

Peranan *security concern* dalam kenyamanan transaksi perbankan secara online dan dampaknya terhadap kinerja perbankan

AKURASI
83

Yuana Rizky Octaviani Mandagie, Indah Masri, Widyawati, Fitri Angger Pangestu, & Adinda Atmiardi Sukma
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila

Research Paper
Financial Management

Abstract

This study aims to examine the role of security concerns in the convenience of online banking transactions, which consist of the convenience of access, the convenience of transactions, and convenience of benefits, as well as seeing the impact on banking performance. This study uses primary data by distributing questionnaires to respondents from the Academic Community of FEB Univ Pancasila who use online banking transactions. The analysis method uses Structural Equation Model (SEM) with smart PLS. The results showed that the convenience of access was proven to improve banking performance. On the other hand, transaction convenience has a significant negative effect on financial performance, which means that the speed and ease with which consumers can complete transactions reduces financial performance; this may be due to the imperfect mobile banking application or weak internet networks. Likewise, security concern also shows a significant negative effect on financial performance, which means that consumer attention to the safety and security of transaction data and the security of personal information shared through banking platforms is still low, so customers who still feel insecure in online transactions can have an impact on the decline in banking performance

Received: 10 Jan 2022
Accepted: 23 Apr 2021
Online: 25 Apr 2022



Keywords: security concern, convenience of access, convenience of transactions and convenience of benefits, banking performance

Akurasi: Jurnal Riset
Akuntansi dan Keuangan,
Vol 4, No.1, 2022,
pp. 83 - 94

Corresponding Author:

Yuana Rizky Octaviani Mandagie
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila
E-mail : yuanamandagie03@univpancasila.ac.id
DOI: <https://doi.org/10.36407/akurasi.v4i1.340>

eISSN 2685-2888



© The Author(s) 2022

CC BY This license allows reusers to distribute, remix, adapt, and build upon the material in any medium or format, so long as attribution is given to the creator. The license allows for commercial use.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi serta menjamurnya penggunaan internet dan telepon seluler telah mengubah produk pelayanan perbankan, Oleh karena itu, organisasi telah mengadopsi beberapa inovasi saluran untuk menjangkau konsumen mereka. Demikian pula, bank memberikan layanan perbankan melalui beberapa platform pengiriman berorientasi teknologi (perbankan online, m-banking, komunikasi jarak dekat) (Hoehle et al., 2012; Mullan et al., 2017; Shankar et al., 2020). Platform m-banking tidak hanya memberikan manfaat bagi konsumen tetapi juga memberikan beberapa manfaat bagi bank. Bank lebih memilih saluran m-banking karena efektivitas biaya dan jangkauan yang lebih baik di antara konsumen (Shankar et al., 2019), sedangkan konsumen lebih memilih m-banking daripada saluran perbankan lainnya karena tersedianya layanan yang nyaman kapan saja dari mana saja (Laukkanen dan Kiviniemi, 2010; Shankar dan Jebarajakirthy, 2019).

Dalam literatur sebelumnya, sebagian besar penelitian meneliti dampak positif dari beberapa variabel sosio-psikologis (kemudahan penggunaan yang dirasakan, kontrol perilaku yang dirasakan, norma subjektif, sikap, kepercayaan, harapan kinerja, kegunaan yang dirasakan, di mana-mana) dan dampak negatif dari beberapa risiko yang dirasakan (risiko privasi dan keamanan, risiko keuangan, risiko fungsional, risiko waktu, risiko psikologis) pada niat adopsi m-banking (Chen dan He, 2013; Shaikh dan Karjaluo, 2015). Namun, mayoritas konsumen mengadopsi m-banking untuk mengurangi upaya mereka dalam memanfaatkan layanan perbankan melalui platform pengiriman layanan lainnya, seperti perbankan cabang fisik (Beauchamp dan Ponder, 2010).

Bank ingin mengetahui bagaimana mereka dapat meningkatkan kenyamanan bertransaksi secara online melalui platform m-banking untuk meningkatkan tingkat adopsi dan penggunaan m-banking sambil memberikan layanan perbankan melalui platform m-banking. Namun, upaya terbatas dilakukan dalam literatur yang dibuat untuk menyelidiki pengaruh perilaku adopsi dimensi kenyamanan dalam konteks m-banking (Lee, 2015). Studi ini memberikan kontribusi pada literatur dengan memeriksa bagaimana kenyamanan bertransaksi secara online mempengaruhi perilaku adopsi m banking. Kenyamanan bertransaksi secara online telah ditambahkan ke literatur pemasaran baru-baru ini (Berry et al., 2002; Reimers dan Chao, 2014); literatur ini menunjukkan bahwa kenyamanan bertransaksi secara online adalah konstruksi multidimensi (Jiang et al., 2013; Duarte et al., 2018), karena persepsi konsumen tentang kenyamanan online adalah fenomena spesifik konteks dan dapat bervariasi dari satu konteks ke konteks lainnya (Jiang et al., 2013). Banyak literatur kenyamanan multidimensi yang ada terbatas pada ritel bata-dan-mortir (Reimers dan Chao, 2014) dan ritel online (Jiang et al., 2013).

Perkembangan teknologi informasi juga berdampak maraknya kejahatan di dunia maya. Terdapat kekhawatiran keamanan yang dirasakan didefinisikan sebagai "kekhawatiran konsumen tentang keselamatan dan keamanan transaksi dan informasi pribadi yang dibagikan melalui platform" (Hussien dan Abd El Aziz, 2013, hlm. 561). Konsumen menghindari penggunaan platform online untuk layanan karena masalah privasi dan keamanan yang dirasakan terkait dengan platform (Lee et al., 2009; Shankar dan Kumari, 2019; Talwar et al., 2020a). Konsumen lebih memilih saluran yang aman untuk melakukan transaksi dan melindungi informasi yang dibagikan oleh konsumen (Ahmad Al Hawari, 2014; Jebarajakirthy et al., 2020). Oleh karena itu perlu adanya *security concern* yang menyakinkan dari bank untuk kenyamanan dalam bertransaksi secara online. Dengan tingkat *security concern* yang baik kenyamanan bertransaksi secara online meningkat hal ini tentu akan meningkatkan kinerja perbankan. Penelitian ini melakukan pengujian untuk melihat peran *security concern* atas kenyamanan bertransaksi secara online sehingga akan berdampak pada peningkatan kinerja keuangan perbankan.

KAJIAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Kenyamanan mengacu pada "total waktu dan upaya yang dihabiskan individu untuk memanfaatkan layanan atau membeli produk" (Copeland, 1923). Demikian pula, dalam konteks m-banking, kenyamanan dapat didefinisikan sebagai jumlah total waktu dan upaya yang dihabiskan konsumen untuk memanfaatkan layanan perbankan menggunakan platform m-banking (Lee, 2015). Konsumen bank ingin menghabiskan waktu dan upaya minimum untuk memanfaatkan layanan perbankan; karenanya, bank fokus pada aspek kenyamanan (Shaheed, 2004; Shankar dan Rishi, 2020). Bank fokus dalam memberikan layanan perbankan menggunakan saluran inovatif yang berbeda untuk meningkatkan kenyamanan konsumen. Dalam literatur sebelumnya, beberapa penelitian mengeksplorasi aspek-aspek kenyamanan dalam penghematan waktu (Berry et al., 2002) dan penghematan upaya (Emrich et al., 2015) dalam memberikan produk dan layanan.

Penelitian sebelumnya menemukan bahwa kurangnya kenyamanan adalah alasan utama tingkat churn konsumen (Seiders et al., 2007; Ray et al., 2019). Oleh karena itu, dalam literatur sebelumnya, beberapa upaya dilakukan untuk memeriksa bagaimana kenyamanan berdampak pada perilaku konsumen dalam konteks yang berbeda (Farquhar dan Rowley, 2009; Srivastava dan Kaul, 2014; Duarte et al., 2018). Namun, sebagian besar studi mengkonseptualisasikan kenyamanan sebagai konstruk unidimensional atau konstruk orde kedua (Berry et al., 2002; Duarte et al., 2018; Yuen et al., 2019) dalam konteks yang berbeda. Sedikit upaya dilakukan untuk menguji bagaimana dimensi yang berbeda dari kenyamanan online berdampak pada respon konsumen (Jiang et al., 2013) dan upaya terbatas dilakukan dalam pemberian layanan online, khususnya dalam konteks m-banking.

Kenyamanan akses adalah "persepsi konsumen tentang upaya dan waktu minimal yang dibutuhkan untuk memanfaatkan layanan" (Benoit et al., 2017, hlm. 528). Namun, dalam konteks layanan online, aksesibilitas situs web, ketersediaan produk melalui platform online, fleksibilitas waktu, dan tempat adalah elemen utama kenyamanan akses online (Duarte et al., 2018; Roy et al., 2018). Dalam konteks pemberian layanan online, kenyamanan akses merupakan pendorong penting dari kenyamanan layanan online secara keseluruhan (Jiang et al., 2013). Konsumen menghabiskan waktu dan upaya untuk mengunjungi bank untuk memanfaatkan layanan perbankan karena tidak dapat diakses atau tidak disadarinya layanan m-banking (Shankar dan Datta, 2018). Dalam konteks perbankan cabang, konsumen harus mengunjungi cabang bank untuk memanfaatkan layanan perbankan (Rohm dan Swaminathan, 2004). Selanjutnya, untuk memanfaatkan layanan perbankan online, pengguna harus memiliki komputer pribadi, laptop atau tablet, sedangkan pengguna dapat memanfaatkan layanan perbankan menggunakan ponsel kapan saja dari mana saja (Shankar et al., 2020a). Dengan adanya kenyamanan akses tentu akan memudahkan dalam setiap transaksi online sehingga akan meningkatkan kinerja keuangan, maka hipotesis 1 yang dikembangkan adalah sbb:

H1: Kenyamanan Akses dapat meningkatkan Kinerja Keuangan Perbankan

Kenyamanan bertransaksi mengacu pada "kecepatan dan kemudahan konsumen dalam menyelesaikan transaksi (Benoit et al., 2017, hlm. 528). Meminimalkan waktu dan upaya yang diperlukan untuk melakukan transaksi adalah elemen kunci dari kenyamanan transaksi (Jiang et al., 2013). Pembayaran yang mudah, proses tanpa gangguan, konfirmasi transaksi, beberapa opsi, dan inkonsistensi harga adalah elemen utama dari kenyamanan transaksi online (Jiang et al., 2013; Reimers dan Chao, 2014; Mahapatra, 2017). Dengan adanya kenyamanan bertransaksi tentu akan meminimalkan waktu untuk melakukan transaksi secara online sehingga akan meningkatkan kinerja keuangan, maka hipotesis 1 yang dikembangkan adalah sbb:

H2: Kenyamanan Bertransaksi dapat meningkatkan Kinerja Keuangan Perbankan

Kenyamanan manfaat mengacu pada "waktu dan upaya yang diperlukan untuk memanfaatkan manfaat inti dari layanan" (Berry et al., 2002, hal. 7). Kepemilikan langsung, pengiriman tepat waktu

dari layanan yang dijanjikan, dan sikap karyawan bank adalah elemen utama dari kenyamanan manfaat (Jiang et al., 2013). Ada perbedaan waktu dalam pembelian dan kepemilikan produk melalui platform online, yang mengarah pada ketidakpastian tentang kepemilikan dan persepsi keterlambatan dalam pengiriman produk (Noble et al., 2005; Aw, 2019). Namun, melalui platform online, konsumen tidak perlu mengunjungi toko fisik untuk memiliki produk. Oleh karena itu, mereka dapat memanfaatkan layanan dari mana saja dalam beberapa klik (Jiang et al., 2013). Mirip dengan konteks perbankan, konsumen harus mengunjungi bank untuk memanfaatkan layanan perbankan dan terkadang konsumen harus mengunjungi bank berkali-kali untuk memanfaatkan layanan tertentu, yang membutuhkan waktu dan tenaga. Dengan adanya kenyamanan manfaat tentu akan meningkatkan layanan transaksi secara online sehingga akan meningkatkan kinerja keuangan, maka hipotesis 3 yang dikembangkan adalah sbb:

H3: Kenyamanan Manfaat dapat meningkatkan Kinerja Keuangan Perbankan

Security concern yang dirasakan didefinisikan sebagai "kekhawatiran konsumen tentang keselamatan dan keamanan transaksi dan informasi pribadi yang dibagikan melalui platform" (Hussien dan Abd El Aziz, 2013, hlm. 561). Konsumen menghindari penggunaan platform online untuk layanan karena masalah privasi dan keamanan yang dirasakan terkait dengan platform (Lee et al., 2009; Shankar dan Kumari, 2019; Talwar et al., 2020a). Konsumen lebih menyukai saluran yang aman untuk melakukan transaksi dan melindungi informasi yang dibagikan oleh konsumen (Ahmad Al-Hawari, 2014; Jebarajakirthy et al., 2020). Oleh karena itu, beberapa konsumen masih merasa rentan menggunakan platform m-banking dan lebih memilih untuk mengunjungi cabang untuk memanfaatkan layanan perbankan (Chou et al., 2016). Konsumen dengan privasi dan masalah keamanan yang tinggi menerima nilai yang kurang hedonis dan utilitarian dibandingkan platform m-banking dan lebih memilih untuk mengunjungi cabang untuk melakukan transaksi (Chouet et al., 2016), karena mereka takut informasi pribadi dan keuangan mereka disalahgunakan dan dibagikan melalui platform m-banking (McCole et al., 2010; Frasquet et al., 2015).

Di sisi lain, konsumen yang kurang memperhatikan privasi dan keamanan tidak hanya menikmati transaksi perbankan online tetapi juga menerima beberapa manfaat fungsional (Frasquet et al., 2015) dan lebih memilih menggunakan platform m-banking untuk memanfaatkan layanan perbankan. Selanjutnya, beberapa konsumen tidak mempercayai platform m-banking karena persepsi risiko privasi dan keamanan yang terkait dengan layanan m-banking dan lebih memilih untuk mengunjungi cabang bank untuk melakukan transaksi (Ahmad dan Sun, 2018). Selain itu, karena tidak adanya interaksi tatap muka dengan karyawan bank, konsumen dengan persepsi risiko keamanan yang tinggi menerima nilai yang lebih rendah dalam memanfaatkan layanan perbankan melalui platform m-banking dibandingkan dengan konsumen dengan risiko keamanan yang lebih rendah. *Security concern* yang menyakinkan dari bank untuk kenyamanan dalam bertransaksi secara online. Dengan tingkat *security concern* yang baik kenyamanan bertransaksi secara online meningkat hal ini tentu akan meningkatkan kinerja perbankan, maka peran *security concern* dalam penelitian sebagai variabel moderasi adalah memperkuat pengaruh kenyamanan bertransaksi secara online terhadap kinerja keuangan, maka hipotesis yang dikembangkan adalah sbb:

H4 : *Security concern* dapat meningkatkan kinerja perbankan

H5 : *Security concern* memperkuat pengaruh kenyamanan akses terhadap kinerja perbankan

H6: *Security concern* memperkuat pengaruh kenyamanan transaksi terhadap kinerja perbankan

H7: *Security concern* memperkuat pengaruh kenyamanan manfaat terhadap kinerja perbankan

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer yang akan menganalisis dan mengevaluasi kuesioner yang dibagikan kepada responden Civitas Akademika FEB Univ Pancasila yang menggunakan transaksi perbankan secara online.

Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini terdiri dari 5 variable yang akan diteliti, yaitu Kenyamanan Akses (X_1), Kenyamanan Transaksi (X_2), dan Kenyamanan Manfaat (X_3) sebagai variable bebas, serta Kinerja Perbankan (Y) sebagai variable terikat, dan *Security concern* (M) sebagai variabel moderasi.

Tabel 1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Bukti Pertanyaan
Kenyamanan Akses	Persepsi konsumen tentang upaya minimal dan waktu yang dibutuhkan untuk memanfaatkan layanan (Benoit et al., 2017, p. 528)	1. Waktu 2. Tempat 3. Jaringan	1. Saya dapat memanfaatkan layanan online banking kapan saja 2. Saya dapat memanfaatkan layanan online banking dimanapun 3. Saya merasa layanan online banking selalu dapat diakses
Kenyamanan Transaksi	Kecepatan dan kemudahan yang konsumen dapat menyelesaikan transaksi (Benoit et al., 2017, p. 528)	1. Kemudahan transaksi 2. Kecepatan pelayanan 3. Waktu menyelesaikan transaksi	1. Saya merasa mudah untuk menyelesaikan transaksi melalui platform mobile banking. 2. Saya dapat memanfaatkan layanan dengan cepat platform mobile banking. 3. Dibutuhkan sedikit usaha untuk menyelesaikannya transaksi melalui platform mobile banking.
Kenyamanan Manfaat	Waktu dan usaha yang diperlukan untuk mendapatkan manfaat utama dari layanan (Berry et al., 2002, p. 7).	1. Efektivitas layanan 2. Efisiensi layanan 3. Kemudahan layanan	1. Saya bisa mendapatkan manfaat dari layanan perbankan melalui platform online banking dengan sedikit usaha. 2. Saya merasa waktu yang dibutuhkan untuk menerima manfaat layanan perbankan melalui platform mobile banking adalah wajar. 3. Saya merasa sangat mudah untuk memanfaatkan layanan perbankan melalui platform mobile banking.
<i>Security concern</i>	Didefinisikan sebagai perhatian konsumen tentang keselamatan dan keamanan data transaksi serta keamanan informasi pribadi yang dibagikan melalui platform perbankan (Hussien and Abd El Aziz, 2013, p. 561)	1. Keamanan transmisi 2. Kepedulian terhadap keamanan transaksi 3. Informasi yang tidak disalahgunakan	1. Saya pikir online banking memastikan keamanan transmisi informasi penggunaannya. 2. Saya pikir online banking menunjukkan kepedulian yang besar terhadap keamanan setiap transaksi. 3. Saya pikir informasi keuangan saya akan tidak disalahgunakan oleh pihak ketiga yang tidak berwenang melalui platform online banking.

Kinerja Perbankan Rasio keuangan yang digunakan untuk menganalisis dan mengevaluasi kinerja perbankan	<ol style="list-style-type: none"> 1. CAR 2. NPL 3. LDR 	<ol style="list-style-type: none"> 1. CAR = Total Modal / ATMF (Aktiva Tertimbang Menurut Resiko) 2. LDR = Total Kredit / Dana Pihak Ketiga 3. NPL = Total kredit bermasalah / total kredit yang diberikan
Aturan Perbankan SE BI No 6/23/DPNP tanggal 31 Mei 2004 CAR > 8% NPL < 5% LDR < 110%		

Sumber dan Cara Penentuan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang merupakan penelitian dengan cara mengajukan daftar pertanyaan langsung kepada responden, yaitu nasabah yang menggunakan online banking. Karakteristik responden yang terdiri dari 87 responden civitas akademika Universitas Pancasila, yang diukur dengan skala nominal yang menunjukkan besarnya frekuensi absolute dan presentasi jenis kelamin, umur, posisi pekerjaan, lama bekerja dan jumlah tugas. Dari total responden diperoleh kesimpulan bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 28% dan jumlah reponden berjenis kelamin perempuan sebanyak 72%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini banyak perempuan dari pada laki-laki. Diperoleh kesimpulan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini didominasi yang berumur 20 – 30 tahun lebih banyak sebesar 49%% dan usia 15 – 20 tahun sebesar 30%. Dapat diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar posisi pekerjaan adalah mahasiswa sebesar 45% dan pegawai swasta sebesar 37%. Hal ini karena sebagian besar responden ini adalah civitas akademika FEB Universitas Pancasila. Dari data ini dapat diperoleh kesimpulan bahwa responden sebagian besar memiliki Pendidikan S1 yaitu sebesar 66%. Dari data ini dapat diperoleh kesimpulan bahwa responden secara hampir merata merupakan nasabah bani BCA, BNI, BRI, BSIM, BTPN dan Mandiri.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai minimum, maksimum secara teori dan actual dan nilai rata-rata secara teori dan actual, serta standar deviasi dari variabel kenyamanan akses, kenyamanan transaksi, kenyamanan manfaat, *security concern*, dan kinerja keuangan. Analisis deskriptif dapat dilihat pada tabel 3, dimana Hasil dari analisis deskriptif statistic menunjukkan untuk semua variabel nilai rata-rata aktual cenderung lebih tinggi dari nilai rata-rata secara teori yang berarti kecederungan dari setiap indicator pertanyaan untuk setiap variabel laten dijawab responden dengan nilai sangat setuju. Sedangkan untuk variabel kinerja keuangan yang merupakan data skunder atas CAR dan LDR menunjukkan nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata yang berarti nilai mean dapat merepresentasikan data secara keseluruhan.

Tabel 2.

Hasil Analisis Deskriptif Statistik

Variabel	Teori		Aktual		Mean Teori	Mean Aktual	Standar Deviasi
	Min	Maks	Min	Maks			
Kenyamanan Akses	2	8	6	8	5	7.425	0.709
Kenyamanan Transaksi	3	12	8	12	7.5	11.195	1.139
Kenyamanan Manfaat	3	12	8	12	7.5	10.851	1.325
<i>Security concern</i>	3	12	6	12	7.5	10.494	1.539

Kinerja Keuangan - CAR	-	-	0.173	0.242	-	0.223	0.022
Kinerja Keuangan - LDR	-	-	0.8	1.631	-	0.908	0.172

Sumber: Data diolah September 2021

Hasil Uji Validitas

Validitas konvergen dinilai dari korelasi antara nilai indikator dengan nilai konstraknya. Indikator konstruk dikatakan valid jika memiliki nilai korelasi di atas 0.70 (Ghozali, 2014). Akan tetapi pada penelitian tahap awal pengembangan skala, nilai *loading* 0.60 sampai 0.70. masih dianggap cukup atau diterima (Hair et al., 2011). Secara keseluruhan, hasil uji ini dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki validitas konvergen yang baik. Sementara, validitas diskriminan dilihat dengan membandingkan akar kuadrat dari AVE untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Dikatakan memiliki validitas diskriminan baik jika nilai akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar dari pada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya (Ghozali, 2014). Berdasarkan hasil yang telah di uji kembali pada Tabel 4, dapat dikatakan bahwa seluruh indikator mempunyai nilai *loading factors* diatas 0,70 dan nilai AVE diatas 0,50. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada penelitian ini valid dan mempunyai konstruk validitas konvergen dan diskriminan yang baik.

Tabel 3.

Uji Konvergen dan Diskriminan

Variabel	Item Pertanyaan	Outer Loading	AVE	Keterangan
Kenyamanan Akses	X13	0.999	0.5100	Valid
	X12	0.545		
Kenyamanan Transaksi	X23	0.805	0.5900	Valid
	X22	0.546		
	X21	0.907		
Kenyamanan Manfaat	X33	0.678	0.6500	Valid
	X32	0.891		
	X31	0.835		
<i>Security concern</i>	M3	0.501	0.6400	Valid
	M2	0.872		
	M1	0.953		
Kinerja Keuangan	Y3	0.798	0.6420	Valid
	Y1	0.805		

Sumber: Data diolah Januari 2022

Hasil Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan indikator dalam mengukur konstruk. Uji reliabilitas dapat diukur dengan dua kriteria yaitu *cronbach alpha* dan *composite reliability* dari indikator yang mengukur konstruk. Suatu konstruk dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* dan *composite reliability* diatas 0,70 (Ghozali, 2014).

Tabel 4.
 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Kenyamanan Akses	0.303	0.772	Reliabel
Kenyamanan Manfaat	0.722	0.846	Reliabel
Kenyamanan Transaksi	0.683	0.806	Reliabel
Kinerja Keuangan	0.443	0.782	Reliabel
<i>Security concern</i>	0.774	0.833	Reliabel

Sumber: Data diolah Januari 2022

Hasil yang tertera pada Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh variabel mempunyai nilai *cronbach alpha* dan *composite reliability* diatas 0,70. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator konstruk reliabel atau akurat dalam uji reliabilitas.

Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)

Analisis dengan menggunakan PLS ini dapat dibagikan menjadi dua tahap yaitu uji model pengukuran dan uji model struktural. Uji model struktural ini dapat dilakukan dengan melihat nilai *R-square* atau uji *goodness-fit model*. Setelah itu dapat dilihat signifikansi pengaruh antar konstruk dengan melihat dari hasil nilai pada *path coefficient s (Mean, STDEV, T-values, P-Values)* dalam (Ghozali, 2014). Nilai *R-square* menunjukkan bahwa variabel kinerja keuangan yang bernilai 0,427 yang berarti variabel kinerja keuangan yang dipengaruhi oleh kenyamanan akses, kenyamanan transaksi, dan kenyamanan manfaat sebesar 42,7%. Sedangkan sisanya yang berjumlah 57,3% dipengaruhi oleh variabel diluar konstruk penelitian ini. Untuk melihat signifikansi pengaruh antar konstruk dengan melihat hasil nilai pada *path coefficient s (Mean, STDEV, T-Values, p-value)* (Ghozali, 2014).

Tabel 5
 Nilai Path Coefisien

Hipotesis	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
H1 Kenyamanan Akses -> Kinerja Keuangan	0.489	4.752	0.000***	Positif signifikan 1%, H1 = Diterima
H2 Kenyamanan Transaksi -> Kinerja Keuangan	-0.273	1.390	0.083*	Negatif signifikan 10%, H2 = Ditolak
H3 Kenyamanan Manfaat -> Kinerja Keuangan	-0.102	0.629	0.265	Negatif tidak signifikan, H3 = Ditolak
H4 <i>Security concern</i> -> Kinerja Keuangan	-0.233	1.679	0.047**	Negatif signifikan 5%, H4 = Ditolak lawan arah
H5 Moderating Effect 1 -> Kinerja Keuangan	-0.084	0.668	0.252	Negatif tidak signifikan, H5 = Ditolak
H6 Moderating Effect 2 -> Kinerja Keuangan	0.234	1.030	0.152	Positif tidak signifikan, H6 = Ditolak
H7 Moderating Effect 3 -> Kinerja Keuangan	-0.152	0.930	0.177	Negatif tidak signifikan, H7 = Ditolak

Dari hasil yang ada pada Tabel 5 dapat dilihat *original sample* untuk mengetahui hubungan antar variabel dan untuk mengetahui pengaruh signifikansi hubungan antar variabel dapat dilihat dari *P Values*, dengan tingkat signifikan 1%, 5% dan 10% satu arah.

Pembahasan

Hasil dari pengujian uji hipotesis ini tertera pada Tabel 7 *path coefficient s* (Mean, STDEV, T-Values) pada penelitian ini pengujian untuk hipotesis menggunakan *inner model*. Pengujian hipotesis ini untuk membuktikan pengaruh antar variabel independen yaitu kenyamanan akses, kenyamanan transaksi, dan kenyamanan manfaat serta variabel moderasi *security concern* terhadap kinerja keuangan perbankan.

Pengaruh Kenyamanan Akses terhadap Kinerja Keuangan

Hasil dari *path coefficient s* untuk pengaruh Kenyamanan Akses terhadap kinerja keuangan mempunyai nilai 0,489 berpengaruh positif signifikan 1%, H1 diterima, yang berarti persepsi konsumen tentang upaya minimal dan waktu yang dibutuhkan untuk memanfaatkan layanan dapat semakin meningkatkan kinerja keuangan perbankan yaitu CAR dan LDR. Hal ini dapat ditunjukkan terutama pada bank dalam skala besar cenderung memiliki kemudahan akses dalam bertransaksi.

Pengaruh Kenyamanan Transaksi terhadap Kinerja Keuangan

Hasil dari *path coefficient s* untuk pengaruh Kenyamanan Transaksi terhadap kinerja keuangan mempunyai nilai -0.273 berpengaruh negatif signifikan 10% , H2 ditolak karena berlawanan arah, yang berarti bahwa kecepatan dan kemudahan konsumen dapat menyelesaikan transaksi menurunkan kinerja keuangan, secara kenyamanan transaksi terutama dalam hal kemudahan dan kecepatan para nasabah perbankan yang menggunakan online banking masih belum merasa puas, hal ini kemungkinan dapat disebabkan dari sisi aplikasi mobile banking yang belum terlalu sempurna atau jaringan internet yang masih lemah.

Pengaruh Kenyamanan Manfaat terhadap Kinerja Keuangan

Hasil dari *path coefficient s* untuk pengaruh Kenyamanan Manfaat terhadap kinerja keuangan mempunyai nilai -0.102, H3 ditolak, yang berarti berpengaruh negatif tidak signifikan yang berarti bahwa waktu dan usaha yang diperlukan untuk mendapatkan manfaat utama dari layanan tidak berdampak atas pandangan dari nasabah bank terhadap kinerja keuangan

Pengaruh *Security concern* terhadap Kinerja Keuangan

Hasil dari *path coefficient s* untuk pengaruh *Security concern* terhadap kinerja keuangan mempunyai nilai -0.233 berpengaruh negatif signifikan 5%, H4 ditolak karena berlawanan arah, yang berarti bahwa perhatian konsumen tentang keselamatan dan keamanan data transaksi serta keamanan informasi pribadi yang dibagikan melalui platform perbankan masih rendah, sehingga nasabah yang masih merasa kurang aman dalam bertransaksi secara online dapat berdampak terhadap turunnya kinerja perbankan.

Peran *Security concern* dalam Memperkuat Pengaruh Kenyamanan Akses terhadap Kinerja Keuangan

Hasil dari *path coefficient s* untuk melihat peran *Security concern* sebagai variabel moderasi atas pengaruh Kenyamanan Akses terhadap Kinerja Keuangan dalam mendeteksi kecurangan mempunyai nilai -0,084 berpengaruh negatif tidak signifikan, H5 ditolak, yang berarti bahwa *security concern* tidak dapat memoderasi atas pengaruh kenyamanan akses terhadap kinerja keuangan. Hal ini kemungkinan dapat disebabkan karena persepsi nasabah tentang upaya minimal dan waktu yang dibutuhkan untuk memanfaatkan layanan nasabah yang masih merasa kurang untuk mendapatkan akses dalam bertransaksi secara online sehingga peran *security concern* yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja perbankan dalam persepsi atas kenyamanan bertransaksi tidak terjadi.

Peran *Security concern* dalam Memperkuat Pengaruh Kenyamanan Transaksi terhadap Kinerja Keuangan

Hasil dari *path coefficient s* untuk melihat peran *Security concern* sebagai variabel moderasi atas pengaruh Kenyamanan Transaksi terhadap Kinerja Keuangan dalam mendeteksi kecurangan mempunyai nilai 0.234 yang berarti berpengaruh positif tidak signifikan, H6 ditolak, yang berarti bahwa yang berarti bahwa *security concern* tidak dapat memoderasi atas pengaruh kenyamanan transaksi terhadap kinerja keuangan. Hal ini kemungkinan dapat disebabkan karena persepsi nasabah untuk kecepatan dan kemudahan konsumen dapat menyelesaikan transaksi yang masih merasa kurang dalam bertransaksi secara online sehingga peran *security concern* yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja perbankan dalam persepsi atas kenyamanan bertransaksi tidak terjadi.

Peran *Security concern* dalam Memperkuat Pengaruh Kenyamanan Manfaat terhadap Kinerja Keuangan

Hasil dari *path coefficient s* untuk melihat peran *Security concern* sebagai variabel moderasi atas pengaruh Kenyamanan Manfaat terhadap Kinerja Keuangan dalam mendeteksi kecurangan mempunyai nilai -0.152 yang berarti berpengaruh negatif tidak signifikan, H7 ditolak, yang berarti bahwa yang berarti bahwa yang berarti bahwa *security concern* tidak dapat memoderasi atas pengaruh kenyamanan manfaat terhadap kinerja keuangan. Hal ini kemungkinan dapat disebabkan karena persepsi nasabah waktu dan usaha yang diperlukan untuk mendapatkan manfaat utama dari layanan tidak berdampak, sehingga peran *security concern* yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja perbankan dalam persepsi atas kenyamanan bertransaksi tidak terjadi.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat peranan *security concern* dalam kenyamanan bertransaksi secara online dan dampaknya terhadap kinerja perbankan. Penelitian ini menggunakan 87 responden dengan sampel dalam lingkup Civitas Akademika FEB Universitas Pancasila yang menggunakan transaksi perbankan secara online. Sumber dan skala pengukuran adalah data primer dengan skala likert atas data kuesioner yang disebarkan kepada responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan akses berpengaruh signifikan positif pada tingkat 1% terhadap kinerja keuangan yang berarti persepsi konsumen tentang upaya minimal dan waktu yang dibutuhkan untuk memanfaatkan layanan dapat semakin meningkatkan kinerja keuangan perbankan yaitu CAR dan LDR. Hal ini dapat ditunjukkan terutama pada bank dalam skala besar cenderung memiliki kemudahan akses dalam bertransaksi.

Sebaliknya untuk kenyamanan bertransaksi dan *security concern* menunjukkan berpengaruh negatif signifikan pada tingkat 10% dan 5%. Untuk kenyamanan bertransaksi hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kecepatan dan kemudahan konsumen dapat menyelesaikan transaksi menurunkan kinerja keuangan, yang berarti secara kenyamanan transaksi terutama dalam hal kemudahan dan kecepatan para nasabah perbankan yang menggunakan online banking masih belum merasa puas, hal ini kemungkinan dapat disebabkan dari sisi aplikasi mobile banking yang belum terlalu sempurna atau jaringan internet yang masih lemah. Sedangkan untuk *security concern* juga menunjukkan berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan yang berarti bahwa perhatian konsumen tentang keselamatan dan keamanan data transaksi serta keamanan informasi pribadi yang dibagikan melalui platform perbankan masih rendah, sehingga konsumen yang masih merasa kurang aman dalam bertransaksi secara online dapat berdampak terhadap turunnya kinerja perbankan. Dengan menunjukkan bahwa *security concern* yang berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan perbankan, maka peran *security concern* tidak berdampak kinerja keuangan dalam kenyamanan bertansaksi secara online sebagai variabel pemoderasi.

Implikasi Penelitian

Penelitian ini memberikan implikasi bahwa ditengah perkembangan teknologi yang semakin pesat saat ini, produk pelayanan bank baik secara langsung maupun tidak langsung akan semakin bergerak kearah online. Untuk itu diperlukan kenyamanan para nasabah dalam bertransaksi secara online, baik itu dalam kenyamanan akses, kenyamanan transaksi maupun kenyamanan manfaat. Serta peranan *security concern* menjadi sangat penting bagi para nasabah untuk merasa aman dalam melakukan transaksi secara online. Secara garis besar dengan berkembangnya aplikasi mobile banking dapat meningkatkan kenyamanan akses, dan bank-bank yang memiliki tingkat kenyamanan akses yang tinggi dapat meningkatkan kinerja keuangannya. Akan tetapi untuk kenyamanan transaksi dan kenyamanan manfaat serta *security concern* menunjukkan arah yang berlawanan arah dengan kinerja keuangan atau pun tidak berdampak untuk itu pada perbankan yang ada di Indonesia perlu lebih mengembangkan lagi aplikasi mobile banking yang ada, baik dari sisi platform yang disediakan, jaringan internet yang dengan bandwidth tidak besar, dan tingkat keamanan yang tinggi dan tidak dapat di bobol oleh penjahat perbankan di dunia maya. Sehingga akan semakin meningkatkan kenyamanan dalam bertransaksi mobile banking otomatis, tingkat transaksi perbankan dapat meningkat dan kinerja keuangan juga meningkat

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini menggunakan data kuesioner yang disebar secara purposive sampling pada ruang lingkup civitas akademika FEB UP yang sebagian besar responden yang mengisi kuesioner adalah mahasiswa, dimana kemungkinan masih kurang terlalu menggunakan akses mobile banking dalam kapasitas yang lebih besar daripada orang tua mereka. Perlu melakukan wawancara secara mendalam terhadap responden untuk melihat pandangan mereka mengenai kenyamanan transaksi secara online dan peran *security concern* dalam bertransaksi secara online.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Hawari, M. A. A. (2014). Does customer sociability matter? Differences in e-quality, e-satisfaction, and e-loyalty between introvert and extravert online banking users. *Journal of Services Marketing*.
- Beauchamp, M. B., & Ponder, N. (2010). Perceptions of retail convenience for in-store and online shoppers. *The Marketing Management Journal*, 20(1), 49-65.
- Berry, L. L., Seiders, K., & Grewal, D. (2002). Understanding service convenience. *Journal of marketing*, 66(3), 1-17.
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS quarterly*, 351-370.
- Duarte, P., e Silva, S. C., & Ferreira, M. B. (2018). How convenient is it? Delivering online shopping convenience to enhance customer satisfaction and encourage e-WOM. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44, 161-169.
- Flavián, C., & Guinalú, M. (2006). Consumer trust, perceived security and privacy policy: three basic elements of loyalty to a web site. *Industrial management & data Systems*.
- Ghozali, I (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM SPSS)*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hair, J. F., Hult, T. M., Ringle, C., dan Sarstedt, M. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow. England.
- Hair, J., Ringle, C. and Sarstedt, M. (2011) PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19, 139-151.
- Hoehle, H., Huff, S., Goode, S., 2012. The Role of Continuous Trust In Information Continuance. *Journal of Computer Information Systems*. Volume 52, 2012 – Issue 4, 1-9.

- Hoehle, H., Scornavacca, E., & Huff, S. (2012). Three decades of research on consumer adoption and utilization of electronic banking channels: A literature analysis. *Decision Support Systems*, 54(1), 122-132.
- Hussien, M. I., & Abd El Aziz, R. (2013). Investigating e-banking service quality in one of Egypt's banks: a stakeholder analysis. *The TQM Journal*.
- Hussien, M. I., & Aziz, R. A. E. (2017). System dynamics modeling and simulation for E-Banking: the Egyptian context. *IBIMA Business Review*, 2017, 1-17.
- Hussein, M. I. (2017). *A mixed methods approach to investigate the electronic banking websites service quality: The case of Egypt* (Doctoral dissertation, Cardiff Metropolitan University).
- Jiang, L. A., Yang, Z., & Jun, M. (2013). Measuring consumer perceptions of online shopping convenience. *Journal of Service management*.
- Laukkanen, T., & Kiviniemi, V. (2010). The role of information in mobile banking resistance. *International Journal of bank marketing*.
- Lee, S.H., (2015). The impact of convenience value of mobile banking service on customer satisfaction and Re-usage intention: the moderate effect of technology anxiety. *J. of Inf. Technol. Serv.* 14 (2), 1-14.
- Lee, H.H., Jin Ma, Y., (2012). Consumer perceptions of online consumer product and service reviews: focusing on information processing confidence and susceptibility to peer influence. *J. Res. Indian Med.* 6 (2), 110-132
- Luis, V., Flavian C. and Guinaliu M. (2008). The role of satisfaction and website usability in developing customer loyalty and positive word-of-mouth in the e-banking services. *International Journal of Bank Marketing*. 31(6), 399 - 417.
- Mahapatra, S. and Mishra, A. (2017), Acceptance and forwarding of electronic word of mouth, *Marketing Intelligence & Planning*, 35(5), 594-610.
- Mullan, J., Bradley, L., & Loane, S. (2017). Bank adoption of mobile banking: stakeholder perspective. *International Journal of Bank Marketing*. 35 (7), 1154-1174.
- Reimers, V., & Chao, F. (2014). The role of convenience in a recreational shopping trip. *European Journal of Marketing*. 48(11/12), 2213-2236.
- Shaikh, A.A., Karjaluo, H., (2015). Mobile banking adoption: a literature review. *Telematics Inf.* 32 (1), 129-142.
- Shankar, Amit and Kumari, Pooja, (2019). Exploring the enablers and inhibitors of electric vehicle adoption intention from sellers' perspective in India: A view of the dual-factor model. *Journal of Philanthropy and Marketing*, 24(4), e1662.
- Shankar, A., Jebarajakirthy, C., (2019). The influence of e-banking service quality on customer loyalty: a moderated mediation approach. *Int. J. Bank Market.* 37 (5), 1119-1142.
- Shankar, A., Jebarajakirthy, C., Ashaduzzaman, Md, (2020). How do electronic word of mouth practices contribute to mobile banking adoption? *J. Retailing Consum. Serv.* 52, 101920.
- Syamsuddin, I., & Hwang, J. (2009). The application of AHP model to guide decision makers: a case study of e-banking security. *In Computer Sciences and Convergence Information Technology, 2009, November. ICCIT'09. Fourth International Conference on IEEE*, 1469-1473.
- Talwar, S., Dhir, A., Kaur, P., M`antym`aki, M., (2020). Why do people purchase from online travel agencies (OTAs)? A consumption values perspective. *Int. J. Hospit. Manag.* 88, 102534.
- Yang, Z. and Fang, X. (2004), "Online service quality dimensions and their relationships with satisfaction; a content analysis of customer reviews of securities brokerage services", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 15 No. 3, pp. 302-326.

Declarations

Funding

Not applicable

Conflicts of interest/ Competing interests:

The authors have no conflicts of interest to declare that are relevant to the content of this article.