



INTISARI

Pengguna layanan internet banking mengalami peningkatan. Fenomena ini tidak terbatas hanya pada nasabah individual tetapi juga nasabah perusahaan/korporasi. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor – faktor yang menjadi hambatan dalam proses adopsi oleh nasabah perusahaan di OCBC NISP.

Penelitian ini adalah penelitian eksploratif yang mengacu pada penelitian *Barriers to Internet banking adoption: a qualitative study among corporate customers in Thailand* (Rotchanakitumnuai dan Speece 2003). Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara *in-depth interview* dengan individu yang memiliki wewenang keuangan dari setiap perusahaan. Responden dibagi menjadi dua kelompok, yaitu: kelompok pengguna dan non pengguna. Hasil wawancara kemudian dianalisis dengan metode *Directed Content Analysis*.

Analisis menunjukkan bahwa terdapat empat perbedaan dan lima kesamaan faktor kritis antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Perbedaan hasil penelitian terdapat dalam faktor kritis sebagai berikut; Keterbatasan Infrastruktur Teknologi Informasi, Pengetahuan Nasabah tentang Internet, Kepercayaan terhadap Bank Penyedia Jasa Internet, dan Penyelesaian Masalah melalui Pengadilan. Kesamaan hasil penelitian dalam faktor kritis sebagai berikut; Sikap Manajemen terhadap Internet Banking, Keamanan Sistem Internet Banking, Reliabilitas Transaksi Internet Banking, Pembagian Tanggung Jawab Kesalahan Internet Banking, dan Perlindungan Privasi Pengguna.

Kata kunci : Internet Banking, Adopsi, Elektronik Banking, Saluran Distribusi

ABSTRACT

Internet banking distribution channel has proliferated recently for individual and corporate users. This research purpose is to identify critical factors that hinder internet banking adoption among corporate users.

This is an exploratory research that refers to Rotchanakitumnuai and Speece (2003)'s research "*Barriers to Internet banking adoption: a qualitative study among corporate customers in Thailand*". The researcher conducted in-depth interview with person-in-charge of financial decision making from each company. Those companies were classified into two categories; internet banking users and non users. The results were then analyzed using Directed Content Analysis.

Analyzes presented four differences and five uniformities of critical factors between current research and the reference research. The four differences are Information Technology Constraint, Individual Internet Knowledge, Trust in Internet Banking Provider, and Judicial Problem Settlement. On the other hands, the five uniformities are Management Attitude on Internet Banking, Internet Banking Security System, Internet Banking Reliability, Responsibility Sharing, and Users Privacy Protection.

Keywords: Internet Banking, Adoption, Electronic Banking, Distribution Channel