



ANALISIS PENDEKATAN KUALITATIF PENERIMAAN KONSUMEN TERHADAP IMPLEMENTASI/ADOPSI TEKNOLOGI INFORMASI LAYANAN FINANSIAL MELALUI INTERNET

Oleh : Karen Tania Puspaningrum 5211100166

Dosen Pembimbing : Dr. Apol Pribadi Subriadi S.T., M.T.

**Sidang Tugas Akhir
Jurusan Sistem Informasi FTIf, Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya, 30 Juni 2015**

Outline



○ Pendahuluan

○ Tinjauan Pustaka

○ Metodologi Penelitian

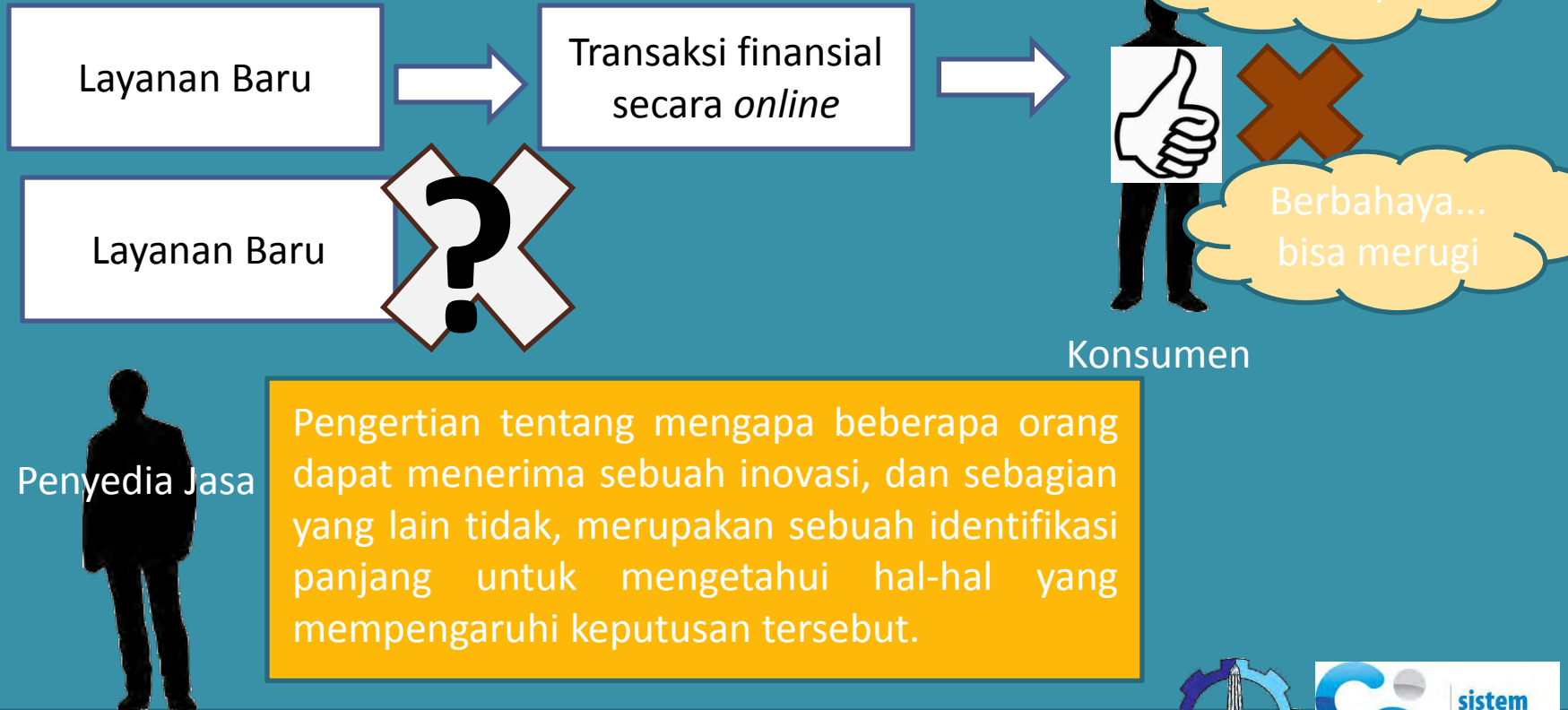
○ Hasil & Pembahasan

○ Kesimpulan & Saran

○ Daftar Pustaka

Pendahuluan

Latar Belakang



Pendahuluan

Rumusan Masalah



1. Apakah sebuah inovasi layanan Finansial melalui internet ini dapat diterima oleh konsumen ?
2. Apakah pengaruh dari faktor penerimaan yaitu :
 - 2a. Apakah pengaruh keuntungan relative untuk penerimaan terhadap inovasi produk dalam bidang layanan financial melalui internet?
 - 2b. Apakah pengaruh compatibilitas untuk penerimaan terhadap inovasi produk dalam bidang layanan financial melalui internet?
 - 2c. Apakah pengaruh trialability untuk penerimaan terhadap inovasi produk dalam bidang layanan financial melalui internet?
 - 2d. Apakah pengaruh observability untuk penerimaan terhadap inovasi produk dalam bidang layanan financial melalui internet?
 - 2e. Apakah pengaruh complexity untuk penerimaan terhadap inovasi produk dalam bidang layanan financial melalui internet?
3. Apakah karakteristik para adopter dapat mempengaruhi penerimaan inovasi baru?

Pendahuluan

Batasan Masalah



sistem
informasi
fakultas teknologi
informasi

Batasan permasalahan dalam tugas akhir ini adalah penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif pada sebuah institusi sebagai objek penelitian. Dengan konsumen objek penelitian pada sebuah institusi maka akan dibutuhkan penyesuaian seperlunya untuk diimplementasikan di institusi ataupun perusahaan lainnya.

Pendahuluan

Tujuan



- Mengetahui sebuah inovasi layanan finansial melalui internet dapat diterima oleh konsumen.
- Mengetahui adanya pengaruh dari faktor penerimaan yaitu :
 - Pengaruh keuntungan relatif untuk penerimaan terhadap inovasi produk dalam bidang layanan finansial melalui internet
 - Pengaruh *compatibility* untuk penerimaan terhadap inovasi produk dalam bidang layanan finansial melalui internet
 - Pengaruh *trialability* untuk penerimaan terhadap inovasi produk dalam bidang layanan finansial melalui internet
 - Pengaruh *observability* untuk penerimaan terhadap inovasi produk dalam bidang layanan finansial melalui internet
 - Pengaruh *complexity* untuk penerimaan terhadap inovasi produk dalam bidang layanan finansial melalui internet
- Mengetahui karakteristik para adopter yang dapat mempengaruhi sebuah penerimaan baru

Pendahuluan

Manfaat



sistem
informasi
fakultas teknologi
informasi

- Memberikan gambaran dari kondisi nyata mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penerimaan seseorang terhadap sebuah layanan baru.
- Mengkaji ulang kemampuan aplikasi dari model Rogers (1962) dalam hal layanan internet finansial .

Tinjauan Pustaka

Penelitian Sebelumnya



1

The Adoption of Internet Financial Services: A Qualitative Study

Oleh: Nancy Jo Black, Andy Lockett, Heidi Winklhofer, Christine Ennew

2

Consumers' Adoption of Information Services

Oleh: Brad McKenna, Tuure Tuunanen, Lesley Gardner

3

The Impact of Trust and Changes in Trust : A National Comparison of Individual Adoptions of Information and Communication Technologies and Related Phenomenon

Oleh: Peeter Kirs, Kallol Bagchi

4

Exploring Regional Differences in Chinese Consumer Acceptance of New Mobile Technology: A Qualitative Study

Oleh: Jinzhu Song, Judy C.Drennan, Lynda M.Andrews

5

Understanding The Internet Banking Adoption: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology and Perceived Risk Application

6

Keterkaitan Budaya BAPAKISM dan
Kematangan Manajemen Portofolio Teknologi
Informasi Terhadap Kinerja Perusahaan

Tinjauan Pustaka

Dasar Teori



Adopsi merupakan suatu proses mental atau perubahan perilaku baik yang berupa pengetahuan (*cognitive*), sikap (*affective*), maupun keterampilan (*psycomotor*) pada diri seseorang sejak ia mengenal inovasi (Rogers and Shoemaker, 1971). Proses adopsi inovasi merupakan proses kejiwaan/mental yang terjadi pada saat menghadapi suatu inovasi, dimana terjadi proses penerapan suatu ide baru sejak diketahui atau didengar sampai diterapkannya ide baru tersebut.

Berdasarkan penjelasan tersebut, terlihat bahwa proses adopsi didahului oleh pengenalan suatu inovasi (introduksi) kepada masyarakat, selanjutnya terjadi proses mental untuk menerima atau menolak inovasi tersebut. Jika hasil dari proses mental tersebut adalah keputusan untuk menerima suatu inovasi maka terjadilah adopsi. Proses adopsi melalui beberapa tahapan yaitu kesadaran (*awareness*), perhatian (*interest*), penaksiran (*evaluation*), percobaan (*trial*), adopsi dan konfirmasi (Mundy, 2000).

Tinjauan Pustaka

Dasar Teori



Penelitian kualitatif berusaha menjelaskan fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang kerangka pelaku atau subjek penelitian. Makna tentang obyek yang diamati dalam penelitian kualitatif dibawa oleh para informan kepada peneliti. Menurut pendapat Thomas R. Lindlof (1995) perbedaan pokok penelitian kualitatif dengan kuantitatif bahwa dalam penelitian kualitatif seorang peneliti memelihara bentuk dan isi dari tindakan atau perilaku informan untuk menganalisis kualitas informasinya, dari pada dijadikan ke dalam matematika dan transformasi formal lainnya.

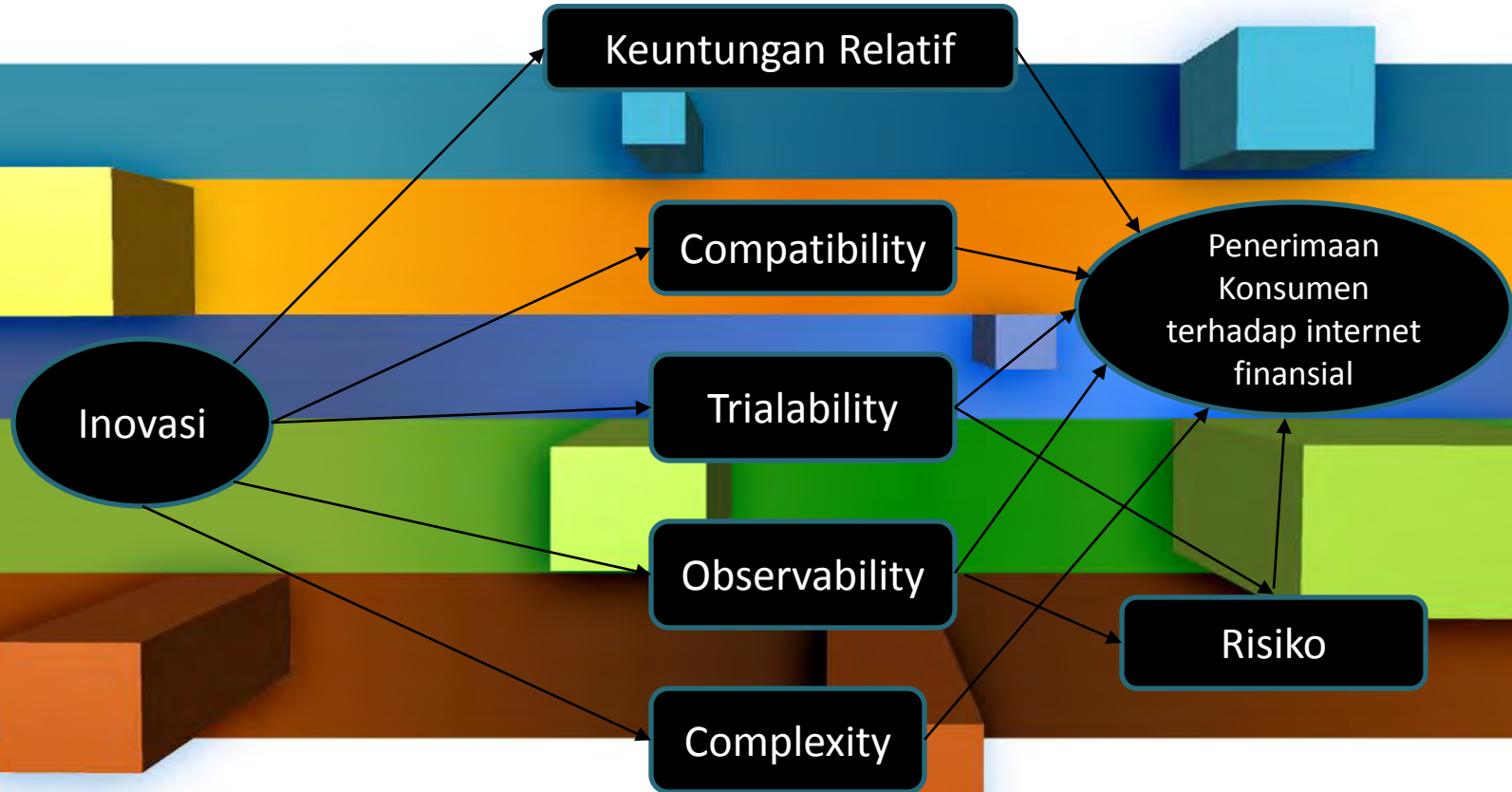
Metodologi Penelitian



sistem
informasi
fakultas teknologi
informasi



Teori Rogers (1962) dan Baeur (1960)



Hasil dan Pembahasan (Hasil Wawancara) Keuntungan Relatif



“Misalnya waktu yang saya butuhkan mejadi lebih efektif dan efisien serta menghemat waktu. Pembayaran hanya dengan satu kali klik, sehingga lebih cepat daripada harus membeli langsung.”
Wcr.inf02.S2.Ssl.stat05

“Saya mendapatkan keuntungan karena untuk aplikasi pembelian saham tersebut, kita bisa mengakses dimana saja.”
Wcr.inf01.S1.Slq.stat03

“Rasanya kalau lewat internet itu nggak perlu mengeluarkan tenaga yang banyak. Jadi hanya tinggal mencari koneksi internet saja sudah bisa mengerjakan segala hal.” **Wcr.inf01.S4.MTn.stat03**

“Sebenarnya saya sudah pikirkan tapi saya lebih suka jika berbelanja atau bertaransaksi itu melihat dan memegang barangnya langsung. Saya takut kalau nanti udah dibayar barangnya tidak sesuai dengan yang saya inginkan.” **Wcr.inf02.S3.Drs.stat03**



Compatibility

“Selama ini belum pernah, tapi akan terjadi beberapa hal jika tidak membaca ketentuan.” Wcr.inf04.S2.Lmn.stat07

“Kalau untuk tv kabel saya dari awal lebih memilih untuk membayar melalui internet karena lebih mudah.” Wcr.inf03.S2.Ras.stat07

“Selama ini sih belum pernah. Pernahnya hanya kena error aplikasi yang digunakan yaitu data tidak dapat ditampilkan. Hanya itu.” Wcr.inf01.S1.Slq.stat14

“Kalau saya hampir tidak pernah. Pernahnya hanya uang tidak keluar karena mereka kan pakai rollback jadi kalau tahapnya belum tercapai maka mereka akan mengulang lagi dari awal.” Wcr.inf01.S2.Tds.stat08

“Waktu itu saya mau membeli tiket kereta api lewat website resminya. Pada saat saya sudah melakukan booking, tiba-tiba websitenya tidak jalan dan pada saat saya coba lagi, saya kembali ke halaman booking tadi dan saya coba lakukan lagi. Pada saat saya lakukan langkah selanjutnya, ternyata saya melakukan dua kali pemesanan. Tidak sampai tahap pembayaran sih tapi tetap saja itu membuat saya panik.” Wcr.inf02.S4.MTn.stat06

“Kalau saya sih menggunakan internet hanya untuk mengecek seperti contoh mengecek tiket kereta api apakah masih ada. Tapi untuk melakukan transaksi pembelian saya lebih suka langsung mendatangi minimarket yang membantu penjualan tiket kereta.” Wcr.inf03.S3.Eum.stat06

“Saya hanya akan melakukan dimana saya merasa jalur tersebut aman. Kalau misalnya seperti modem handphone, saya tidak akan lakukan. Di Indonesia saya masih merasa tidka aman untuk melakukan kegiatan tersebut. Karena saya paham sekali ditengah-tengah aktifitas tersebut bisa saja ada orang yang melakukan penghadangan paket data. Karena sekuritas yang dilakukan oleh pihak bank masih dirasa kurang karena saya sendiri masih bisa untuk melakukannya.” Wcr.inf01.S3.Bcy.stat09

Hasil dan Pembahasan

Complexity



“Jika hanya belanja online sih masih mudah digunakan, akan tetapi kalau seperti transfer antar bank agak susah karena harus melalui banyak tahap dan kalau tidak hati-hati bisa salah.”

Wcr.inf04.S2.Lmn.stat11

“Sejauh ini masih mudah digunakan. Akan tetapi, ada yang susah juga. Contohnya harus konfirmasi dulu atau harus punya kartu kredit dulu.” **Wcr.inf02.S2.Ssl.stat11**

“Sampai saat ini aplikasi Mandiri Sekuritas yang sering saya gunakan sangat mudah karena bisa diakses melalui mobile dimana saja dan kapan saja.” **Wcr.inf01.S1.Slq.stat02**

“Transaksi yang saya lakukan sebenarnya tidak sulit. Akan tetapi yang berpotensi untuk menjadi risiko adalah penjualnya. Terkadang terdapat provider (penjual) online yang melakukan tindakan merugikan.” **Wcr.inf01.S2.Tds.stat10**

“Ya mau sih, Cuma masih ragu buat menggunakan. Apalagi jaringan internet di Indonesia masih tidak stabil. Jadi takut kalau tiba-tiba internet mati pada saat saya masih melakukan transaksi.”

Wcr.inf02.S3.Drs.stat06

“Iya jadi ada beberapa tahapan kan kalau mau melakukan transaksi lewat internet itu. Nah terkadang kita itu sebenarnya tidak mengerti maksudnya apa tapi karena ada di tahapan-tahapan jadinya ya kita langsung aja mengikuti.” **Wcr.inf01.S4.MTn.stat07**

“Kalau tidak hati-hati bisa salah dalam melakukan transaksi melalui internet. Tapi untungnya selama ini, saya masih bisa mengikuti tahapan-tahapan yang ada dan ternyata yang saya lakukan itu masih benar.” **Wcr.inf02.S4.Jsa.stat07**

Hasil dan Pembahasan

Observability



“Ya gimana ya karena sudah banyak membantu selama saya menggunakan sih. Dan belum ada pengalaman buruk yang benar-benar saya alami sehingga saya masih merasakan lebih mudah menggunakan internet.” **Wcr.inf02.S2.Ssl.stat03**

“Seperti yang sudah saya ceritakan tadi karena uang saya bisa kembali lagi pada permasalahan e-cash tadi jadi saya masih merasa lebih mudah dan menguntungkan bagi saya karena saya bisa mendapatkan diskon-diskon dan potongan harga yang lumayan.” **Wcr.inf03.S2.Rsa.stat07**

“Karena hanya pernah gagal dalam menampilkan data, jadi saya rasa masih banyak keuntungannya. Logikanya sih selama ini kita untung. Sebenarnya di dalam dunia saham itu tidak ada rugi kalau tidak kita jual. Yang ada hanyalah potential lost (potensi rugi). Tapi kalau tidak kita lakukan transaksi ya kita tidak rugi.” **Wcr.inf01.S1.Slq.stat12**

“Selama ini saya nggak pernah mengalami risiko yang berat. Hanya kasus uang tidak keluar itu saja, akan tetapi kan mereka melakukan rollback. Selain itu ada pengalaman ketika saya tidak jadi mengikuti training international saya harus menunggu cashback yang lama yaitu 3 bulan, padahal batas cashback seharusnya hanya dua minggu. Tapi saya tetap mau menggunakan transaksi online karena pada kasus tersebut uang saya tetap kembali.” **Wcr.inf01.S2.Tds.stat08**

“Daripada perasaan saya selalu was-was dalam melakukan transaksi melalui internet dan tidak percaya, jadi lebih baik saya melakukan transaksi langsung saja. Lebih nyata dan terlihat hasilnya.” **Wcr.inf02.S3.Ssl.stat08**

“Saya bukannya was-was akan tetapi hanya kembali kepada kebiasaan saya yang masih senang dan tidak merasa harus menggunakan layanan finansial melalui internet. Untuk apa saya harus mengganti kebiasaan saya dengan kebiasaan baru jika kebiasaan lama tersebut tidak merugikan saya.” **Wcr.inf03.S3.Eum.stat07**

“Kalau hanya sebatas cek saldo, atau melihat transferan masih aman saja meskipun sebenarnya bisa di sniffing (mengetahui jejak) oleh orang di dunia maya, tapi mereka tetap tidak bisa melakukan transaksi. Yang menjadi bahaya ketika kita terpilih untuk dijadikan target cyber crime (kejahatan dunia maya).” **Wcr.inf01.S3.Bcy.stat12**

“Karena saya pernah mengalami beberapa kali pengalaman buruk jadi sebenarnya saya lebih senang kalau melakukan transaksi secara langsung. Hanya karena saat ini disekitar saya juga kebanyakan sudah melalui online jadi saya memiliki rasa untuk tetap juga melakukan transaksi melalui internet. Ditambah saat ini saya juga mulai berbisnis melalui online.” **Wcr.inf02.S4.Jsa.stat09**

Hasil dan Pembahasan Trialability



"Ya tergantung risikonya tetapi selama ini sih risikonya nggak terlalu merugikan jadi masih mau menggunakan." **Wcr.inf02.S2.Ssl.stat04**

"Masih mau menggunakan. Jadi lebih berhati-hati saja karena masih banyak positif daripada negatifnya. Contohnya membantu jika keadaan mendesak." **Wcr.inf04.S2.Lmn.stat06**

"Risiko yang pernah terjadi hanya pada token e-cash itupun uang saya akhirnya kembali jadi saya masih mampu menangani risiko yang ada." **Wcr.inf03.S2.Ssl.stat06**

"Seperti yang saya bilang bahwa di dunia saham kita tidak pernah merugi jika kita tidak melakukan jual. Selain itu aplikasi yang kita gunakan ini sudah terjamin dengan memiliki reputasi yang bagus. Jika reputasi dari perusahaan dan broker itu bagus, maka bisa dijamin juga aplikasi yang diberikan. Selain itu di aplikasi tersebut bisa Nampak kegiatan yang sudah kita lakukan. Setiap pagi, siang dan sore kita selalu dapat email suggestion. Kalau sore hari, emailnya berupa bukti transaksi dan itu legal. Notanya bisa disimpan sebagai bukti kepemilikan terhadap saham itu sehingga diyakini aman." **Wcr.inf01.S1.Slq.stat11**

"Intinya saya percaya sama bank nya. Kalau hanya e-commerce begitu sih tidak percaya tapi kalau ada membawa nama bank seperti credit card bisa dipercaya karena bisa dilakukan pelaporan kepada bank kalau transaksi tersebut bukan dilakukan oleh kita sang pemilik account selama ada bukti. Dan tidak masalah bagi saya untuk meluangkan waktu lebih mengurusnya." **Wcr.inf01.S2.Tds.stat10**

"Yang jelas dari segi keamanan harus ditingkatkan. Misalnya pada saat pembelian online, tidak cukup hanya dengan testimoni-testimoni saja. Lebih bagus lagi jika ada badan tertentu atau bahkan dari pemerintah yang memberikan sertifikasi agar lebih dipercaya." **Wcr.inf02.S3.Drs.stat06**

"Belum menggunakan pun sebenarnya sudah tau akan risikonya, tetapi saya akan tetap menggunakan ketika saya sudah merasa butuh. Juga kita harus pandai memilah-milah dan harus menggunakan situs yang terpercaya dan memiliki ikatan yang resmi tentunya." **Wcr.inf03.S3.Eum.stat04**

"Orang melakukan cyber crime di Indonesia itu sporadis karena hanya memikirkan keuntungan. Memang kita bisa melaporkan (tindak kejahatan) itu, akan tetapi disitu kita sudah merugi lebih banyak dalam hal waktu mengurus hal ini itu. Bahkan untuk kartu ATM (Anjungan Tunai Mandiri) saya tidak pernah saya beri nama karena bisa berbahaya. Orang bisa melakukan cyber crime hanya dengan melihat tutorial melalui internet. Orang Indonesia itu nekat dan ,kreatif" sehingga itu merupakan kombinasi yang berbahaya bagi dunia internet jika kita tidak berhati-hati." **Wcr.inf01.S3.Bcy.stat09**

"Saya cuma tau seperti penipuan yang banyak diberitakan ya. Jadi saya cuma tau bagian luarnya dari transaksi melalui internet ini saja. Kalau sampai dalam-dalamnya saya tidak tahu. Makanya lebih berhati-hati saja, semoga kita tidak menjadi korban kejahatan melalui internet." **Wcr.inf01.S4.MTn.stat09**

Hasil dan Pembahasan

Reduksi Data



Keuntungan Relatif

Dari hasil wawancara yang didapatkan terdapat beberapa pernyataan yang menggambarkan pendapat para informan yang membuktikan teori Rogers dan Baur bahwa faktor keuntungan relatif memiliki pengaruh dengan penerimaan konsumen terhadap layanan finansial melalui internet. Beberapa informan menyatakan pendapat bahwa keuntungan yang mereka rasakan adalah adanya waktu yang menjadi lebih efektif dan efisien dalam melakukan kegiatan transaksi karena cepat dan mudah. Mereka juga merasakan bahwa tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga jika melakukan transaksi finansial melalui internet sehingga hal tersebut dapat membantu dalam kebutuhan sehari-hari mereka.

Hal ini membuktikan teori Rogers dan Baur yang menyatakan bahwa keuntungan relatif memberikan pengaruh terhadap penerimaan konsumen terhadap layanan internet finansial.

Hasil dan Pembahasan

Reduksi Data



sistem
informasi
fakultas teknologi
informasi

Compatibility

Dari hasil wawancara yang didapatkan terdapat beberapa pernyataan yang membuktikan teori Rogers dan Baur bahwa faktor *compatibility* memiliki pengaruh dengan penerimaan konsumen terhadap layanan finansial melalui internet. Para informan dari kategori S1 dan S2 menyatakan bahwa selama ini mereka belum pernah mengalami hal buruk yang dapat membuat mereka tidak ingin menggunakan transaksi melalui internet kembali. Selama ini pengalaman buruk yang mereka dapatkan dirasa masih mampu untuk mereka selesaikan dan tidak merugikan para informan. Selain itu, karena sudah membantu dalam keseharian sehingga dirasa sudah menjadi sebuah kebutuhan.

Lain hal nya dengan para infroman dari kategori S3 dan S4 yang menyatakan pengalaman buruk yang akan dan sudah mereka alami menjadi alasan untuk belum ingin juga ragu untuk menggunakan layanan finansial melalui internet. Mereka akan menggunakan layanan finansial melalui internet hanya jika mereka sudah merasa aman dalam penggunaannya.

Hal ini membuktikan teori Rogers dan Baur yang menyatakan bahwa faktor *compatibility* memberikan pengaruh terhadap penerimaan konsumen terhadap layanan internet finansial.

Hasil dan Pembahasan

Reduksi Data



Trialability

Dari hasil wawancara yang didapatkan terdapat beberapa pernyataan yang membuktikan teori Rogers dan Baeur bahwa faktor *trialability* memiliki pengaruh dengan penerimaan konsumen terhadap layanan finansial melalui internet. Para informan dari kategori S1,S2,S4 menyatakan mereka masih akan tetap menggunakan layanan finansial melalui internet meskipun pernah mengalami pengalaman buruk atau mendapatkan risiko dari transaksi melalui internet. Adanya kepercayaan menambah keinginan mereka untuk tetap menggunakan layanan finansial melalui internet.

Pendapat lain diungkapkan oleh informan S3 yang menyatakan faktor keamanan yang menjadikan tingkat kepercayaan mereka menjadi rendah, sehingga mereka beranggapan bahwa dari segi keamanan harus ditingkatkan serta harus adanya sertifikasi dari pihak-pihak terkait yang dapat ditanggungjawabkan.

Hal ini membuktikan teori Rogers dan Baeur yang menyatakan bahwa faktor *trialability* memberikan pengaruh terhadap penerimaan konsumen terhadap layanan internet finansial.

Hasil dan Pembahasan

Reduksi Data



Observability

Dari hasil wawancara yang didapatkan terdapat beberapa pernyataan yang membuktikan teori Rogers dan Baur bahwa faktor *trialability* memiliki pengaruh dengan penerimaan konsumen terhadap layanan finansial melalui internet. Para informan dari kategori S1,S2,S4 menyatakan mereka masih akan tetap menggunakan layanan finansial melalui internet meskipun pernah mengalami pengalaman buruk atau mendapatkan risiko dari transaksi melalui internet. Adanya kepercayaan menambah keinginan mereka untuk tetap menggunakan layanan finansial melalui internet.

Pendapat lain diungkapkan oleh informan S3 yang menyatakan faktor keamanan yang menjadikan tingkat kepercayaan mereka menjadi rendah, sehingga mereka beranggapan bahwa dari segi keamanan harus ditingkatkan serta harus adanya sertifikasi dari pihak-pihak terkait yang dapat ditanggungjawabkan.

Hal ini membuktikan teori Rogers dan Baur yang menyatakan bahwa faktor *trialability* memberikan pengaruh terhadap penerimaan konsumen terhadap layanan internet finansial.

Hasil dan Pembahasan

Reduksi Data



Complexity

Dari hasil wawancara yang didapatkan terdapat beberapa pernyataan yang membuktikan teori Rogers dan Baur bahwa faktor *complexity* memiliki pengaruh terhadap penerimaan konsumen terhadap layanan finansial melalui internet. Beberapa informan menyatakan bahwa sangat lebih mudah dalam menggunakan internet dibandingkan bertransaksi secara langsung meskipun beberapa informan juga menyatakan mudah akan tetapi dalam hal tertentu.

Namun ada juga yang berpendapat lebih mudah jika bertransaksi secara langsung dibandingkan bertransaksi melalui internet.

Hal ini membuktikan teori Rogers dan Baur yang menyatakan bahwa faktor *complexity* memberikan pengaruh terhadap penerimaan konsumen terhadap layanan finansial melalui internet.

Hasil dan Pembahasan

Reduksi Data



Risiko

Faktor risiko menjadi faktor tambahan oleh Baeur yang muncul pada penelitian ini. Dari hasil wawancara yang didapatkan terdapat beberapa pernyataan yang membuktikan teori Rogers dan Baeur bahwa terdapat faktor tambahan yaitu risiko terhadap penerimaan konsumen terhadap layanan finansial melalui internet. Semua informan dari seluruh kategori menyatakan bahwa mereka mengetahui risiko yang ada dari penggunaan transaksi melalui internet maupun tidak melalui internet. Akan tetapi para informan sudah mengetahui bagaimana cara untuk mengurangi risiko yang mengancam mereka seperti tidak mudah percaya pada website yang tidak memiliki reputasi ataupun sertifikasi yang terpercaya juga harus berada jalur yang aman dalam melakukan transaksi. Hasil wawancara dengan informan kategori S3 menyatakan bahwa faktor risiko dan kepercayaan yang menjadi hambatan terbesar mereka dalam melakukan transaksi finansial melalui internet. **(lihat halaman 67, Wcr.inf01.S3.Bcy.stat09)**

Hasil dan Pembahasan

Proposisi Mayor



Berdasarkan model yang akan diteliti, maka proposisi mayor yang didapatkan adalah hal-hal yang mempengaruhi penerimaan konsumen terhadap layanan finansial melalui internet. Faktor-faktor tersebut didapatkan dari teori Rogers (1962) yang menyatakan bahwa terdapat lima faktor yang mempengaruhi penerimaan konsumen terhadap sebuah adopsi dan didukung dengan teori Baur (1960) yang menambahkan faktor risiko dalam hal yang dapat mempengaruhi penerimaan konsumen.

Hasil dan Pembahasan

Proposisi Minor



Keuntungan Relatif

Berdasarkan model yang akan diteliti, keuntungan relative (*relative advantage*) memiliki pengaruh terhadap penerimaan konsumen dimana jika layanan finansial melalui internet tersebut dapat memberikan manfaat atau dianggap menguntungkan bagi para penerimanya, maka semakin tinggi pula adopsi bagi layanan finansial melalui internet. (Rogers, 1962)

Hasil dan Pembahasan

Proposisi Minor



Compatibility

Berdasarkan model yang akan diteliti, compatibility memiliki pengaruh terhadap penerimaan konsumen dimana jika layanan finansial melalui internet tersebut dapat memberikan pengalaman yang baik, maka semakin tinggi pula adopsi bagi layanan finansial melalui internet. Dan sebaliknya, jika layanan finansial melalui internet tersebut memberikan pengalaman yang buruk, maka inovasi tersebut akan menghambat adopsi. (Rogers, 1962)

Hasil dan Pembahasan

Proposisi Minor



Trialability

Berdasarkan model yang akan diteliti, trialability memiliki pengaruh terhadap penerimaan konsumen dimana jika layanan finansial melalui internet tersebut dapat memungkinkan pengadopsi untuk bereksperimen dengan ide secara terbatas sebelum memutuskan untuk mengadopsi layanan tersebut, maka semakin tinggi pula proses penerimaan adopsi tersebut. (Rogers, 1962)

Hasil dan Pembahasan

Proposisi Minor



Observability

Berdasarkan model yang akan diteliti, observability memiliki pengaruh terhadap penerimaan konsumen dimana jika layanan finansial melalui internet tersebut dapat dilihat hasilnya oleh pengadopsi, maka adopsi terhadap layanan tersebut akan tinggi karena memiliki pengaruh juga oleh rendahnya risiko yang akan terjadi. Dan sebaliknya, jika layanan finansial melalui internet tersebut tidak terlihat hasilnya, maka adopsi terhadap layanan tersebut akan rendah karena memiliki pengaruh juga oleh tingginya risiko yang akan terjadi. (Rogers, 1962)

Hasil dan Pembahasan

Proposisi Minor



Complexity

Berdasarkan model yang akan diteliti, observability memiliki pengaruh terhadap penerimaan konsumen dimana jika layanan finansial melalui internet tersebut dapat memberikan kemudahan terhadap pengadopsi, maka adopsi terhadap layanan finansial melalui internet akan tinggi. Dan sebaliknya jika layanan finansial melalui internet tersebut dianggap tidak dapat memberikan kemudahan terhadap pengadopsi, maka adopsi terhadap layanan finansial tersebut akan rendah. (Rogers, 1962)

Hasil dan Pembahasan

Proposisi Minor



sistem
informasi
fakultas teknologi
informasi

Risiko

Persepsi risiko konsumen merupakan hal yang lebih dahulu diperhatikan dalam kaitannya dengan transaksi melalui internet. Risiko memiliki dampak terhadap sikap dan tingkah laku seseorang dalam melakukan transaksi dengan pihak lain. Tingkat risiko adalah faktor yang penting dalam membentuk sikap konsumen dan tingkah laku dalam segala macam transaksi bisnis. Tingkat risiko yang tinggi akan membuat konsumen tidak nyaman dalam menggunakan layanan finansial melalui internet. (Baeur, 1960)

Hasil dan Pembahasan Trianggulasi



Keterkaitan Domain	S1			
	Informan 1			
	1	2	3	4
Faktor <u>Keuntungan Relatif</u> terhadap <u>Penerimaan Konsumen</u> terhadap <u>layanan Finansial</u> melalui <u>internet</u>				V
Faktor <u>Compatibility</u> terhadap <u>Penerimaan Konsumen</u> terhadap <u>layanan Finansial</u> melalui <u>internet</u>				V
Faktor <u>Trialability</u> terhadap <u>Penerimaan Konsumen</u> terhadap <u>layanan Finansial</u> melalui <u>internet</u>	V			
Faktor <u>Observability</u> terhadap <u>Penerimaan Konsumen</u> terhadap <u>layanan Finansial</u> melalui <u>internet</u>	V			
Faktor <u>Complexity</u> terhadap <u>Penerimaan Konsumen</u> terhadap <u>layanan Finansial</u> melalui <u>internet</u>	V			

<u>Keterkaitan Domain</u>	S2															
	<u>Informan 1</u>				<u>Informan 2</u>				<u>Informan 3</u>				<u>Informan 4</u>			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<u>Faktor Keuntungan Relatif terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet</u>				V				V				V				V
<u>Faktor Compatibility terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet</u>				V				V				V				V
<u>Faktor Trialability terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet</u>	V				V				V				V			
<u>Faktor Observability terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet</u>	V					V					V				V	
<u>Faktor Complexity terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet</u>	V						V				V				V	

Keterkaitan Domain	S3											
	Informan 1				Informan 2				Informan 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Faktor <i>Keuntungan Relatif</i> terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	V					V			V			
Faktor <i>Compatibility</i> terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet		V			V					V		
Faktor <i>Trialability</i> terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet				V				V		V		
Faktor <i>Observability</i> terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	V							V				V
Faktor <i>Complexity</i> terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet				V				V				V

Keterkaitan Domain	S4							
	Informan 1				Informan 2			
	1	2	3	4	1	2	3	4
<u>Faktor Keuntungan Relatif terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet</u>				V				V
<u>Faktor Compatibility terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet</u>				V				V
<u>Faktor Trialability terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet</u>				V				V
<u>Faktor Observability terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet</u>			V				V	
<u>Faktor Complexity terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet</u>				V			V	

Hasil dan Pembahasan

Member Checking S1 (Ahli dengan Internet)



Kode Informan	Keterkaitan Domain	Pernyataan Bermakna
Slq.	Faktor Keuntungan Relatif terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	- Saya mendapatkan keuntungan karena untuk aplikasi pembelian saham tersebut, kita bisa mengakses dimana saja - Iya bisa dikatakan begitu karena hampir setiap hari kita buka (aplikasi saham) sebelum jam 9 untuk memasang, membeli, dan menjual. Nanti sore kita buka (aplikasi saham) lagi
	Faktor Compatibility terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	Selama ini sih belum pernah. Pernahnya hanya kena error aplikasi yang digunakan yaitu data tidak dapat ditampilkan. Hanya itu.
	Faktor Trialability terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	Seperti yang saya bilang bahwa di dunia saham kita tidak pernah merugi jika kita tidak melakukan jual. Selain itu aplikasi yang kita gunakan ini sudah terjamin dengan memiliki reputasi yang bagus
	Faktor Observability terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	Karena hanya pernah gagal dalam menampilkan data, jadi saya rasa masih banyak keuntungannya. Logikanya sih selama ini kita untung
	Faktor Complexity terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	Sampai saat ini aplikasi Mandiri Sekuritas yang sering saya gunakan sangat mudah karena bisa diakses melalui mobile dimana saja dan kapan saja

Hasil dan Pembahasan

Member Checking S2 (Sudah Menggunakan)



**sistem
informasi**
fakultas teknologi
informasi

Kode Informan	Keterkaitan Domain	Pernyataan Bermakna
Tds.	Faktor Keuntungan Relatif terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	- Layanan finansial yang saya gunakan membantu untuk memperlancar kegiatan saya. - Iya tapi tidak setiap hari saya gunakan. Paling ya sebulan sekali saja kalau sedang butuh.
	Faktor Compatibility terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	Kalau saya hampir tidak pernah. Pernahnya hanya uang tidak keluar karena mereka kan pakai <i>rollback</i> jadi kalau tahapnya belum tercapai maka mereka akan mengulang lagi dari awal.
	Faktor Trialability terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	Intinya saya percaya sama bank nya. Kalau hanya e-commerce begitu sih tidak percaya tapi kalau ada membawa nama bank seperti <i>credit card</i> bisa dipercaya karena bisa dilakukan pelaporan kepada bank kalau transaksi tersebut bukan dilakukan oleh kita sang pemilik <i>account</i> selama ada bukti
	Faktor Observability terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	Selama ini saya nggak pernah mengalami risiko yang berat. Hanya kasus uang tidak keluar itu saja, akan tetapi kan mereka melakukan <i>rollback</i>
	Faktor Complexity terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	Transaksi yang saya lakukan sebenarnya tidak sulit. Akan tetapi yang berpotensi untuk menjadi risiko adalah penjualnya. Terkadang terdapat provider (penjual) online yang melakukan tindakan merugikan.

Hasil dan Pembahasan

Member Checking S3 (Belum Menggunakan)



sistem
informasi
fakultas teknologi
informasi

Kode Informan	Keterkaitan Domain	Pernyataan Bermakna
Bcy.	Faktor Keuntungan Relatif terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	- Fasilitas yang saya gunakan untuk membantu saya hanya berupa cek saldo, lalu untuk melihat ada transferan dari mana saja. Saya juga menggunakan kartu kredit tapi terbatas -Tergantung ya,kalau saya yakin betul ya saya baru akan menggunakan fasilitas dari pihak penyelenggara. Tapi sampai saat ini saya masih belum merasa terdesak untuk melakukan transaksi melalui internet
	Faktor Compatibility terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	Saya hanya akan melakukan dimana saya merasa jalur tersebut aman. Kalau misalnya seperti modem handphone, saya tidak akan lakukan.
	Faktor Trialability terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	Orang melakukan cyber crime di Indonesia itu sporadis karena hanya memikirkan keuntungan. Memang kita bisa melaporkan (tindak kejahatan) itu, akan tetapi disitu kita sudah merugi lebih banyak dalam hal waktu mengurus hal ini itu.
	Faktor Observability terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	Kalau hanya sebatas cek saldo, atau melihat transferan masih aman saja meskipun sebenarnya bisa di sniffing (mengetahui jejak) oleh orang di dunia maya, tapi mereka tetap tidak bisa melakukan transaksi.
	Faktor Complexity terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	Sebenarnya transaksi melalui internet itu mudah. Tetapi mudah juga untuk dilakukan tindak

Hasil dan Pembahasan

Member Checking S4 (Awam dengan Internet)



**sistem
informasi**
fakultas teknologi
informasi

Kode Informan	Keterkaitan Domain	Pernyataan Bermakna
Mtn.	Faktor Keuntungan Relatif terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	Rasanya kalau lewat internet itu nggak perlu mengeluarkan tenaga yang banyak. Jadi hanya tinggal mencari koneksi internet saja sudah bisa mengerjakan segala hal.
	Faktor Compatibility terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	Waktu itu saya mau membeli tiket kereta api lewat website resminya. Pada saat saya sudah melakukan booking, tiba-tiba websitenya tidak jalan dan pada saat saya coba lagi, saya kembali ke halaman booking tadi dan saya coba lakukan lagi. Pada saat saya lakukan langkah selanjutnya, ternyata saya melakukan dua kali pemesanan. Tidak sampai tahap pembayaran sih tapi tetap saja itu membuat saya panik.
	Faktor Trialability terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	Saya cuma tau seperti penipuan yang banyak diberitakan ya. Jadi saya Cuma tau bagian luarnya dari transaksi melalui internet ini saja. Kalau sampai dalam-dalamnya saya tidak tahu. Makanya lebih berhati-hati saja, semoga kita tidak menjadi korban kejahatan melalui internet
	Faktor Observability terhadap Penerimaan Konsumen terhadap layanan Finansial melalui internet	Ada beberapa yang sulit menurut saya. Sulit nya itu karena saya sebenarnya tidak paham jadi saya merasa sulit. Mungkin jika saya paham, saya tidak akan merasa kesulitan.
	Faktor Complexity terhadap Penerimaan Konsumen	Iya jadi ada beberapa tahapan kan kalau mau

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan



- Meskipun teori oleh Rogers (1962) dan Baur (1960) yang digunakan pada penelitian ini telah diungkapkan 20 tahun yang lalu, namun masih berlaku hingga kini karena relevan dengan konteks terkini.
- Teori Rogers dan Baur yang digunakan dalam penelitian ini terbukti memiliki pengaruh terhadap penerimaan konsumen terhadap layanan finansial melalui internet.
- Untuk kategori S1, dapat disimpulkan bahwa faktor keuntungan relatif dan faktor *compatibility* menjadi hal yang paling mempengaruhi bagi implementasi/adopsi penerimaan konsumen terhadap layanan finansial melalui internet karena informan pada kategori ini merasa bahwa transaksi melalui internet yang beliau lakukan setiap hari dirasa dapat membantu dan mempermudah kegiatan beliau bertransaksi sehingga faktor *trialability*, *observability*, dan *complexity* bukan menjadi faktor yang dirasa dapat menghambat proses implementasi/adopsi pada kategori S1 karena apapun risiko maupun pengalaman buruk yang pernah dialami tidak memberikan pengaruh terhadap keinginan dari informan S1 untuk berhenti melakukan transaksi finansial melalui internet.

Cont.

- Untuk kategori S2, dapat disimpulkan bahwa faktor keuntungan relatif dan faktor *compatibility* menjadi hal yang paling mempengaruhi bagi implementasi/adopsi penerimaan konsumen terhadap layanan finansial melalui internet karena informan pada kategori ini merasa bahwa transaksi melalui internet yang informan lakukan dirasa dapat membantu dan mempermudah kegiatan mereka dalam bertransaksi sehingga faktor *trialability*, *observability*, dan *complexity* bukan menjadi faktor yang dirasa dapat menghambat proses implementasi/adopsi pada kategori S2 karena apapun risiko maupun pengalaman buruk yang pernah dialami tidak memberikan pengaruh terhadap keinginan dari informan S2 untuk berhenti melakukan transaksi finansial melalui internet.
- Untuk kategori S3, dapat disimpulkan bahwa faktor keuntungan relatif, faktor *compatibility* menjadi hal yang dirasa dapat menghambat proses implementasi/adopsi penerimaan konsumen terhadap layanan finansial melalui internet karena informan pada kategori ini merasa bahwa mereka belum merasakan kebutuhan, keuntungan, dan kemudahan dalam melakukan transaksi finansial melalui internet dibandingkan melakukan transaksi secara langsung, sehingga faktor *trialability*, *observability*, dan *complexity* menjadi faktor yang mampu mempengaruhi implementasi/adopsi pada kategori S3 karena pengetahuan akan risiko yang akan dialami, pengalaman buruk maupun kesulitan dalam penggunaan transaksi finansial melalui internet dirasa oleh para informan S3 untuk belum ingin menggunakan layanan finansial melalui internet.





- Untuk kategori S4, dapat disimpulkan bahwa faktor keuntungan relatif, faktor *compatibility*, faktor *trialability*, faktor *observability*, dan faktor *complexity* menjadi hal yang dirasa dapat mempengaruhi penerimaan konsumen terhadap implementasi/adopsi layanan finansial melalui internet. Informan kategori S4 merasa bahwa transaksi melalui internet memberikan mereka kemudahan dalam bertransaksi sehari-hari karena dapat dilakukan dimana saja. Tetapi mereka juga merasakan bahwa pengalaman buruk, kesulitan, dan kesalahan yang pernah mereka alami menjadi hal yang membuat mereka ragu dalam melakukan transaksi finansial melalui internet.
- Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan dari keempat kategori, didapatkan faktor tambahan yaitu kepercayaan yang muncul dari penggunaan transaksi finansial melalui internet. Para informan sepakat bahwa faktor kepercayaan juga merupakan faktor penting dalam proses penerimaan konsumen terhadap implementasi/adopsi layanan finansial melalui internet.

Kesimpulan dan Saran

Saran



- Karena pada penelitian ini terdapat catatan penelitian berupa penambahan informan diluar kategori para informan guna kelengkapan data, maka disarankan kedepannya menggunakan objek penelitian yang memiliki keempat kategori yang sudah ditentukan tanpa harus mengambil *sample* dari luar.