

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi mengalami kemajuan yang sangat pesat seiring dengan kemajuan dan perkembangan zaman. Hal yang menarik dari kemajuan dan perkembangan teknologi ialah munculnya *internet* karena dapat mengubah perilaku masyarakat khususnya yang berhubungan dengan informasi dan komunikasi. Kemajuan teknologi di bidang informasi dan komunikasi terutama *internet* dan telepon genggam sangat berpengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran yang memberikan kemudahan kepada masyarakat.

Bank dan lembaga keuangan lainnya menyadari atas manfaat yang besar dari penggunaan *internet* ini. Untuk memudahkan nasabah dalam melaksanakan transaksi perbankan, bank menyediakan fasilitas *internet banking* yang ditunjang keamanan, kenyamanan untuk nasabah dan kepercayaan dari nasabah.

Implementasi layanan *e-banking* berbasis *mobile* dan *internet* kini menjadi keharusan. Menurut Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), dalam beberapa tahun terakhir pertumbuhan *e-banking* sangat signifikan karena *e-banking* menawarkan proses transaksi yang lebih mudah. Menurut catatan Perhimpunan Bank-bank Umum Nasional (PERBANAS), pada tahun 2013 jumlah pengguna *internet banking* di Indonesia mencapai 23 juta atau mewakili 32,31 persen dari total pengguna *internet*.

Berdasarkan survei yang dilaksanakan oleh *Sharing Vision* pada 6 (enam) bank di Indonesia peningkatan jumlah pengguna *internet banking* meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun, berdasarkan data dari tahun 2013 ke tahun 2014 pengguna *internet banking* meningkat 44 persen dari tahun sebelumnya yakni 34 persen lalu dari tahun 2014 ke tahun 2015 mengalami pertumbuhan 56 persen. Akan tetapi, dari 6 (enam) bank, Peneliti mengambil data frekuensi nilai transaksi dari bank-bank besar di Indonesia yakni PT. Bank Central Asia, PT. Bank Mandiri, PT. Bank Rakyat Indonesia, dan PT. Bank Negara Indonesia di tahun 2015. Berikut tabel frekuensi transaksi *internet banking* 4 (empat) bank besar di Indonesia:

TABEL 1.1
FREKUENSI TRANSAKSI *INTERNET BANKING* EMPAT BANK BESAR di
INDONESIA TAHUN 2015

Bank	Frekuensi Transaksi
PT. Bank Central Asia	1.586,2 triliun
PT. Bank Rakyat Indonesia	778,1 triliun
PT. Bank Mandiri	149 triliun
PT. Bank Negara Indonesia	50 triliun

Sumber: <http://finansial.bisnis.com/read/20151203/90/498017/tingkatkan-pengguna-elektronik-banking-bni-sasar-anak-muda>, diolah

Berdasarkan tabel 1.1, dapat di tinjau bahwa nilai transaksi *internet banking* Bank BNI masih sangat rendah dengan nilai transaksi sebesar 50 trilun dan memiliki selisih yang sangat jauh dari Bank Mandiri sebesar 149 triliun.

Marketing Research Indonesia (MRI) bekerja sama dengan Sinus, sebuah perusahaan riset dari Jerman yang melakukan survei besar dengan mewawancarai 1.501 nasabah bank dari kelas sosial ekonomi ABC+ dari Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, dan Makassar pada tahun 2015. Salah

satu yang di gali dalam survei tersebut ialah aspek bank sebagai *brand*. Mengenai hal tersebut, survei dengan mengukur *brand* terkait *awareness* yaitu *top of mind* yang berdasarkan penggunaan teknologi dalam kasus ini *internet banking* sebagai *brand* karena tingkat *awareness* konsumen terhadap bank dan reputasi bank menjadi kunci keberhasilan pemasaran produk-produk perbankan. Berikut tabel persentase *top of mind* dari 4 (empat) bank besar di Indonesia:

TABEL 1.2
PERSENTASE *TOP OF MIND* dari EMPAT BANK BESAR di INDONESIA
TAHUN 2015

Bank	Persentase <i>Top of Mind</i>
PT. Bank Rakyat Indonesia	33 persen
PT. Bank Central Asia	32 persen
PT. Bank Mandiri	14 persen
PT. Bank Negara Indonesia	10,7 persen

Sumber: <http://infobanknews.com/bank-top-mind/>, diolah

Berdasarkan tabel 1.2, dapat di tinjau bahwa hanya 2 (dua) bank yang mendominasi daya ingat nasabah di perkotaan termasuk Surabaya yaitu Bank BRI sebesar 33 persen dan Bank BCA sebesar 32 persen. Di Bank Mandiri memiliki tingkat pengenalan *top of mind* sebesar 14 persen. Selanjutnya, Bank BNI memiliki tingkat pengenalan *top of mind* lebih kecil lagi sebesar 10,7 persen. Tingkat *top of mind* ini berhubungan dengan penguasaan pasar dan strategi komunikasi bank, sehingga bank perlu untuk memonitornya dan mengembangkan strategi yang efektif. Dengan demikian, Bank BNI perlu meningkatkan nilai transaksi *internet banking* dan meningkatkan tingkat *top of mind* kepada nasabah pengguna layanan *internet banking* dalam rangka memenangkan persaingan terhadap bank lain.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teknologi informasi yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989 yang telah berpendapat bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat (daya guna) adalah variabel utama yang mempengaruhi seseorang menggunakan teknologi informasi. Semakin tinggi anggapan masyarakat terhadap kegunaan teknologi informasi dalam menyelesaikan pekerjaan, semakin tinggi pula kesediaan masyarakat menggunakan teknologi informasi tersebut. Semakin tinggi persepsi manfaat terhadap teknologi informasi tersebut. Di samping itu, semakin tinggi pula kesediaan seseorang untuk menggunakan teknologi informasi. Demikian pula, ketika pengguna memandang produk sebagai hal yang mudah untuk digunakan, maka sikap positif untuk mengadopsi produk akan lebih tinggi pula.

Demikian pula pada industri perbankan, kesediaan nasabah untuk menggunakan produk perbankan berbasis teknologi informasi akan di pengaruhi oleh beberapa variabel. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan *internet banking*, di antaranya adalah kemudahan, manfaat, keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan nasabah terhadap adopsi *internet banking*.

Persepsi kemudahan merupakan faktor penting bagi nasabah untuk bertransaksi menggunakan *internet banking* dengan fleksibilitas waktu dan tempat karena dapat dilakukan dimana dan kapan saja serta *internet banking* dapat di akses dengan mudah dan tidak mengalami kesulitan saat bertransaksi. Persepsi manfaat penggunaan *internet banking* hal yang sangat penting untuk bertransaksi menggunakan layanan *internet banking* dengan mudah di pelajari dan dapat

meningkatkan kinerja pengguna. Dalam *internet banking*, faktor keamanan akan mempengaruhi kesediaan nasabah mengadopsi *internet banking*. Keamanan mengacu pada keamanan transaksi dan kehandalan bertransaksi melalui *internet*. Sudah menjadi keharusan pihak bank menyediakan sistem aman dalam pelaksanaan transaksi *internet banking*, sehingga tidak membuat resah nasabah layanan *internet banking*. Selain itu, persepsi kenyamanan pengguna *internet banking*, memiliki hubungan yang signifikan positif dalam mempengaruhi niat untuk mengadopsi *internet banking*.

Selain variabel di atas, persepsi kepercayaan pengguna *internet banking*, sangat penting bagi bank. Kepercayaan yang tinggi terhadap produk sebuah bank merupakan indikasi bahwa kredibilitas bank tersebut tinggi. Ramayah *et al* seperti yang dikutip oleh Kazi (2013:89) menyatakan bahwa pengguna *internet banking* sangat prihatin tentang keamanan dan mayoritas dari pengguna layanan *internet banking* karena kekhawatiran kredibilitas.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu dilakukan penelitian yang mengkaji sejauh mana pengaruh kemudahan, manfaat, keamanan layanan, kenyamanan nasabah, dan kepercayaan nasabah yang mengadopsi layanan *internet banking*. Dengan demikian Peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kenyamanan, dan Kepercayaan Nasabah terhadap Adopsi *Internet Banking* pada Bank BNI di Surabaya”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka Peneliti dapat merumuskan masalah yang akan menjadi topik pembahasan dalam penelitian, sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap adopsi *internet banking* pada Bank BNI di Surabaya?
2. Apakah manfaat secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap adopsi *internet banking* pada Bank BNI di Surabaya?
3. Apakah keamanan secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap adopsi *internet banking* pada Bank BNI di Surabaya?
4. Apakah kenyamanan secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap adopsi *internet banking* pada Bank BNI di Surabaya?
5. Apakah kepercayaan secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap adopsi *internet banking* pada Bank BNI di Surabaya?
6. Apakah kemudahan, manfaat, keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking* pada Bank BNI di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, adapun tujuan penelitian yang akan di capai dari penulisan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis tingkat signifikansi pengaruh positif kemudahan terhadap adopsi *internet banking* pada Bank BNI di Surabaya.
2. Untuk menganalisis tingkat signifikansi pengaruh positif manfaat terhadap adopsi *internet banking* pada Bank BNI di Surabaya.

3. Untuk menganalisis tingkat signifikansi pengaruh positif keamanan terhadap adopsi *internet banking* pada Bank BNI di Surabaya.
4. Untuk menganalisis tingkat signifikansi pengaruh positif kenyamanan terhadap adopsi *internet banking* pada Bank BNI di Surabaya.
5. Untuk menganalisis tingkat signifikansi pengaruh positif kepercayaan terhadap adopsi *internet banking* pada Bank BNI di Surabaya.
6. Untuk menganalisis tingkat signifikansi pengaruh positif kemudahan, manfaat, keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan secara simultan terhadap adopsi *internet banking* pada Bank BNI di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak, antara lain:

1. Bank

Bagi manajemen dan tata kelola bank, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menjadi bahan masukan dan dijadikan bahan pertimbangan untuk meningkatkan sistem pelayanan *internet banking* sehingga berdampak pada peningkatan jumlah pengguna *internet banking* dan nilai transaksi *internet banking* pada Bank BNI di Surabaya.

2. Peneliti

Bagi Peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang sistem *internet banking* di Bank BNI serta dapat mengimplementasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan.

3. STIE Perbanas

Bagi STIE Perbanas, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu referensi dalam permasalahan kemudahan penggunaan, manfaat, keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan nasabah memiliki pengaruh terhadap adopsi *internet banking*.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Secara garis besar, penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab yang saling berkaitan antara bab satu dengan bab lainnya. Untuk memberikan gambaran yang jelas, di sajikan rangkuman masing-masing bab sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dijelaskan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dijelaskan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN

Dalam bab ini dijelaskan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data, dan pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Dalam bab ini dijelaskan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

