

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank merupakan lembaga keuangan yang bertujuan menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat serta memberikan jasa-jasa pelayanan lainnya. Menurut undang-undang RI nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Kasmir, 2010;25). Merujuk pada pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa bank merupakan lembaga perantara keuangan (*financial intermediary institution*) yang menjembatani masyarakat yang membutuhkan dan memiliki dana. Sebagai lembaga *intermediary*, bank harus dapat dipercaya. Kepercayaan masyarakat dapat tumbuh apabila bank memberikan pelayanan yang memuaskan kepada masyarakat. Pelayanan prima yang diberikan oleh bank kepada nasabah akan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap lembaga perbankan dan juga mempengaruhi kinerja bank.

Dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada nasabah serta sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, perbankan juga mulai melibatkan pengguna teknologi informasi khususnya *Internet Banking*. *Internet banking* adalah pelayanan yang diberikan perbankan dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam produk perbankan melalui sistem teknologi informasi seperti

komputer maupun laptop yang menggunakan fasilitas internet. *Internet banking* merupakan bagian dari strategi bank untuk dapat memenangkan persaingan.

Perkembangan teknologi internet ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanan. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di Indonesia baik bank pemerintah maupun swasta, karena media internet adalah suatu inovasi yang cukup memberi peluang dan menantang dalam pengembangannya. Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi (*electronic transaction*) dalam bentuk *internet banking*, *mobile banking* yang berbasis *handphone* (*phone banking*), penggunaan ATM (*Authomatic Teller Machine*), *Credit Card* dan lain sebagainya merupakan keharusan bagi bank-bank di Indonesia untuk merebut pangsa pasar. Saat ini *internet banking* menjadi perhatian utama dan senjata yang revolusioner strategis operasional bank, untuk *delivery* maupun untuk persaingan antar bank.

Online banking diperkenalkan sebagai *channel* dimana nasabah bank dapat melakukan aktivitas finansial perbankan secara elektronik melalui *website* bank. Nasabah dapat melakukan transaksi *non cash* setiap saat dengan mudah dan nyaman dengan mengakses melalui komputer (jaringan internet). Inovasi pelayanan perbankan melalui teknologi *internet banking* diharapkan dapat menekan *transactional cost* dan antrian yang terjadi di kantor-kantor bank.

Internet banking dapat digunakan untuk bermacam-macam transaksi *online* beberapa diantaranya yaitu: 1) untuk mengecek saldo rekening dan riwayat transaksi bank; 2) membayar macam-macam tagihan; 3) transfer antar rekening. Diharapkan transaksi yang ditawarkan oleh bank semakin berkembang sesuai

kebutuhan setiap nasabah, karena *internet banking* adalah *customer based* sehingga pangsa pasar yang dilayani diharapkan akan semakin luas.

Nasabah bank di Indonesia masih banyak yang menggunakan *internet banking* hanya sekedar melihat saldo, oleh sebab itu bank perlu meningkatkan strategi agar semakin banyak nasabah yang menggunakan internet dengan tujuan agar nilai yang diberikan nasabah bank semakin tinggi. Transaksi *e-payment* dapat lebih dikembangkan dalam aktivitas bisnis sehingga nasabah bank benar-benar merasakan manfaat *internet banking* ini. Suatu produk atau jasa mungkin sudah tersedia untuk beberapa waktu, tetapi yang penting bagi bank adalah memahami perilaku nasabah, belajar tentang produk untuk pertama kalinya dan memutuskan apakah akan mengadopsinya, karena fasilitas *internet banking* tergolong baru bagi masyarakat. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi nasabah menggunakan fasilitas yang telah disediakan bank, diharapkan mampu memberikan nilai tambah yang maksimal bagi nasabah, pada akhirnya memberikan keunggulan bersaing bagi perusahaan.

Survey Top Brand adalah salah satu performa terbaik untuk mengukur kinerja merk-merk yang beredar di Indonesia. Pada kategori *E-Channel* di Negara Indonesia, terdapat 4 bank konvensional yang berhasil masuk dalam nominasi *Top Index* 2014 dan 2015.

Tabel 1.1
TOP BRAND AWARD KATEGORI E-CHANNEL TAHUN 2014

INTERNET BANKING	
Merek	Top Brand Index
KLIC-BCA	53,7%
Internet Banking Mandiri	20,2%
BNI Internet Banking	10,6%
Internet Banking BRI	9,6%

Sumber: www.topbrand-award.com

Tabel 1.2
TOP BRAND AWARD KATEGORI E-CHANNEL TAHUN 2015

INTERNET BANKING	
Merek	Top Brand Index
KLIC-BCA	60,2%
Internet Banking Mandiri	16,9%
BNI Internet Banking	11,5%
Internet Banking BRI	8,5%

Sumber: www.topbrand-award.com

Bank Mandiri merupakan salah satu bank komersial di Indonesia yang mengimplementasikan pengguna sistem *mobile banking* pada layanan jasa perbankan. Berdasarkan data dalam tabel 1.1, dari 100% pengguna *internet banking*, secara presentase *internet banking* Mandiri mengalami penurunan yang paling tinggi, pada tahun 2014 *internet banking* Mandiri mencapai 20,2%, pada tahun 2015 mengalami penurunan sebesar 16,9%. Dilihat dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pengguna *internet banking* Mandiri masih sangat minim dibandingkan pengguna *internet banking* pada bank lainnya. kondisi tersebut mengundang berbagai pertanyaan apakah nasabah belum yakin terhadap fasilitas layanan *internet banking* Mandiri, atau layanan *internet banking* sulit digunakan, atau adanya persepsi akan resiko terhadap penggunaan layanan *internet banking* mandiri tersebut.

Internet banking memberikan keuntungan bagi nasabah dan bank. Bagi nasabah *internet banking* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan. Keuntungan bagi bank adalah *internet banking* dapat menjadi solusi murah pengembangan infrastruktur dibandingkan dengan membuka *outlet* ATM. Tetapi *internet banking* juga membuka peluang timbulnya kejahatan menggunakan *internet banking*. Indonesia menempati peringkat keenam

terbesar dunia atau keempat di Asia dalam tindak kejahatan *internet* dengan menggunakan fasilitas *internet banking* di Indonesia.

Technology Acceptance Model (TAM) mempunyai tujuan untuk memberikan kerangka dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan penggunaan. TAM mempunyai dua faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan penggunaan terhadap teknologi yaitu persepsi pengguna terhadap teknologi yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat dari teknologi dan kemudahan dalam menggunakannya. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakaian dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi. Resiko transaksi dan kelengkapan fitur layanan *internet banking* merupakan hal yang sangat dipertimbangkan dalam melakukan transaksi maya karena jarak, kemampuan teknologi dalam memfasilitasi transaksi, layanan yang tidak bertatap muka dengan *teller/customer service* dan banyak hal yang dipertimbangkan nasabah bank dalam transaksi melalui *internet banking*. Variabel resiko dan fitur layanan ditambahkan untuk melihat bagaimana perilaku nasabah bank untuk menggunakan *internet banking* ini.

Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN, DAN RESIKO TERHADAP PENGGUNAAN *INTERNET BANKING* NASABAH BANK MANDIRI DI SURABAYA**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan secara rinci, maka masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap Penggunaan *Internet Banking* nasabah Bank Mandiri di Surabaya ?
2. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap Penggunaan *Internet Banking* nasabah Bank Mandiri di Surabaya ?
3. Apakah Persepsi Resiko berpengaruh signifikan positif terhadap Penggunaan *Internet Banking* nasabah Bank Mandiri di Surabaya ?
4. Apakah Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Resiko secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap Penggunaan *Internet Banking* nasabah Bank Mandiri di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menguji signifikansi pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan *Internet Banking* nasabah Bank Mandiri di Surabaya
2. Menguji signifikansi pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Penggunaan *Internet Banking* nasabah Bank Mandiri di Surabaya
3. Menguji signifikansi pengaruh Persepsi Resiko terhadap Penggunaan *Internet Banking* nasabah Bank Mandiri di Surabaya

4. Menguji signifikansi pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Resiko terhadap Penggunaan *Internet Banking* nasabah Bank Mandiri di Surabaya.

1.4 **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak diantaranya :

a. Bagi Peneliti

Dengan menyusun penelitian ini, maka peneliti dapat menambah pengetahuan, mengembangkan pola berfikir, dan wawasan dalam dunia perbankan khususnya perbankan pemasaran yang berhubungan dengan keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

b. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai konsep perbandingan oleh peneliti lain yang ingin meneliti permasalahan yang sama, untuk meningkatkan wawasan dan mengembangkan konsep sehingga akan membantu mempercepat dan menyelesaikan penelitian yang diperlukan selanjutnya.

c. Bagi Perbankan

Dari hasil penelitian ini diharapkan bank dapat mengetahui dampak dari penggunaan fasilitas *internet banking* terhadap minat nasabah sehingga dapat meningkatkan fasilitas terbaik dalam upaya memenuhi kebutuhan nasabahnya.

1.5 Sistematika Penulisan Proposal

Penelitian ini disusun secara sistematis dengan maksud agar pembaca dapat mengetahui lebih jelas mengenai obyek penelitian. Uraian sistematika penulisan meliputi :

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjabarkan tentang penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, landasan teori yang menggambarkan alur hubungan variabel yang akan diteliti, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang prosedur untuk mengetahui langkah-langkah penelitian yang sistematis antara lain : rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian ini, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.

