

Media Elektronik Internet Banking Sebagai Bentuk Kepercayaan Masyarakat Dan Hasil Yang Lebih Akurat

Hery Fadly

Program Studi Bisnis Digital, Fakultas
Ekonomi, Universitas Megarezky, Makassar,
Indonesia

E-mail: Heryfadly393@gmail.com

Article history

Received : 2023-06-28

Revised : 2023-07-03

Accepted : 2023-07-04

*Corresponding author

E-mail: Heryfadly393@gmail.com



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Abstrak

Masyarakat lebih sering menggunakan internet banking di handphone dan juga laptop untuk bertransaksi dengan konsumen. Dikarenakan adanya media elektronik internet banking ini maka masyarakat lebih sering bertransaksi di rumah sehingga terjadinya penghematan biaya dan waktu. Perkembangan pelayanan jasa-jasa perbankan yang dilakukan melalui internet semakin marak seiring dengan pertumbuhan teknologi informasi yang semakin cepat. Faktor inovasi produk dan perkembangan teknologi sudah merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan perkembangan industri perbankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga menjadi lebih cepat, bagus dan efisien. Namun demikian, masalah keamanan bertransaksi serta perlindungan nasabah menjadi perhatian tersendiri untuk pengembangan internet banking ke depan, terutama karena tidak adanya kepastian hukum bagi nasabah dimana belum terdapat suatu bentuk pengaturan atas kegiatan internet di Indonesia. Masalah keamanan tidak hanya untuk kepentingan nasabah tetapi juga untuk kepentingan bank penyelenggara internet banking itu sendiri maupun industry perbankan secara keseluruhan.

Kata Kunci: Internet Banking, Kepercayaan Masyarakat, Akurat

Abstract

People more often use the internet banking on mobile phones and laptops to transact with consumers. Due to the existence of this banking internet electronic media, people more often transact at home so that there are cost and time savings. The development of banking services carried out through the internet is increasingly widespread along with the rapid growth of information technology. Product innovation factors and technological developments have become an inseparable part of the development of the banking industry to improve service quality so that it becomes faster, better and more efficient. However, the issue of transaction security and customer protection is a concern for the development of internet banking in the future, especially because there is no legal certainty for customers where there is no form of regulation of internet activities in Indonesia. Security issues are not only for the benefit of customers but also for the interests of the internet banking provider bank itself and the banking industry as a whole..

Keywords: Internet Banking, Public Trust, Accurate

© 2023 Author. All rights reserved

PENDAHULUAN

Seiring dengan semakin meningkatnya globalisasi ekonomi dunia, kebutuhan masyarakat akan kecepatan, kemudahan dan keamanan transaksi keuangan semakin meningkat. Sehingga diperlukan sistem pembayaran yang cukup handal dan mudah bagi nasabah perbankan. Sistem pembayaran merupakan suatu mekanisme yang mencakup pengaturan yang digunakan untuk penyampaian pembayaran melalui pertukaran nilai antar perorangan, lembaga keuangan baik secara domestik maupun global. Bank Indonesia selaku pelaku otoritas sistem pembayaran membagi 2 jenis instrumen sistem pembayaran yaitu tunai dan non-tunai. Instrumen pembayaran tunai berupa uang kertas sebagai alat transaksi pembayaran memiliki banyak sekali keterbatasan sehingga tidak lagi dapat memenuhi kebutuhan masyarakat saat ini. Saat ini kecenderungan transaksi penggunaan alat pembayaran non-tunai sudah menjadi kebutuhan yang mendesak bagi masyarakat. Peran seorang teller di bank sudah mulai tergantikan oleh mesin seperti ATM dan EDC. (Mulyanto, 2015).

Fasilitas yang perubahannya paling membawa dampak yang signifikan terhadap jalannya perbankan di Indonesia salah satunya adalah electronic banking atau e-banking. e-banking adalah suatu layanan kegiatan yang bisa digunakan oleh nasabah bank untuk bertransaksi dan pembayaran melewati website atau internet dengan berbagai macam fitur yang disediakan dan difasilitasi tersedianya sistem keamanan online oleh pihak bank. Fasilitas E-banking ini memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam bertransaksi atau pembayaran tanpa harus pergi ke bank secara fisik. Walaupun begitu, terlepas dari penerimaan kelebihan dan sisi positif oleh para nasabah, dalam menggunakan e-banking harus didasarkan prinsip kehati-hatian dalam bertransaksi. Terlebih lagi e-banking ini bukan hanya dua arah berlakunya antara pihak bank dan nasabah namun juga turut melewati service provider juga karena harus menggunakan internet (Ade Borami Ju et al., 2021).

Hal ini disebabkan cukup banyak pelanggaran hukum yang terjadi menyangkut data pribadi dan juga finansial yang diderita nasabah dalam penggunaan e-banking yang kemudian dikarenakan mulai banyaknya pelanggaran hukum yang bermunculan akibat ulah pelaku kejahatan internet tersebut, demi menjaga kepercayaan masyarakat mengenai amannya bertransaksi secara elektronik, industri perbankan mulai diharuskan untuk mampu menyediakan security features dan selain dari menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh masyarakat, perlindungan hukum juga diberikan dalam rangka untuk melindungi hak-hak nasabah sebagai konsumen dalam jasa perbankan (Disemadi & Prananingtyas, 2019).

Salah satu pelanggaran hukum yang cukup sering terjadi adalah cybercrime yaitu merupakan suatu tindakan aktivitas kejahatan yang berhubungan dengan dunia maya dan menggunakan komputer sebagai alat atau sasaran untuk melancarkan kejahatan tersebut. Berbagai macam kejahatan internet yang sering terjadi seperti, penipuan identitas, penipuan kartu kredit, penipuan lelang secara online, pemalsuan cek, dan lain-lain. Namun kehati-hatian dalam bentuk cybercrime, sangat sering menjadi tidak terpantau ataupun tidak mampu terpantau bahkan aparat penegak hukum saja malah kalah keterampilannya dibanding pelaku kejahatan. Hal yang rentan dimanipulasi pelaku dalam proses pemeriksaan biasanya terkait dengan objek sasaran cybercrime ini ataupun dalam proses pembuktian. Contoh target kejahatan dalam bentuk cybercrime yang eksis dalam transaksi perbankan adalah layanan e-banking berserta dengan kartu kredit (Laksana, 2019).

Disisi lain, Internet banking memberikan keuntungan bagi nasabah maupun bank. Bagi nasabah, internet banking menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan. Keuntungan dari menyediakan layanan internet banking bagi bank adalah internet banking bisa menjadi solusi murah pengembangan infrastruktur dibanding membuka outlet ATM, contohnya klik BCA saat ini telah menggantikan fungsi 160 ATM dan menghemat biaya

pencetakan formulir yang harus diisi nasabah untuk bertransaksi, brosur, katalog, dan menggantinya dengan data elektronik (Sri Maharsi & Fenny Fenny, 2006).

Untuk mendapatkan kepercayaan nasabah terhadap internet banking, bank terlebih dahulu harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan nasabah terhadap internet banking. Dengan semakin banyaknya jumlah bank yang menawarkan fasilitas internet banking menyebabkan terjadinya persaingan yang kompetitif antar bank. Kondisi ini memicu bank untuk meningkatkan loyalitas nasabahnya dan salah satunya yaitu loyalitas nasabah terhadap internet banking. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah terhadap internet banking maka sangat penting bagi bank untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap internet banking. Pentingnya bagi bank untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas terhadap internet banking menimbulkan ketertarikan penulis untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan pengguna terhadap internet banking, dimana penulis juga mengkonsepkan kepercayaan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pengguna terhadap internet banking yang didasarkan dari penelitian (Citra Indah Merina Darma, 2013).

Kepercayaan secara jelas sangat bermanfaat dan penting untuk membangun relationship, walaupun menjadi pihak yang terpercaya perbankan tidak mudah untuk meraihnya dan memerlukan usaha bersama, keyakinan satu pihak (konsumen) pada keamanan data pribadi (security), adanya ruang privasi (privacy), dan unsur etika (ethic) pada pihak bank akan memberikan nilai lebih. Nilai-nilai yang terkandung dalam suatu produk merupakan hal mendasar untuk mengembangkan kepercayaan. Pihak-pihak dalam relationship yang memiliki perilaku, tujuan dan kebijakan yang sama akan mempengaruhi kemampuan mengembangkan kepercayaan. Pihak-pihak yang terlibat sulit untuk saling percaya apabila ide masing-masing pihak tidak konsisten. Maka dari itu untuk menumbuhkan kepercayaan mutlak dibutuhkan shared value (nilai lebih) (Arifin, 2016).

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

1. Transfer Ilmu: kegiatan ini meliputi pemberian materi tentang Strategi pemasaran dalam mengelola UKM.
2. Prakter/Latihan: pada bagian ini, peserta diminta untuk latihan melaksanakan kegiatan secara online.
3. Memotivasi: pemateri memberikan motivasi kepada peserta PKM supaya mereka memiliki kepercayaan diri dalam mengelola UKM r.
4. Pemecahan Masalah: Peserta disajikan sebuah studi kasus oleh pemateri, selanjutnya peserta diminta untuk memberikan solusi yang dapat diterapkan untuk memecahkan masalah tersebut. Kemudian pemateri akan memberikan feedback kepada peserta berupa saran dan masukan atas pendapat yang disampaikan.

Pelaksanaan

Kegiatan PKM ini dilaksanakan pada tanggal 09 bulan November tahun 2022 dan berlangsung pada hari Rabu antara pukul 10:00 – 15.00. Total ada 45 orang yang mengikuti kegiatan ini, dimana peserta 34 orang dari unsur anggota UKM 11 orang dari unsur Dosen. Baik peserta maupun pengurus adalah Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Digital Univeritas Megareky dan masyarakat lorong dahlia.

Teknis Pelaksanaan

Adapun kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

- 1) Pembukaan.
- 2) Memberikan materi dasar tentang trik-trik jitu dalam mengelola UKM.
- 3) Tanya jawab: pada bagian ini, peserta diminta untuk menyampaikan kendala yang dialami

- 4) Memberikan motivasi tentang kepercayaan diri dalam mengelola UKM
- 5) Memberikan feedback (Evaluasi) kepada Peserta PKM

HASIL PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat ini, diawali dengan sesi pembukaan. Hal ini terlihat dalam gambar 1 di bawah. Pembukaan dihandle langsung oleh para anggota UKM. Selama sesi ini para peserta sangat antusias mengikuti kegiatan pembukaan. Diselah-selah membuka kegiatan, Tim PKM memperkenalkan diri termasuk dosen dan maasiswa yang ikut pada Pengabdian kepada masyarakat. Tim pengabdian kepada masyarakat pula menyampaikan akan membawakan berbagai macam materi terkait strategi penguatan image brand pada UKM Lorong tersebut. materi-materi yang dimaksud adalah yang pertama Strategi penguatan image brand pada social marketing yang akan disampaikan oleh Ahmad Farham., SE., MM. Selanjutnya telah disampaikan pula materi tentang manajemen pasaran yang disampaikan oleh A. Nur AINUUN Asri. SM., MM. Kemudian yang terakhir adalah Kepemimpinan yang disampaikan oleh Mariani Allimuddin. SE., MM. Kegiatan pembukaan PKM ini dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1: Perkenalan dan Penyampaian materi awal oleh Tim PKM

Sesi kedua yaitu penyampaian materi pertama oleh salah satu anggota Tim PKM oleh ketua Prodi Bisnis Digital Ahmad Farhan SE., MM mengenai “Strategi penguatan brand image pada sosia media marketing UKM Lorong. Selanjutnya ketua UKM Lorong mempersilahkan pemateri untuk menyampaikan materinya. Kemudian pemateri menyampaikan materi pertama tentang Strategi penguatan brand image pada social media marketing UKM Lorong. Hal ini dapat dilihat pada gambar 2 di bawah. Selama sesi pemaparan materi berlangsung, para pengurus dan anggota UKM Lorong sangat antusias mendengarkan. Selain menjelaskan materi, pemateri juga membagikan isi materi lewat power point kepada seluruh peserta sebagai referensi tambahan mereka dalam mengikuti kegiatan tersebut. Penyampaian materi itu diselingi dengan humor agar para peserta tidak bosan mengikuti kegiatan PKM ini. Hal ini senadah dengan Yulianto bahwa strategi humor mampu mengatasi diskalkulia dan dapat meningkatkan motivasi, minat serta prestasi pada peserta pelatihan (Yahrif et al., 2022 ; Sirajuddin & Yahrif, 2021). Berikut merupakan gambaran aktivitas pada sesi ke dua ini.



Gambar 2: Penyampaian Materi oleh Tim PKM

Sesi ketiga adalah Tanya jawab terkait materi yang disampaikan, setelah itu peserta dipersilahkan untuk memberikan pertanyaan secara langsung kepada pemateri. pada bagian ini ada beberapa pertanyaan yang diberikan oleh para peserta sehubungan dengan materi yang disampaikan terkait Strategi penguatan Brand Image pada social media marketing UKM Lorong, salah satu peserta bertanya bagaimana cara membuat akun sosial marketing pada UKM kami pada UKM kami.? “pertanyaan ini langsung direspon positif oleh pemateri. “Pemateri memberikan jawaban. Bahwa dalam hal membuat akun social media marketing pada UKM itu perlu mendaftarkan diri terlebih dahulu pada situs penjualan online yang terdapat pada social media, Semisal Instagram, Facebook dan sebagainya. Setelah proses itu terlaksana dengan baik maka online marketing pada social media UKM dapat dipersilahkan oleh pemiliknya sehingga proses marketing/penjualan bisa dilaksanakan. Selanjutnya, para peserta diminta untuk menjelaskan berbagai macam produk yang terdapat didalam UKM tersebut. Hal ini dapat dilihat pada gambar 3 dibawah ini;



Gambar 2: Penjelasan terkait bermacam produk oleh Tim PKM

Selanjutnya pada pertanyaan kedua dari salah satu peserta dia mengatakan bahwa kami saat ini hanya mengandalkan promosi secara langsung atau melalui pertemanan-pertemanan, kami memiliki rencana kedepannya akan menjual prodak kami pada social media? disitu pemateri merasa tertantang karena pertanyaan sebelumnya sudah terjawabkan. Kemudian pemateri memberikan solusi bahwa tidak ada salahnya jika pada saat ini masih menggunakan pemasaran pertemanan karena jika memang itu dirasa lebih efektif dan alangkah baiknya pula jika memiliki akun social media karena akan membantu para anggota UKM dalam memasarkan prodaknya kapan saja dan dimana saja. Pada sesi menjelang berakhirnya kegiatan PKM ini, Para peserta dipilih oleh para dosen fakultas Ekonomi Dan Bisnis digital yang aktif dalam proses penyajian

materi. Ada 3 peserta yang dipilih menjadi peserta terbaik yang akan di berikan doorprize dari pemateri terlihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 3: Pemilihan peserta terbaik oleh Tim PKM

Terlihat pada gambar diatas peserta yang terpilih menjadi peserta terbaik pada pengabdian masyarakat yang dilaksanakan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Digital Universitas Megarezky Makassar. Ucapan terima kasih serta apresiasi diberikan kepada peserta dan pemateri karena telah memberikan pencerahan mengenai strategi pemasaran media social online pada UKM. Sehingga Tim PKM dapat mengevaluasi Kembali pemasaran mereka kedepannya agar dapat bersaing pada dunia pemasaran. Dipenghujung kegiatan, Tim PKM memberikan motivasi kepada para peserta kegiatan supaya mereka lebih kreatif dalam memasarkan produk-produk mereka melalui media digital.

Pada sesi akhir dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini, Maka dilakukan sesi feedback guna untuk mengetahui sampai dimana pemahaman, pengetahuan, kemampuan, dan ketertarikan para peserta UKM Lorong terhadap materi yang diberikan. Hal ini senada dengan Yahrif (2022) bahwa perlu diadakan sesi feedback diakhir kegiatan PKM guna untuk mengetahui sampai dimana pemahaman dan kemampuan para peserta pelatihan terhadap materi yang diberikan (Muhamad Yahrif & Supardi, 2023; Muhammad Yahrif, Sirajuddin, et al., 2022).

Berdasarkan hasil feedback di atas, maka dapat dikatakan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui tema “media elektronik internet bangking sebagai bentuk kepercayaan masyarakat dan hasil yang lebih akurat” berjalan dengan baik dan sukses. Hal ini terlihat pada tanggapan dan respon dari semua peserta pelatihan. Mayoritas peserta merasa puas dan senang atas kegiatan PKM ini. Bahkan para peserta meminta supaya kegiatan ini terus berkelanjutan dan tidak membatasi waktu dalam pelaksanaannya.

KESIMPULAN

Setelah menyelesaikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, Tim PKM dapat menyimpulkan bahwa kegiatan pelatihan Strategi penguatan Brand Image pada social media marketing UKM mampu membuat para dosen inti dan mahasiswa beserta anggota UKM melaksanakan semua kegiatan-kegiatan walaupun dalam bentuk penyampaian materi sehingga organisasi bisa berjalan dengan baik. Dirasa ada stimulus positif yang didapatkan setelah pemaparan materi dari dosen yang bersangkutan mengenai strategi pemasaran dan pembuatan akun social media marketing sehingga para UKM tidak perlu khawatir lagi dalam melaksanakan promosi dimasa sekarang maupun yang akan datang.

PUSTAKA

- Ade Borami Ju, Tng, A., Carolina Weley, N., & Sutra Disemadi, H. (2021). Perlindungan Nasabah Dalam Penerapan Electronic Banking Sebagai Bagian Aktifitas Bisnis Perbankan Di Indonesia. *Jurnal Perspektif Administrasi Dan Bisnis*, 2(1), 27–40. <https://doi.org/10.38062/jpab.v2i1.16>
- Arifin, H. D. (2016). PENGARUH INTERNET BANKING TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN NASABAH PADA BANK BRI SYARIAH KCP ARJAWINANGUN. *Al-Amwal*, 8(2), 523–542.
- Citra Indah MerinaDarma, U. B. (2013). FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP TRUST DAN PENGARUH TRUST TERHADAP LOYALTY PENGGUNA INTERNET BANKING. Universitas Bina Darma, November, 1–26.
- Disemadi, H. S., & Prananingtyas, P. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Perbankan Pengguna CRM (Cash Recycling Machine). *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 8(3), 286. <https://doi.org/10.24843/jmhu.2019.v08.i03.p07>
- Laksana, A. W. (2019). PEMIDANAAN CYBERCRIME DALAM PERSPEKTIF HUKUM PIDANA POSITIF. *JURNAL HUKUM UNISSULA*, 35(3), 52–76.
- Mulyanto, F. (2015). Pemanfaatan Cryptocurrency sebagai Penerapan Mata Uang Rupiah ke dalam Bentuk Digital Menggunakan Teknologi Bitcoin. *Indonesian Journal on Networking and Security*, 4(4), 16.
- Sirajuddin, S., & Yahrif, M. (2021). Pelatihan Listening Untuk TOEFL Test Bagi Mahasiswa Prodi Sarjana Pendidikan Bahasa Inggris. *MEGA PENA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 67–75. <https://doi.org/10.37289/megarezky>
- Sri Maharsi, & Fenny Fenny. (2006). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking Di Surabaya. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 35–51. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/aku/article/view/16581>
- Yahrif, Muhamad, & Supardi, R. (2023). Pelatihan Penulisan Artikel Ilmiah Pada Mahasiswa Semester Akhir. *Abdi Samulang : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 9–15.
- Yahrif, Muhammad, Hasnani, & Lahmady, N. (2022). ABDI SAMULANG : JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT Pelatihan Pengelolaan Organisasi Pada Lembaga Swadaya Masyarakat New Generation Club (NGC) Di Masa Pandemi Covid-19. 1–9. https://journal.habiburrahman.ponpes.id/index.php/abdi_samulang
- Yahrif, Muhammad, Sirajuddin, S., & Utami, N. (2022). Meningkatkan Kepercayaan Diri Mahasiswa Dalam Berbicara Bahasa Inggris Melalui Kegiatan English Camp. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 77–83. <https://doi.org/10.46576/rjpk.v3i1.1507>