

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan internet yang mendukung aspek kehidupan dan bisnis semakin luas. Jika awalnya internet digunakan hanya untuk mencari informasi, sekarang telah berkembang ke dunia industri, salah satu yang didukung teknologi internet adalah industri perbankan. Industri perbankan telah mengembangkan teknologi internet yang memenuhi kebutuhan individu semakin terpenuhi oleh industri tersebut. Dalam beberapa tahun terakhir, internet telah berkembang dan menawarkan banyak aplikasi berbasis web sebagai cara baru bagi perusahaan untuk memudahkan pelanggan dengan menawarkan layanan kepada mereka agar pelanggan dan perusahaan mendapatkan keuntungan dari aplikasi ini. Sangat penting untuk mengetahui alasan utama seseorang menggunakan teknologi berbasis web ini. Internet banking telah muncul sebagai salah satu aplikasi e-commerce yang paling menguntungkan. Sebagian besar bank menggunakan sistem internet banking sebagai upaya untuk mengurangi jumlah antrian nasabah sekaligus meningkatkan layanan pelanggan (Carolina Martins, Tiago Oliveira , & Ales Popovic, 2013).

Saat ini industri perbankan mulai bekerja sama dengan industri retail salah satunya yaitu melalui Indomaret dan Alfamart. Semua akses pembayaran yang berhubungan dengan perbankan sudah bisa melalui Indomaret dan Alfamart karena bank sudah bekerja sama untuk melakukan sistem pembayaran yang mudah bagi nasabah , mulai dari E-Money, E-Tol hingga pembayaran kartu Debet.

Dalam beberapa tahun terakhir sejumlah bank telah memperkenalkan sistem perbankan berbasis internet kepada nasabahnya untuk meningkatkan layanan kepada mereka, salah satu jasa ini adalah internet banking. Internet banking adalah layanan perbankan yang berfokus pada sebuah aktivitas yang dilakukan dan berhubungan dengan sebuah aktivitas yang memiliki keterkaitan dengan jaringan berbasis internet, seperti halnya membuka rekening deposito atau mentransfer dana diantara akun yang berbeda, serta layanan perbankan lainnya seperti pembayaran tagihan elektronik, yang memungkinkan pelanggan untuk menerima dan membayar tagihan melalui situs web resmi bank (Riswandi, 2005: 20).

Beberapa bank pemerintah dan swasta saling berkompetisi untuk bisa berada dalam jajaran daftar bank besar di Indonesia dengan cara bersaing dalam meningkatkan perolehan aset perusahaan. Berdasarkan data yang diperoleh, pada tahun 2017 mengenai aset yang dimiliki, bank BRI memiliki total aset sangat tinggi dibanding dengan 3 bank besar lainnya yaitu bank Mandiri, bank BNI, dan bank BCA . Bank BRI kembali memimpin perolehan laba perbankan nasional. Dalam laporan keuangan perusahaan per Desember 2016, bank dengan aset Rp 1.003 triliun ini mencatat laba Rp 25,73 triliun, naik 2 persen dibanding tahun sebelumnya Rp 25,2 triliun. Sementara bank BCA di urutan kedua dengan laba senilai Rp 20,6 triliun, tumbuh 13,4 persen dari tahun sebelumnya, yakni Rp 18 triliun.

Berikut ini adalah perolehan aset yang didapat oleh masing-masing bank tersebut pada tahun 2016.

**TABEL 1.1**  
**TOTAL PEROLEHAN ASET 4 BANK BESAR TAHUN 2016**

Nama Bank	Perolehan Aset yang Didapat Tahun 2016 (Rp)
Bank BRI	25,8 T
Bank BCA	20,6 T
Bank Mandiri	13,1 T
Bank BNI	10,8 T

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/03/14/5-bank-dengan-laba-terbesar-2016>

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2016 bank BRI menduduki peringkat pertama dalam perolehan pendapatan aset dengan perolehan sebesar Rp25,8 triliun , lalu dibawahnya diikuti oleh bank BCA dengan perolehan aset sebesar Rp 20,6 triliun , ditempat ketiga ditempati oleh bank Mandiri dengan perolehan aset perusahaan sebesar Rp 13,1 triliun, ditempat terakhir dipegang oleh bank BNI dengan perolehan ase tsebesar Rp 10 Triliun.

Internet banking merupakan jawaban atas tantangan masyarakat saat ini yang menginginkan gaya hidup yang semakin mudah, cepat, dan nyaman, karena layanan ini memungkinkan nasabah untuk melakukan hampir semua jenis transaksi perbankan melalui sarana internet, khususnya melalui situs web. Internet banking mirip dengan penggunaan mesin ATM, dimana seorang nasabah dapat melakukan aktivitas pengecekan rekening, transfer dana antar rekening, hingga pembayaran tagihan-tagihan rutin bulanan (listrik, telepon dan sebagainya).

Berdasarkan penggunaan internet banking yang berfokus dalam 4 bank besar, berikut ini adalah persentase jumlah pengguna internet banking :

**TABEL 1.2**  
**DATA PENGGUNA INTERNET BANKING TAHUN**  
**2015-2017**

<u>Merek</u>	<u>2015</u>	<u>2016</u>	<u>2017</u>
<b>Klik BCA</b>	60.2%	54.0 %	53.3 %
<b>Internet Banking Mandiri</b>	16.9%	20.0 %	19.0%
<b>BNI Internet Banking</b>	11.5 %	9.0 %	7.9 %
<b>Internet Banking BRI</b>	8.5%	6.3 %	10.3 %

Sumber : <http://www.topbrand-award.com>

Berdasarkan data dalam Tabel 1.2 di atas dapat dilihat pada tahun 2015 tempat atau posisi pertama dipegang oleh Klik BCA dengan pesentase sebesar 60.2% lalu diperingkat kedua ditempati oleh Internet Banking Mandiri dengan persentase sebesar 16,9% dan ditempat ketiga BNI Intenet Banking lebih unggul 3% dari bank BRI yaitu sebesar 11,5%, sementara bank BRI sendiri berada menempati peringkat keempat dengan persentase sebesar 8,5%. Pada tahun 2016 persentase 3 bank besar mengalami penurunan penggunaan internet banking yang cukup signifikan namun ada 1 bank yang mampu meningkatkan persentase penggunaannya. Ketiga layanan internet bank yang mengalami penurunan tersebut yaitu Klik BCA sebesar 54%, BNI Internet Banking sebesar 11,5% dan Internet Banking BRI sebesar 6,3% sedangkan Intenet Banking Mandiri sebesar 20,0%. Kemudian pada tahun 2017 beberapa bank besar masih mengalami penurunan penggunaan layanan internet banking mereka yaitu Klik BCA sebesar 53,3%, Intenet Banking Mandiri 19,0%, dan BNI Internet Banking 7,9%. Internet Banking BRI pada tahun 2017 mengalami peningkatan yang signifikan yaitu sebesar 10,3%.

Naik turunnya persentase pengguna Internet Banking BRI oleh nasabah bank BRI menarik untuk dilakukan suatu penelitian yang menganalisis faktor-

faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan (*intention to use*) Internet Banking BRI ini. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan petunjuk bagi industri perbankan khususnya bank BRI untuk dapat merumuskan strategi pemasaran mereka guna menjaga konsistensi dan keunggulan kompetitif produk Internet Banking BRI dimasa yang akan datang.

Internet Banking BRI memberikan kemudahan nasabahnya untuk menggunakan fasilitas ini, dikarenakan internet banking adalah sebuah perkembangan teknologi yang dimiliki oleh dunia perbankan yang memudahkan penggunaanya dalam aktivitas sehari-hari.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi niat nasabah untuk menggunakan layanan Internet Banking BRI, faktor-faktor yang mempengaruhi tersebut terdiri dari motivasi dan nilai yang dirasakan. Motivasi merupakan hal-hal yang mendorong nasabah bank BRI untuk menggunakan fasilitas internet banking ini. Dengan adanya Internet Banking BRI maka nasabah bank akan merasa sangat dimudahkan. Karena tanpa harus pergi ke bank nasabah masih tetap dapat bertransaksi dimana saja asal dapat terhubung dengan jaringan internet. Respon positif terhadap fasilitas Internet Banking BRI ini telah menghasilkan peningkatan jumlah nasabah bank BRI setiap tahunnya. Hal ini yang menjadikan motivasi nasabah untuk menggunakan internet banking dikarenakan mudahnya penggunaan untuk kegiatan sehari-hari yang berkaitan dengan transaksi dan informasi produk perbankan serta update seputar keuangan, investasi, transaksi e-dagang, dan kebutuhan lainnya.

Berkaitan dengan faktor variabel nilai yang dirasakan, maka dapat dilihat dari kepercayaan nasabah, kelengkapan fitur, tampilan yang memadai, dan merek atau nama instansi perbankan sehingga menjadi nilai tambah dari pihak bank dalam memberikan pelayanan terbaiknya kepada para nasabah.

Kehadiran *internet banking* sangatlah menguntungkan bagi nasabah, karena dengan adanya layanan *internet banking* nasabah dapat menggunakannya sebagai salah satu alat pembayaran yang sangat mudah ketika melakukan transaksi yang dilakukan. Dengan adanya kemudahan-kemudahan yang ditawarkan pihak perbankan tersebut maka timbul niat seseorang untuk menggunakan layanan *internet banking*. Niat merupakan kecenderungan untuk melakukan suatu perbuatan tertentu di samping perilaku atau sikap yang diniatkan, disadari dan disengaja. Dalam menggunakan suatu produk atau jasa niat dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator yaitu niat menggunakan kembali, merekomendasikan kepada orang dekat dan tingkat intensitas penggunaan internet banking lebih sering dilakukan dibanding sebelumnya. Niat nasabah untuk menggunakan *internet banking* juga dirasakan dampaknya oleh BRI, dimana sudah banyak nasabah yang melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan layanan *Internet Banking* BRI. Oleh karena itu, BRI terus berupaya untuk menarik nasabah agar memiliki niat untuk bertransaksi menggunakan transaksi elektronik yang diproduksi oleh BRI.

Berdasarkan uraian diatas menjadikan latar belakang untuk perlu dilakukan penelitian tentang ***“Pengaruh Motivasi dan Nilai yang dirasakan Terhadap Niat Menggunakan Internet Banking BRI di Surabaya”***

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan uraian yang dikemukakan diatas, maka perumusannya sebagai berikut :

1. Apakah motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan Internet Banking BRI Surabaya ?
2. Apakah motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai yang dirasakan Internet Banking BRI Surabaya ?
3. Apakah nilai yang dirasakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan Internet Banking BRI Surabaya ?
4. Apakah nilai yang dirasakan sebagai mediator yang menghubungkan antara Motivasi terhadap Niat Menggunakan Internet Banking BRI Surabaya?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh motivasi terhadap niat menggunakan Internet Banking BRI Surabaya.
2. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh motivasi terhadap nilai yang dirasakan Internet Banking BRI Surabaya.
3. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh nilai yang dirasakan terhadap niat menggunakan Internet Banking BRI Surabaya.
4. Untuk mengerahui nilai yang dirasakan sebagai mediator yang menghubungkan antara motivasi terhadap niat menggunakan Internet Banking BRI Surabaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat bagi STIE Perbanas**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menambah literatur dan referensi bagi mahasiswa di perpustakaan STIE Perbanas Surabaya yang juga akan mengerjakan tugas akhir.

### **2. Manfaat bagi Bank**

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak bank untuk mengetahui hasil penggunaan internet banking oleh nasabah.

### **3. Manfaat bagi penulis**

Diharapkan bagi penulis sendiri hasil penelitian ini bisa menjadikan acuan selanjutnya ketika akan meneliti atau membuat studi di waktu yang akan datang.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah cara penulisan skripsi, penulis membagi penggunaan bab-bab secara teratur dan sistematis agar mudah dibaca dan dipahami oleh pembaca. Dengan cara penulisan tersebut maka dapat memungkinkan pembahasan dilakukan secara sistematis, bertahap, terperinci pada lima bab dan sub babnya. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

## **BAB I        PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang pembahasan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

## **BAB II        TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitiann terdahulu yang ada kaitannya dengan penelitian saat ini untuk membahas tentang landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

## **BAB III       METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan 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, uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian, teknik analisis data.

## **BAB IV        GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian serta analisis data yang terdiri dari analisis deskriptif, pengujia hipotesis, dan pembahasan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan

## **BAB V        PENUTUP**

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan