



Pengaruh Penggunaan *E-Banking* dan Potensi Risiko Terhadap Kepercayaan Nasabah Yang Dimoderasi Oleh Literasi Keuangan (Studi Pada Komunitas Traveler Emak-Emak New RM)

Findy Rachmandika Muhammad¹, Endang Wulandari²

Abstrak

Permasalahan yang ditemukan pada nasabah perbankan adalah kekhawatiran akan keandalan dari bank digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan *e-banking* dan potensi risiko terhadap kepercayaan nasabah yang dimoderasi oleh literasi keuangan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 36 responden. Metode analisis yang digunakan analisis regresi linear berganda dan analisis regresi moderasi. Kesimpulan penelitian ini adalah penggunaan *e-banking* tidak memengaruhi kepercayaan nasabah dan potensi risiko berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah sedangkan literasi keuangan memoderasi negatif pengaruh penggunaan *e-banking* terhadap kepercayaan nasabah dan mampu memoderasi positif potensi risiko terhadap kepercayaan nasabah.

Kata kunci: penggunaan *e-banking*, potensi risiko, kepercayaan nasabah, literasi keuangan

Abstract

The problem found in banking customers is concern about the reliability of digital banks. This study aims to determine the effect of e-banking usage and potential risks to customer trust moderated by financial literacy. The data collection technique used a questionnaire distributed to 36 respondents. The analysis methods used multiple linear regression analysis and moderation regression analysis. The conclusion of this study states that the use of e-banking does not affect customer trust and potential risks affect customer trust, while financial literacy negatively moderates the effect of e-banking usage on customer trust and is able to positively moderate potential risks to customer trust.

Keywords: e-banking usage, potential risks, customer trust, financial literacy

Article History:

Submitted/Received 29 Feb 2024
First Revised 13 Mar 2024
Accepted 26 Mar 2024
Publication Date 01 Jun 2024

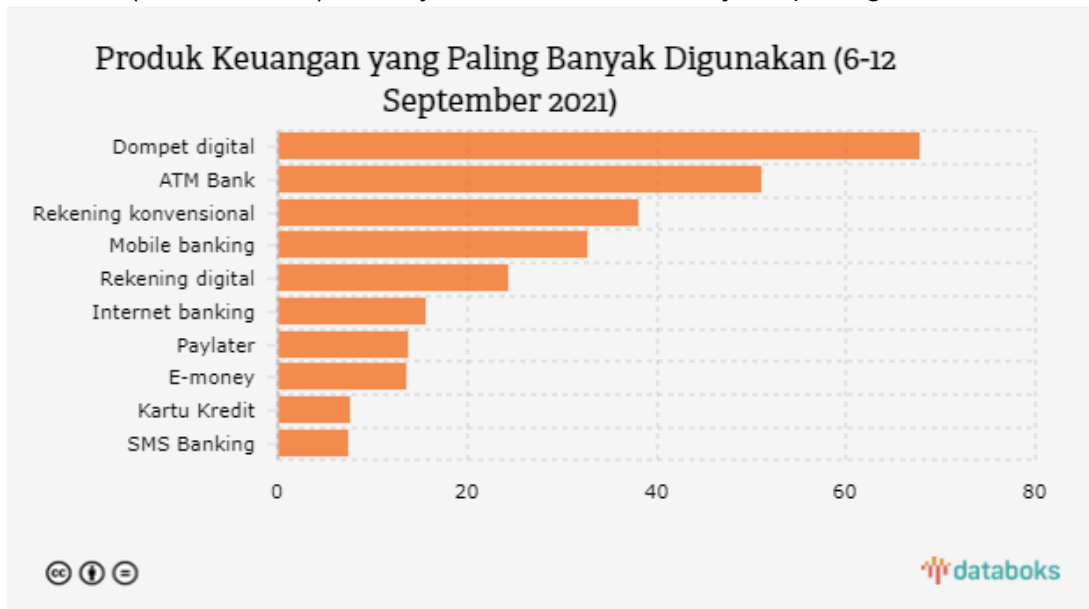
*Correspondence E-mail:
wulandariendang12@gmail.com

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Sahid

PENDAHULUAN

Aktivitas kegiatan ekonomi suatu negara selalu tak terlepas dari aktivitas keuangan dalam industri perbankan (Simatupang, 2019). Kondisi industri perbankan di Indonesia tentunya juga mengalami banyak perubahan di era digital seperti saat ini. Era digital yang semakin mendarah daging dan menjadi kebutuhan dan gaya hidup masyarakat Indonesia tentunya juga merambah pada dunia perbankan. Salah satu kecanggihan teknologi yang memberikan pengaruh besar adalah teknologi internet sehingga muncullah era bank digital (Joshi et al., 2022).

Laju digitalisasi dalam dunia perbankan mengalami percepatan semenjak adanya pandemi COVID-19 beberapa tahun silam. Bulan Maret, 2020 tercatat bahwa terdapat 92% konsumen Indonesia melakukan transaksi secara daring dan pada akhir tahun 2020 total transaksi secara daring mencapai Rp201 triliun. Berdasarkan hal tersebut, Katadata Insight Center (KIC) menyatakan bahwa berdasarkan hasil survey pada tahun 2021 diperoleh hasil bahwa dompet digital adalah produk keuangan yang paling banyak digunakan oleh masyarakat disusul posisi kedua adalah penggunaan ATM di bank, dan rekening konvensional (Pahlevi, 2022). Survey dari KIC tersebut disajikan pada gambar 1 di bawah.



Gambar 1. Produk Keuangan Terbanyak yang Digunakan
(Sumber: Pahlevi, 2022)

Berdasarkan data tersebut di atas, diketahui bahwa dompet digital adalah produk keuangan yang paling banyak digunakan di Indonesia yang berarti bahwa kepercayaan masyarakat terhadap produk tersebut sangat baik. Pesatnya transaksi digital juga dapat dilihat dari nilai transaksi bank digital per tahun 2022 mencapai Rp52,245 triliun. Bank digital di Indonesia juga memiliki kapitalisasi pasar yang besar seperti misalnya Bank Jago dengan kode emiten ARTO memiliki kapitalisasi pasar sebesar Rp39,91 triliun, kedua Allo Bank dengan kode emiten BBHI Rp36,07 triliun dan posisi ketiga adalah Bank Aladin Syariah dengan kode emiten BANK memiliki kapitalisasi pasar sebesar Rp19,27 triliun sehingga ketiga bank tersebut adalah tiga bank digital dengan kapitalisasi terbesar (Santika, 2023).

Berdasarkan data tersebut di atas dapat diketahui bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank digital terlihat sangat tinggi namun perlu diperhatikan juga bahwa bank harus memperhatikan dan menjamin keamanan nasabahnya. Perlindungan terhadap

nasabah inilah yang bisa meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank digital sehingga semakin baik akan semakin meningkatkan kepercayaan nasabah (Tarigan & Paulus, 2019). Perlindungan terhadap nasabah oleh bank digital harus mampu menjaga privasi nasabah sehingga mampu mempertahankan kepercayaan nasabah terhadap perbankan khususnya bank digital (Heryani et al., 2020).

Pada prinsipnya lembaga perbankan adalah lembaga yang mengandalkan kepercayaan masyarakat untuk menjaga eksistensinya sehingga berdasarkan hal ini maka muncul UU Perlindungan Konsumen. UU ini dimaksudkan untuk menjadi landasan hukum dari pemerintah untuk menjaga kepercayaan konsumen terkait perbankan. Konsekuensi dari adanya UU Perlindungan Konsumen terhadap pelayanan perbankan adalah selalu beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha, selalu memberikan informasi yang benar terkait informasi keuangan nasabah, serta menjamin kegiatan perbankan sesuai dengan standar yang berlaku (UU Nomor 8, 1999). Pelayanan yang baik dari yang diberikan oleh perbankan akan memberikan kepercayaan lebih terhadap nasabah sehingga kecil kemungkinan untuk nasabah berpindah layanan ke bank lainnya (Debora & Widiati, 2023).

Bank dapat dikatakan aman apabila mampu menjalankan fungsinya dengan benar yang bermakna bahwa bank yang aman adalah bank yang senantiasa menjaga kepercayaan nasabahnya dan mampu untuk menjaga kelancaran lalu lintas pembayaran. Perbankan tak terkecuali perbankan digital tentunya tidak terlepas dari beragam potensi risiko. Peraturan Bank Indonesia No. 11/25/PBI/2009 tentang penerapan manajemen risiko bagi bank umum dan bank konvensional mencakup 8 risiko yaitu risiko likuiditas, risiko kepatuhan, risiko kredit, risiko hukum, risiko strategis, risiko reputasi, risiko operasional, dan risiko pasar. Berkaitan dengan hal tersebut, maka diperlukan manajemen risiko yang baik dari pihak perbankan karena potensi terjadinya penipuan, pembobolan, dan situs palsu yang akhirnya akan memengaruhi kepercayaan nasabah (Tanic & Atahau, 2021).

Penggunaan *e-banking* dan potensi risiko terhadap kepercayaan konsumen tentunya dipengaruhi oleh faktor lain contohnya adalah literasi keuangan berdasarkan teori perilaku terencana atau *theory of planned behavior* (Ajzen, 1991). Teori perilaku terencana menyatakan bahwa perilaku seseorang dalam menggunakan *e-banking* dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kenali perilaku dan salah satu komponen dari kendali perilaku adalah literasi keuangan. Literasi keuangan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman untuk mengenali layanan perbankan seperti layanan pada bank digital dan kelebihanannya (Tiffani, 2023). Literasi keuangan berkaitan dengan pengetahuan atas keuangan dan ketrampilan dalam mengelola keuangan pribadi sehingga literasi keuangan yang dimiliki oleh individu dengan baik akan memengaruhi perilaku keuangan dan mampu mengelola keuangannya dengan baik sehingga individu yang kurang memiliki literasi keuangan yang baik akan cenderung untuk gagal pada pengelolaan keuangannya termasuk dengan penggunaan perbankan (Yushita, 2017).

Penelitian ini berfokus pada kepercayaan nasabah *traveler* emak-emak *New RM* tentang kecenderungannya dalam menggunakan layanan keuangan digital. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan menjadi pengembangan literatur pada bidang keuangan khususnya literasi keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari penggunaan *e-banking* dan potensi risiko terhadap kepercayaan nasabah dan pengaruh moderasi dari literasi keuangan terhadap penggunaan *e-banking* dan potensi risiko terhadap kepercayaan nasabah.

TINJAUAN PUSTAKA

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, seperti penelitian yang dilakukan oleh Rakhmawati, (2013) menyatakan bahwa penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *internet banking*. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Iqbal & Isroq Urrahmah, (2021) juga menyatakan bahwa penggunaan *e-banking* berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Penelitian selanjutnya yang dilakukan Nisa pada tahun 2018 menyatakan bahwa penggunaan *e-banking* tidak berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah (Nisa, 2018). Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Afghani dan Yulianti pada tahun 2016 menyatakan bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap adopsi *e-banking* di Bank BRI Surabaya (Afghani & Yulianti, 2017). Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Ratmono dan Septiana pada tahun 2021 menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah pengguna *m-banking* BRI Konvensional (Ratmono & Septiana, 2021).

Terdapat beberapa teori yang mendasari dalam rumusan hipotesis pada penelitian ini, yaitu teori penerimaan teknologi, teori kepercayaan dan risiko, dan teori perilaku terencana. Teori penerimaan teknologi menyatakan bahwa penggunaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan (Davis, 1989). Teori penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang digunakan untuk memodelkan bagaimana pengguna dalam menggunakan teknologi. TAM bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pengguna atau nasabah terhadap suatu model teknologi. Pengguna atau nasabah yang memiliki literasi keuangan baik akan cenderung untuk lebih mengetahui manfaat dan kemudahan dalam penggunaan *e-banking*. Nasabah yang merasa bahwa penggunaan *e-banking* akan memudahkan hidupnya akan memiliki kepercayaan dan keinginan untuk menggunakannya (Marangunic & Granić, 2015).

TAM banyak digunakan sebagai dasar teori penelitian teknologi informasi dalam berbagai ranah penelitian. Berdasarkan temuan-temuan yang ada pada penelitian terdahulu maka terdapat kesenjangan penelitian yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi konstruk ataupun faktor lain yang menjadi alasan adanya inkonsistensi hasil penelitian terdahulu.

Teori yang kedua adalah teori kepercayaan dan risiko. Pengguna teknologi tak terkecuali *e-banking* akan bertindak sesuai nalar dalam menggunakan teknologi tersebut dengan berbagai pertimbangan alasan. Risiko yang mungkin muncul adalah pencurian data, kehilangan uang dari nasabah, sarana internet yang tidak stabil, dan lain sebagainya sehingga hal ini memunculkan potensi risiko dari penggunaan *e-banking*. Teori ini menyatakan bahwa kepercayaan dari nasabah terhadap penggunaan *e-banking* dipengaruhi persepsi terhadap risiko yang mungkin akan terjadi dengan penggunaan *e-banking*. Jika potensi risiko minim dan nasabah yakin bahwa penggunaan *e-banking* akan memudahkan hidupnya maka nasabah akan memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap layanan perbankan secara digital (Vallerand et al., 1992).

Theory of planned behavior atau teori perilaku terencana bertujuan untuk mengetahui niat berperilaku dan menjelaskan perilaku nyata dari manusia, Teori ini mengasumsikan bahwa manusia cenderung untuk bersifat rasional dalam menggunakan informasi dan menganalisis dampaknya sebelum melakukan tindakan tersebut.

Penelitian ini menambahkan teori perilaku terencana sebagai dasar teori karena komponen dalam teori ini memiliki pengaruh terhadap kecenderungan nasabah dalam menggunakan layanan *e-banking* yang ditambahkan dengan indikator literasi keuangan. Literasi keuangan digambarkan sebagai konsep pemahaman dari suatu individu terhadap

pemahaman keuangan yang memengaruhi niat individu untuk menggunakan layanan keuangan seperti *e-banking*.

Berdasarkan teori yang telah disebutkan di atas dan beberapa penelitian terdahulu maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

- H₁: Penggunaan *e-banking* berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah.
- H₂: Potensi risiko berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah diungkapkan ditemukan inkonsistensi hasil penelitian sehingga peneliti menambahkan satu variabel pemoderasi yaitu literasi keuangan.

Literasi keuangan dapat dianggap sebagai pemoderasi yang relevan dalam menguji pengaruh penggunaan *e-banking* dan potensi risiko terhadap kepercayaan nasabah. Beberapa asumsi dan teori yang mendasarinya antara lain adalah asumsi literasi keuangan, teori perilaku konsumen, dan teori keputusan keuangan.

Asumsi pertama menganggap bahwa literasi keuangan dianggap sebagai dasar dalam hubungan penggunaan *e-banking*, potensi risiko, dan kepercayaan nasabah. Asumsi ini menyatakan bahwa literasi keuangan setiap individu akan memengaruhi daya pikirnya dalam memahami dan menilai risiko yang ada terkait dengan penggunaan layanan *e-banking* yang akan memengaruhi kepercayaan dari nasabah (Williams et al., 2013).

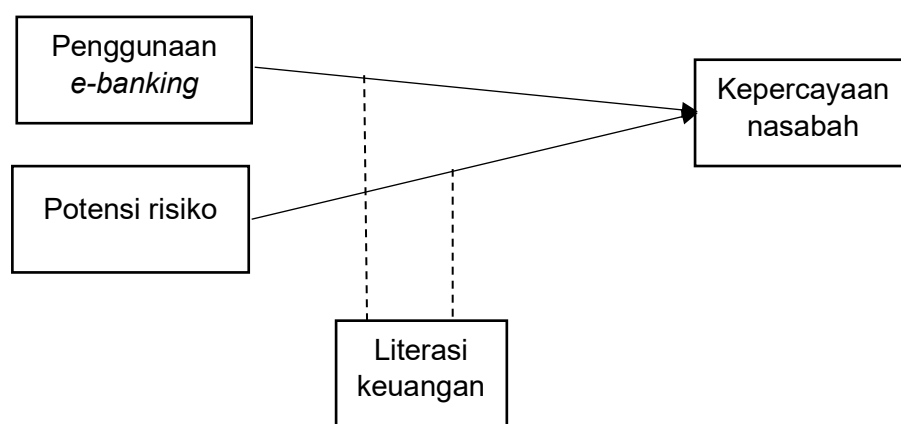
Asumsi kedua yang mendasari literasi keuangan sebagai pemoderasi dalam penelitian ini adalah teori perilaku konsumen. Teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa perilaku dari setiap konsumen atau nasabah dipengaruhi oleh persepsi dari setiap individu terhadap risiko dan manfaat dari suatu produk atau layanan *e-banking* (Roy, 2022).

Asumsi selanjutnya adalah teori keputusan keuangan. Teori keputusan keuangan memandang bahwa literasi keuangan adalah penentu dalam pengambilan keputusan. Teori ini memandang bahwa tingkat literasi keuangan individu akan memengaruhi keputusannya dalam menilai risiko dan manfaat yang mungkin akan terjadi dari keputusan keuangan termasuk dalam kepercayaan penggunaan *e-banking* (Blamont et al., 1986).

Berdasarkan teori tersebut di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis terakhir dalam penelitian ini yaitu:

- H₃: Literasi keuangan memoderasi positif penggunaan *e-banking* terhadap kepercayaan nasabah.
- H₄: Literasi keuangan memoderasi positif potensi risiko terhadap kepercayaan nasabah.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka dapat dirumuskan kerangka berpikir tentang pengaruh penggunaan *e-banking* dan potensi risiko terhadap kepercayaan nasabah yang dimoderasi oleh literasi keuangan seperti ditunjukkan pada gambar 2 di bawah.



Gambar 2. Kerangka Berpikir

Berdasarkan gambar tersebut penggunaan *e-banking* dan potensi risiko akan menjadi variabel independen, literasi keuangan akan menjadi variabel moderasi dan kepercayaan nasabah menjadi variabel dependen. Garis yang menghubungkan penggunaan *e-banking* dan potensi risiko menggambarkan pola hubungan langsung sedangkan pola garis putus-putus menjelaskan interaksi dari literasi keuangan sebagai pemoderasi terhadap hubungan penggunaan *e-banking* dan potensi risiko.

METODE PENELITIAN

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh anggota wisatawan emak-emak *new RM* yang berjumlah 63 orang. Kelompok wisata ini diisi dengan kaum ibu-ibu yang menyukai *traveling* keliling Indonesia yang belum menggunakan aplikasi *e-banking* untuk keperluan wisatanya. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *convenience sampling* dengan menggunakan kriteria tertentu sehingga diperoleh sampel penelitian sebanyak 36 responden.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data primer melalui kuesioner. Persepsi responden menggunakan skala interval dengan urutan skala 1 untuk Sangat Tidak Setuju (STS) hingga urutan skala 5 yaitu Sangat Setuju (SS) untuk semua variabel.

Variabel dependen pada penelitian ini adalah kepercayaan nasabah, lalu variabel independen pertama adalah penggunaan *e-banking*, variabel independen kedua adalah potensi risiko dan menggunakan satu variabel moderasi yaitu literasi keuangan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi hirarki untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan interaksi dari variabel moderasi pada variabel independen terhadap variabel dependen.

Definisi operasional masing-masing variabel penelitian mengacu pada penelitian terdahulu yang relevan. Indikator variabel penggunaan *e-banking* terdiri dari kemudahan penggunaan aplikasi, tampilan *menu* yang mudah dipahami, kecepatan dalam penggunaan aplikasi, akses penggunaan *e-banking* yang tidak terbatas waktu (Altobishi et al., 2018). Selanjutnya indikator variabel potensi risiko terdiri dari keamanan penggunaan aplikasi, tidak adanya potensi risiko dikemudian hari, kepercayaan keamanan aplikasi, keamanan jaringan internet dalam penggunaan aplikasi (Akbari, 2012). Berikutnya indikator untuk literasi keuangan adalah kehematan tenaga dan waktu, kelengkapan informasi, pemaha man terhadap produk keuangan, dan kemudahan dalam mengatur keuangan (Foster et al., 2022). Indikator kepercayaan nasabah adalah pengetahuan pengguna, kemudahan akses, privasi pengguna, kemanan data, dan kemudahan penggunaan (Goudarzi et al., 2015), selanjutnya untuk memudahkan pemahaman maka indikator setiap variabel akan dituliskan pada tabel di bawah.

Tabel 1. Indikator Variabel

Variabel	Indikator
Penggunaan <i>e-banking</i>	1. Kemudahan penggunaan aplikasi 2. Tampilan menu yang mudah dipahami 3. Kecepatan dalam penggunaan aplikasi 4. Akses yang terbatas waktu
Potensi risiko	1. Keamanan penggunaan aplikasi 2. Tidak adanya potensi risiko yang mungkin terjadi 3. Kepercayaan keamanan aplikasi

Variabel	Indikator
Literasi keuangan	4. Keamanan jaringan internet
	1. Kehematan tenaga dan waktu
	2. Kelengkapan informasi
	3. Pemahaman terhadap produk keuangan
Kepercayaan nasabah	4. Kemudahan dalam mengatur keuangan
	1. Pengetahuan pengguna
	2. Kemudahan akses
	3. Privasi pengguna
	4. Keamanan data
	5. Kemudahan penggunaan

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda dan regresi moderasi MRA (*Moderated Regression analysis*). Tahapan pertama yaitu menguji hipotesis 1 dan 2 menggunakan analisis regresi linear berganda sedangkan hipotesis 3 dan 4 dilakukan dengan uji regresi moderasi MRA.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggabungkan persamaan regresi linear berganda dan interaksi antara variabel independen dengan variabel moderasi atau bisa disebut sebagai regresi berjenjang dengan 2 model regresi. Model 1 digunakan untuk menguji hipotesis 1 dan 2, sedangkan model 2 digunakan untuk menguji hipotesis 3 dan 4, persamaan kedua model dalam penelitian ini yaitu:

$$Kn = \alpha + \beta_1 Pe + \beta_2 Pr + e \quad (\text{Model 1})$$

$$Kn = \alpha + \beta_3 Pe + \beta_4 Pr + \beta_5 Lk + \beta_6 Pe.Lk + \beta_7 Pr.Lk + e \quad (\text{Model 2})$$

Keterangan:

Kn : Kepercayaan nasabah

α : Konstanta

β : Koefisien regresi

ε : *Error*

Pe : Penggunaan *e-banking*

Pr : Potensi risiko

Lk : Literasi keuangan

$Pe.Lk$: Interaksi penggunaan *e-banking* dengan literasi keuangan

$Pr.Lk$: Interaksi potensi risiko dengan literasi keuangan

Hasil analisis regresi pada penelitian ini disajikan pada tabel di bawah.

Tabel 2. Persamaan Regresi Model 1

Model	Koefisien Regresi	Nilai t	Signifikansi
<i>Constant</i>	6,765	1,802	0,081
Penggunaan <i>E-banking</i>	0,161	1.201	0,238
Potensi Risiko	0,599	2,685	0,011

Berdasarkan tabel 2 tersebut diperoleh hasil bahwa nilai α dari variabel X_1 yaitu penggunaan *e-banking* adalah 0,161 dengan nilai signifikansi 0,238 yang bermakna H_1 ditolak. Variabel X_2 yaitu potensi risiko memiliki nilai α sebesar 0,599 dengan nilai signifikansi 0,011 yang

bermakna bahwa H_2 diterima. Berdasarkan hasil ini dapat diketahui bahwa variabel penggunaan *e-banking* tidak memengaruhi kepercayaan nasabah sedangkan potensi risiko memengaruhi kepercayaan nasabah. Berdasarkan tabel 1 tersebut di atas maka dapat dibentuk persamaan model 1 sebagai berikut $Kn = 6,765 + 0,161Pe + 0,599Pr + \varepsilon$. Hipotesis 3 dan 4 ditunjukkan pada tabel 3.

Tabel 3. Persamaan Regresi Model 2

Model	Koefisien Regresi	Nilai t	Signifikansi
Constant	-10,087	-1,543	0,133
Penggunaan <i>E-banking</i>	1,150	2,813	0,009
Potensi Risiko	-0,353	-1,595	0,121
Literasi Keuangan	1,488	4,035	0
Interaksi Penggunaan <i>E-banking</i> dan Literasi Keuangan	-0,059	-2,731	0,010
Interaksi Potensi Risiko dan Literasi Keuangan	0,022	2,098	0,44

Berdasarkan tabel 3 tersebut jika diperhatikan pada variabel interaksi penggunaan *e-banking* dan literasi keuangan terhadap kepercayaan nasabah menghasilkan nilai α -0,059 dengan nilai signifikansi 0,01 yang bermakna bahwa interaksi dari penggunaan *e-banking* dan literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap kepercayaan nasabah yang bermakna bahwa H_3 ditolak sedangkan interaksi potensi risiko dan literasi keuangan menghasilkan α 0,022 dengan nilai signifikansi 0,044 yang bermakna bahwa H_4 diterima. Berdasarkan hasil dari tabel 2 tersebut dapat diketahui bahwa literasi keuangan memoderasi negatif penggunaan *e-banking* terhadap kepercayaan nasabah dan memoderasi positif potensi risiko terhadap kepercayaan nasabah sehingga dapat berdasarkan tabel 2 tersebut dapat dibentuk model persamaan sebagai berikut:

$$Kn = -10,087 + 1,150Pe - 0,353Pr + 1,488Lk - 0,059Pe.Lk + 0,022Pr.Lk + \varepsilon$$

Berdasarkan hasil pengujian, maka ringkasan kesimpulan hipotesis pada penelitian ini dapat disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil

Hipotesis	Hasil uji statistik	Kesimpulan
H_1 : Penggunaan <i>e-banking</i> berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah	Signifikansi > 0,05	Ditolak
H_2 : Potensi risiko berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah	Signifikansi < 0,05	Diterima
H_3 : Literasi keuangan memoderasi positif penggunaan <i>e-banking</i> terhadap kepercayaan nasabah	Signifikansi < 0,05, berpengaruh negatif	Ditolak
H_4 : Literasi keuangan memoderasi positif potensi risiko terhadap kepercayaan nasabah	Signifikansi < 0,05	Diterima

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dari hipotesis 1 hingga hipotesis 4 yang dinyatakan diterima adalah hipotesis yang memiliki signifikansi < 0,05, sehingga hanya hipotesis 2 dan hipotesis 4 yang diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh Penggunaan *E-banking* terhadap Kepercayaan Nasabah. Berdasarkan hasil penelitian tersebut di atas menunjukkan bahwa penggunaan *e-banking* tidak memengaruhi kepercayaan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nisa, (2018). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *Survei Consumer Payment Attitudes Study* pada tahun 2022 menyatakan bahwa sebesar 51% masyarakat Indonesia lebih menyukai penggunaan bank konvensional dibandingkan dengan bank digital yang disebabkan oleh kekhawatiran terhadap bank digital yang diungkapkan oleh responden dimana 46% responden mengaku takut rekeningnya dibobol sedangkan 39% responden khawatir terjadinya transaksi tidak sah atau penipuan sedangkan 35% mengaku khawatir dengan jaringan yang tidak stabil (VISA, 2022). Merujuk pada survei tersebut maka hal ini menjadikan alasan mengapa penggunaan *e-banking* tidak memengaruhi kepercayaan nasabah.

Layanan bank digital merupakan suatu layanan baru bagi nasabah perbankan di Indonesia sehingga konsumen akan berupaya untuk mencari informasi tentang layanan ini. Upaya yang dilakukan oleh konsumen untuk memperoleh barang dan jasa dapat diawali dengan upaya pencarian informasi dan apabila konsumen atau nasabah merasa bahwa produk memiliki potensi risiko tinggi maka nasabah cenderung akan menjauhi produk keuangan tersebut.

Pengaruh Potensi Risiko terhadap Kepercayaan Nasabah. Berdasarkan hasil penelitian tersebut di atas diperoleh hasil bahwa potensi risiko berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afghani & Yulianti, (2017). Risiko dianggap sebagai persepsi dari nasabah pada ketidakpastian ataupun konsekuensi negatif untuk menggunakan jasa perbankan. Teknologi ataupun jenis perbankan digital merupakan hal yang baru sehingga sebelum menggunakan hal tersebut nasabah akan lebih dulu untuk mempertimbangkan risiko yang mungkin muncul seperti kegagalan jaringan, potensi peretasan akun, transaksi tidak sah yang tidak dilakukan nasabah dan yang lainnya sehingga hal ini akan menguatkan potensi risiko terhadap kepercayaan nasabah (Ratmono & Septiana, 2021)

Pengaruh Moderasi Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan *E-banking* dan potensi risiko pada Kepercayaan Nasabah. Literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami pengetahuan tentang keuangan dalam pengambilan keputusan yang tepat. Individu yang memiliki literasi keuangan tinggi akan memiliki kepercayaan yang tinggi dalam penggunaan produk keuangan seperti layanan bank digital (Mega & Susanti, 2020). Namun, ketika individu memiliki literasi keuangan yang tinggi tidak akan langsung mampu untuk menarik nasabah dalam layanan perbankan digital.

Literasi keuangan yang tinggi tidak dapat secara langsung mampu menarik calon nasabah untuk menggunakan layanan bank digital. Hal ini disebabkan oleh adanya beberapa risiko yang mungkin membayangi para calon nasabah. Risiko yang terbayang antara lain adalah ketidakpercayaan pada keamanan di bank digital, dan tak menutup kemungkinan adanya faktor sosial budaya seperti lingkungan sosial dan budaya nasabah tidak cocok untuk menggunakan layanan bank digital sehingga dalam hal ini literasi keuangan adalah faktor penting untuk membantu individu dalam mengelola keuangan mereka namun faktor pribadi, potensi risiko yang ada, dan faktor sosial budaya juga harus menjadi pertimbangan terhadap kepercayaan nasabah.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh dari penggunaan *E-banking* dan potensi risiko terhadap kepercayaan nasabah dan menguji bagaimana peran literasi keuangan dalam memoderasi penggunaan *E-banking* dan potensi risiko terhadap kepercayaan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *E-banking* tidak memengaruhi kepercayaan nasabah, hal ini menunjukkan bahwa banyak dari komunitas *traveler* yang tidak terlalu menyukai penggunaan layanan perbankan berbasis *online* dan cenderung menggunakan pembiayaan secara konvensional dan hal ini juga berhubungan dengan pengaruh potensi risiko terhadap kepercayaan nasabah yang menunjukkan hasil positif dan walaupun setelah dimoderasi oleh literasi keuangan, menunjukkan bahwa literasi keuangan memoderasi secara negatif pengaruh penggunaan *E-banking* terhadap kepercayaan nasabah yang menunjukkan bahwa semakin nasabah komunitas *traveler* memiliki edukasi tentang literasi keuangan akan semakin membuat penggunaan *E-banking* dihindari oleh nasabah selanjutnya literasi keuangan memoderasi secara positif potensi risiko terhadap penggunaan *E-banking* sehingga berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan *E-banking* masih belum terlalu memikat hati para nasabah terutama komunitas *traveler* karena ada kecondongan terhadap potensi risiko yang mungkin terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2017). Pengaruh kepercayaan, keamanan, persepsi risiko, serta kesadaran nasabah terhadap adopsi e-banking di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 6(1), 113–128. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-t)
- Akbari, P. (2012). A Study on Factors Affecting Operational Electronic Banking Risks in Iran Banking Industry (Case Study: Kermanshah Melli Bank). In *Int. J. Manag. Bus. Res* (Vol. 2, Issue 2).
- Altobishi, T., Erboz, G., & Podruzsik, S. (2018). E-Banking Effects on Customer Satisfaction: The Survey on Clients in Jordan Banking Sector. *International Journal of Marketing Studies*, 10(2), 151. <https://doi.org/10.5539/ijms.v10n2p151>
- Blamont, J. E., Young, R. E., Seiff, A., Ragent, B., Sagdeev, R., Linkin, V. M., Kerzhanovich, V. V., Ingersoll, A. P., Crisp, D., Elson, L. S., Preston, R. A., Golitsyn, G. S., & Ivanov, V. N. (1986). Implications of the VEGA balloon results for Venus atmospheric dynamics. *Science*, 231(4744), 1422–1425. <https://doi.org/10.1126/science.231.4744.1422>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Debora, M., & Widiati, E. (2023). Minat Penggunaan Aplikasi Mybca Dalam Perspektif Model Tam. In *Management & Accounting Expose e-ISSN* (Vol. 6, Issue 2). <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>
- Foster, B., Sukono, & Johansyah, M. D. (2022). Analysis of the effect of financial literacy, practicality and consumer lifestyle on the use of chip-based electronic money using sem. *Sustainability (Switzerland)*, 14(1). <https://doi.org/10.3390/su14010032>
- Goudarzi, S., Hassan, W. H., Bae, M. A. R., & Soleymani, S. A. (2015). The model of customer trust for internet banking adoption. *Studies in Computational Intelligence*, 595, 399–414. https://doi.org/10.1007/978-3-319-15720-7_28

- Heryani, I. I. P., Simanjuntak, M., & Maulana, A. (2020). Perilaku Penggunaan Internet Banking Sebagai Alat Transaksi Finansial. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.6.1.86>
- Iqbal, J., & Isroq Urrahmah, dan. (2021). Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking. In *Global Financial Accounting Journal* (Vol. 05, Issue 02).
- Joshi, R., Pavithra, N., & Singh, C. K. (2022). Internet an Integral Part of Human Life in 21st Century: A Review. *Current Journal of Applied Science and Technology*, 12–18. <https://doi.org/10.9734/cjast/2022/v41i363963>
- Marangunić, N., & Granić, A. (2015). Technology acceptance model: a literature review from 1986 to 2013. *Universal Access in the Information Society*, 14(1), 81–95. <https://doi.org/10.1007/s10209-014-0348-1>
- Mega, A. S., & Susanti, S. (2020). Pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan dan modernitas individu terhadap perilaku menabung mahasiswa perguruan tinggi negeri surabaya. *Journal of Economics and Business Mulawarman University*, 16(2), 268–275. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI>
- Nisa, A. K. (2018). *Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah KC Tanjungkarang)* [Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung]. <http://repository.radenintan.ac.id/4412/1/skripsi.pdf>
- Pahlevi, R. (2022, January 17). *Survei KIC: Kalahkan ATM, Dompot Digital Jadi Produk Keuangan yang Paling Banyak Digunakan Produk Keuangan yang Paling Banyak Digunakan (6-12 September 2021)*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/>. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/17/survei-kic-kalahkan-atm-dompot-digital-jadi-produk-keuangan-yang-paling-banyak-digunakan>
- Rakhmawati, S. (2013). Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun. In *Assets: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan* (Vol. 2, Issue 2).
- Ratmono, R., & Septiana, N. (2021). Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking Bri Konvensional: Studi Pada Mahasiswa Feb Um Metro. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 15(2), 294–305.
- Roy, P. (2022). Theory and Models of Consumer Buying Behaviour: A Descriptive Study. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4205489>
- Santika, E. F. (2023). *Deretan Bank Digital dan Nilai Kapitalisasi Pasarnya, Siapa Paling Besar? Bank Digital dan Nilai Kapitalisasi Pasarnya (Februari 2023)*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/15/deretan-bank-digital-dan-nilai-kapitalisasi-pasarnya-siapa-paling-besar>
- Simatupang, H. B. (2019). Peranan Perbankan Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. In *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)* (Vol. 6, Issue 2).
- Tanic, R. H., & Atahau, A. D. R. (2021). Digital Banking Dan Risiko Operasional (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Central Asia Dan Bank Rakyat Indonesia). *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(1), 1–20. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v2i1.55>
- Tarigan, H. A. A. B., & Paulus, D. H. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Atas Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(3), 294–307. <https://doi.org/10.14710/jphi.v1i3.294-307>
- Tiffani, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Bank Digital. *Journal Management, Business, and Accounting*, 22(1), 152–167.
- UU Nomor 8. (1999). *UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999*.

Pengaruh Penggunaan E-Banking, dan Potensi Risiko Terhadap ...

Findy Rachmandika Muhammad, Endang Wulandari

- Vallerand, R. J., Deshaies, P., Cuerrier, J. P., Pelletier, L. G., & Mongeau, C. (1992). Ajzen and Fishbein's Theory of Reasoned Action as Applied to Moral Behavior: A Confirmatory Analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(1), 98–109. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.62.1.98>
- VISA. (2022). *Consumer Payment Attitudes Study 2022 Navigating A New Era In Payments*. <https://www.visa.co.th/dam/VCOM/regional/ap/documents/visa-cpa-report-smt-2022.pdf>
- Williams, D. A., Young, J. H., Andrews, D. R., Yigletu, A., & S Crump, M. E. (2013). The Citadel School of Business Administration, The Military College of South Carolina, USA W. Earl Walker, The Citadel School of Business Administration. In *WBRJ* (Vol. 3, Issue 1). www.wbrforum.com.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Nominal*, 6(1), 11–26.