan karenanya tidak menerima adopsi. Proses yang terjadi pasca membuat keputusan berdampak positif terhadap sikap yaitu menerima adopsi dan hal ini menjadi testimoni untuk menyampaikan informasi atau *word-of-mouth*.

Urgensi terhadap sikap individu dalam kasus adopsi *e-banking* maka transaksi *no face-to-face contact* sangat rawan terhadap sikap positif individu. Oleh karena itu, ancaman risiko adopsi *e-banking* berpengaruh negatif terhadap sikap individu dan hal didukung oleh sejumlah riset sehingga perlu antisipasi untuk mengurangi ancaman risiko (Chen, 2014; Akturan dan Tezcan, 2012; Zhao, *et al.*, 2008; Gan, *et al.*, 2006; Lee, Kwon, dan Schumann, 2005). Ancaman terhadap sinergi antara risiko dan sikap positif individu secara tidak langsung mengindikasikan bahwa risiko selalu ada, meskipun di sisi lain perlu untuk direduksi sehingga preposisi kedelapan adalah :

$P_8 = \text{Perceived Risk berpengaruh negatif terhadap Attitude}$

## 2.4. Trust

Faktor penting dari adopsi teknologi, termasuk kasus adopsi *e-banking* adalah *trust* karena terkait dengan interaksi antara konsumen vs produsen dan interaksi konsumen vs konsumen. Oleh karena itu, orientasi untuk membangun hubungan jangka panjang atau loyalitas maka harus menciptakan *trust*. Hal ini menegaskan keberhasilan adopsi *e-banking* secara tidak langsung harus terbentuk dari *trust* sedari awal dan di sisi lain bahwa *trust* juga harus terbentuk melalui keyakinan dan juga sikap positif individu (Rajaobelina, *et al.*, 2013; Teoh, *et al.*, 2013; Chen dan Barnes, 2007; Flavian dan Guinaliu, 2006; Harridge-March, 2006).

*Trust* dalam kasus adopsi *e-banking* tidak hanya terbentuk dari regulasi yang dapat melindungi kepentingan nasabah tetapi juga penyelesaian kasus-kasus yang terjadi dari penggunaan *e-banking*. Oleh karena itu, keyakinan yang terbentuk dari individu terhadap *trust* juga dipengaruhi oleh komitmen perbankan untuk mampu mereduksi semua ancaman risiko sehingga hal ini menegaskan bahwa edukasi ke depan menjadi penting karena tidak hanya dapat mereduksi ancaman dari faktor *human error* tapi juga *technical error*. Hal ini menunjukkan bahwa problem *trust* bisa menjadi persoalan serius untuk dapat mempengaruhi nasabah berniat beralih menggunakan layanan *e-banking* dibanding layanan tradisional yang masih *face-to-face contact* dengan kantor cabang perbankan (Harridge-March, 2006).

Urgensi membangun *trust* secara tidak langsung menunjukkan adanya interaksi hasil riset antara *trust* dan risiko sehingga semakin tinggi risiko yang terjadi maka dapat berpengaruh terhadap rendahnya *trust*, begitu juga sebaliknya. Meski risiko dan *trust* saling terkait tapi masih sedikit riset yang mengidentifikasi faktor risiko dari kasus adopsi *e-banking* (Littler dan Melanthiou, 2006). Oleh karena itu, kunci untuk membangun *trust* adalah mereduksi persepsi tentang risiko dan karenanya preposisi kesembilan adalah :

$P_9 = \text{Perceived Risk berpengaruh negatif terhadap sikap Trust}$

## 2.5. Riset Keperilakuan

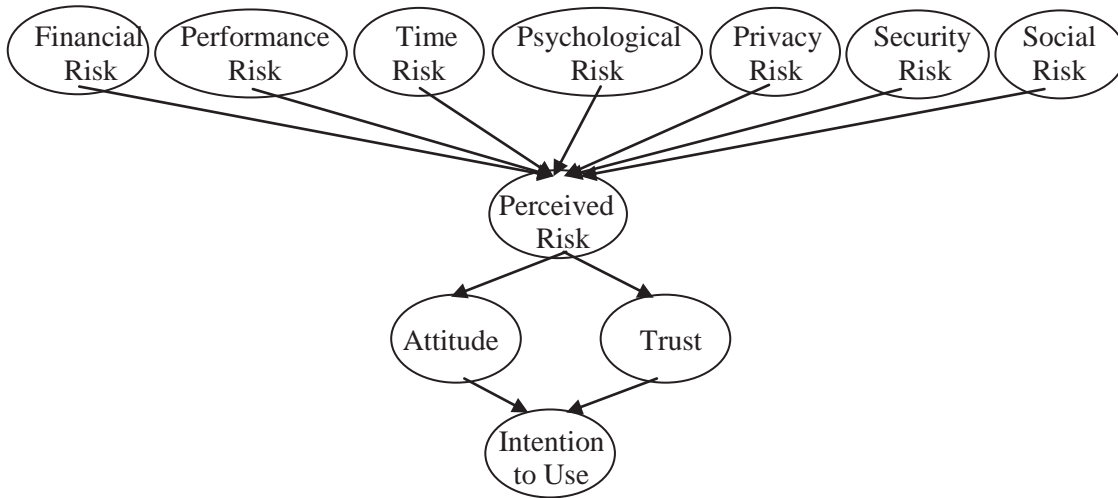
Keberagaman riset adopsi *e-banking* menunjukkan bahwa riset keperilakuan di era *online* menjadi sangat menarik yaitu tidak saja dari aspek faktor, tapi juga dari identifikasi persoalan yang berkembang. Selain itu, pemetaan persoalan kasus di negara berkembang vs negara industri maju juga kian menarik menjadi perdebatan karena adanya perbedaan antara fokus riset niat adopsi vs niat loyal. Hal ini secara tidak langsung memberikan gambaran bahwa riset keperilakuan kasus adopsi di negara berkembang vs negara industri maju memiliki fokus kajian yang berbeda dan identifikasi untuk kajian lebih lanjut menjadi menarik (Teoh, *et al.*, 2013; Akturan dan Tezcan, 2012).

Hasil riset menegaskan bahwa hubungan antara sikap dan niat merupakan salah satu konsistensi hasil dalam riset keperilakuan, termasuk juga dalam kasus adopsi *e-banking*. Konsistensi ini memberikan gambaran bahwa pengaruh positif tersebut mendukung teori tentang keperilakuan ketika individu harus bersikap untuk dapat memilih sebelum melakukan suatu tindakan (teori kognitif). Hal ini juga didukung fakta bahwa *trust* menjadi dasar pertimbangan sebelum individu bertindak karena berpengaruh terhadap keyakinan (Flavian dan Guinaliu, 2006; Harridge-March, 2006).

Urgensi pemetaan fokus riset dan pembahasan identifikasi faktor diatas maka kajian tentang niat adopsi *e-banking* untuk kasus di negara berkembang terdeteksi pada faktor sikap dan *trust*. Temuan ini menegaskan bahwa semakin positif sikap individu maka akan berpengaruh positif terhadap niat adopsi *e-banking*, begitu juga sebaliknya ketika sikap individu tidak memberikan respons positif maka hal ini tidak akan berpengaruh positif terhadap niat adopsi *e-banking*. Selain itu, *trust* yang semakin kuat dari individu berpengaruh positif terhadap niat adopsi, begitu juga sebaliknya jika tidak ada *trust* maka berpengaruh negatif terhadap niat adopsi *e-banking*. Oleh karena itu, preposisi yang dibangun adalah :

- $P_{10}$  = Attitude berpengaruh positif terhadap Intention to Use
- $P_{11}$  = Trust berpengaruh positif terhadap Intention to Use

Problem adopsi teknologi, termasuk juga dalam kasus adopsi *e-banking* secara tidak langsung memberikan pemahaman bahwa individu dihadapkan pilihan yang harus mengacu pertimbangan makro, misalnya aspek kemudahan, aspek privasi, aspek keamanan dan juga aspek risiko. Oleh karena itu, tidak mudah untuk dapat menerima adopsi teknologi dan karenanya proses edukasi untuk memberikan rasa jaminan kepada nasabah pada khususnya dan publik pada umumnya akan dapat mereduksi sejumlah kendala adopsi teknologi. Terkait hal ini dan mengacu kajian pembahasan diatas maka model riset yang dikembangkan adalah sebagai berikut :



Gambar 1 Model pengembangan riset adopsi e-banking

### 3. KESIMPULAN

Adopsi *e-banking* merupakan salah satu layanan yang memberikan kemudahan untuk nasabah berbasis *realtime online*. Di satu sisi, faktor risiko juga menjadi pertimbangan bagi nasabah untuk menerima adopsi *e-banking* dan di sisi lain risiko yang dapat direduksi bisa meningkatkan trust sehingga berpengaruh terhadap niat adopsi *e-banking*. Identifikasi dari hasil riset empiris mengindikasikan adanya sejumlah risiko yang perlu dicermati untuk bisa meningkatkan *trust* dan sikap positif individu.

Riset keperilakuan menegaskan bahwa konsistensi hubungan antara sikap – *trust* dan niat menjadi faktor penting dalam kasus adopsi teknologi, termasuk juga pada kasus adopsi *e-banking*.



Hal ini menunjukkan bahwa stimulus yang dapat meningkatkan *trust* dan sikap positif individu sangat penting untuk mendukung niat adopsi *e-banking*. Oleh karena itu, identifikasi faktor risiko dan komitmen membangun *trust* harus dikembangkan perbankan agar layanan *e-banking* yang memberikan kemudahan bagi nasabah bisa diterima. Hal ini penting karena *e-banking* sebagai bentuk layanan modern berbasis *realtime online* ternyata tidak sekaligus mampu menggantikan layanan tradisional atau *offline* melalui transaksi di kantor cabang bank. Fenomena ini terjadi karena ada dua tipe nasabah yaitu tipe *high tech* dan *high touch* yang masing-masing memiliki karakteristik yang berbeda sehingga masing-masing memerlukan pendekatan strategik yang berbeda pula.

## REFERENSI

- Akturan, U. dan Tezcan, N. (2012). Mobile banking adoption of the youth market: Perceptions and intentions. *Marketing Intelligence & Planning*. 30 (4): 444-459.
- Alda's-Manzano, J., Lassala-Navarre', C., Ruiz-Mafe', C., dan Sanz-Blas, S. (2009). The role of consumer innovativeness and perceived risk in online banking usage. *International Journal of Bank Marketing*. 27 (1): 53-75.
- Chen, C.S. (2013). Perceived risk, usage frequency of mobile banking services. *Managing Service Quality*. 23 (5): 410-436.
- Chen, Y.H dan Barnes, S. (2007). Initial trust and online buyer behaviour. *Industrial Management & Data Systems*. 107 (1): 21-36.
- Cheng, T., Lama, D., dan Yeung, A. (2006). Adoption of internet banking: An empirical study in Hong Kong. *Decision Support Systems*. 42 (3): 1558-15572.
- Flavian, C. dan Guinaliu, M. (2006). Consumer trust, perceived security and privacy policy: three basic elements of loyalty to a web site. *Industrial Management & Data Systems*. 106 (5): 601-620.
- Gan, C., Clemes, M., Limsombunchai, V., dan Weng, A. (2006). A logit analysis of electronic banking in New Zealand. *International Journal of Bank Marketing*. 24 (6): 360-383.
- Gerrard, P. dan Cunningham, J.B. (2003). The diffusion of internet banking among Singapore consumers. *International Journal of Bank Marketing*. 21 (1): 16-28.
- Harridge-March, S. (2006). Can the building of trust overcome consumer perceived risk online? *Marketing Intelligence & Planning*. 24 (7): 746-761.
- Hirunyawipada, T dan Paswan, A.K. (2006). Consumer innovativeness and perceived risk: Implications for high technology product adoption. *Journal of Consumer Marketing*. 23 (4): 182-198.
- Lee, J. dan Allaway, A. (2002). Effects of personal control on adoption of self-service technology innovations. *Journal of Services Marketing*. 16 (6): 553-572.
- Lee, E.J., Kwon, K.N., dan Schumann, D.W. (2005). Segmenting the non-adopter category in the diffusion of internet banking. *International Journal of Bank Marketing*. 23 (5): 414-437.
- Littler, D. dan Melanthiou, D. (2006). Consumer perceptions of risk and uncertainty and the implications for behaviour towards innovative retail services: The case of internet banking. *Journal of Retailing Consumer Service*. 13 (6): 431-443.
- Ozdemir, S., Trott, P., dan Hoecht, A. (2008). Segmenting internet banking adopter and non-adopters in the Turkish retail banking sector. *International Journal of Bank Marketing*. 26 (4): 212-236.
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H., dan Pahnla, S. (2004). Consumer acceptance of online banking: An extension of the technology acceptance model. *Internet Research*. 14 (3): 224-235.
- Rajaobelina, L., Brun, I., dan Toufaily, E. (2013). A relational classification of online banking customers. *International Journal of Bank Marketing*. 31 (3): 187-205.

- Singh, J. dan Kaur, P. (2013). Customers' attitude towards technology based services provided by select Indian banks Empirical analysis. *International Journal of Commerce and Management*. 23 (1): 56-68.
- Teoh, W.M., Chong, S.C., Lin, B., dan Chua, J.W. (2013). Factors affecting consumers' perception of electronic payment: An empirical analysis. *Internet Research*. 23 (4): 465-485.
- Zhao, A.L., Hanmer-Lloyd, S., Ward, P., dan Goode, M.M.H. (2008). Perceived risk and Chinese consumers' internet banking services adoption. *International Journal of Bank Marketing*. 26 (7): 505-525.