

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi memainkan peran utama dalam dunia bisnis, terutama dalam dunia perbankan. Perkembangan teknologi telah merubah strategi bisnis dunia usaha termasuk dalam sektor perbankan dengan menempatkan teknologi informasi dan komunikasi sebagai unsur utama dalam proses produksi dan pemberian jasa pelayanan perbankan. Teknologi informasi dan komunikasi berpengaruh cukup besar bagi perkembangan dan persaingan perusahaan khususnya dalam sektor perbankan. Sistem teknologi yang memadai dan handal akan membuat bank mampu bertahan dan berkembang dalam persaingan yang semakin sengit dan mengglobal. Konsumen telah diperkenalkan sistem perbankan berbasis internet untuk meningkatkan layanan kepada nasabah. Produk jasa bank yang di tawarkan kepada nasabah tersebut adalah *Internet Banking*.

Internet Banking adalah salah satu jasa pelayanan yang di berikan oleh bank kepada nasabah dengan fasilitas transfer, pembayaran rekening, mengecek saldo, serta pembelian barang secara online melalui media elektronik dengan website milik bank yang dilengkapi dengan adanya sistem keamanan. Standard Bank, menyatakan bahwa “*Internet banking* merupakan jasa perbankan jarak jauh yang ditawarkan kepada pelanggan personal bank untuk melakukan transaksi perbankan rutin melalui internet.” Faktor penting yang perlu diperhatikan bagi nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking* ini diantaranya adalah

harapan usaha (*effort expectancy*). Harapan usaha adalah harapan akan tingkat kemudahan terkait penggunaan sistem *internet banking*. Kemudahan dalam menjalankan layanan *internet banking* merupakan salah satu faktor penting bagi pengguna untuk bertransaksi menggunakan *internet banking* dengan fleksibilitas waktu dan tempat, karena dapat dilakukan kapanpun dan dimana saja. *Internet banking* dapat diakses dengan mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam bertransaksi. Kemudahan yang dirasakan dalam menjalankan sistem layanan *internet banking*, akan berpengaruh terhadap niat menggunakan *internet banking* (*intention to use internet banking*). Niat menggunakan *internet banking* ini dapat diartikan sebagai rasa ingin dengan bertekad hati seseorang untuk menggunakan layanan *internet banking*. Niat menggunakan *internet banking* merupakan keinginan daripada pengguna didalam rangka memiliki, menggunakan atau membuang produk atau jasa *internet banking*. Penggunaan *internet banking* yang dirasakan mudah, maka akan menimbulkan niat untuk terus menggunakan *internet banking* tersebut.

Tahun 2000 implementasi *internet banking* mulai dilakukan oleh beberapa bank di Indonesia. Bank di Indonesia mulai memasuki dunia maya. Angka pertumbuhan pengguna internet di Indonesia masih didominasi oleh anak muda dan dari kalangan karyawan, dari kelompok umur 15-30 tahun untuk anak muda sampai dengan umur 35-44 tahun untuk kalangan karyawan berdasarkan survei dari APJII. Survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) juga menemukan bahwa di masing-masing pulau di negara Indonesia sekitar 50 persen hingga 80 persen dari pengguna internet merupakan

kaum muda dan karyawan. SMS dan *internet banking* menjadi yang paling populer. Hasil survei yang dilakukan juga mendapatkan hasil bahwa pengguna internet di negara Indonesia sebanyak 132,7 juta pengguna dari 256,2 juta penduduk Indonesia. Gender atau jenis kelamin dari pengguna internet di dominasi oleh laki-laki sebanyak 51,8%, sedangkan untuk perempuan hanya 48,2% saja. Hal tersebut dikarenakan gender mempengaruhi jenis aplikasi yang digunakan dan niat pengguna untuk terus menggunakan atau membuang aplikasi tersebut. Kebanyakan kaum laki-laki bertindak negatif dengan lebih tertarik atau kecanduan internet seperti menyalah gunakan dengan membuka situs porno, game online, maupun perjudian secara online. Kaum perempuan lebih bertindak kepada hal yang lebih positif dan memanfaatkan aplikasi internet seperti untuk berjualan online atau hanya untuk belanja online dan *chatting* online. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harapan usaha mempengaruhi niat menggunakan *internet banking* yang akan diperkuat atau malah diperlemah oleh perbedaan gender bagi para nasabah Bank BNI.

Internet Banking di negara Indonesia ada empat bank yang mendominasi, yaitu Bank Mandiri, Bank BCA, Bank BRI, dan Bank BNI. Bank BNI pengguna *internet banking*nya cenderung lemah di banding ke empat Bank tersebut menurut survey yang dilakukan oleh *Top Brand Award*. Tabel *survey* dari *Top Brand Award* pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2016 produk kategori *internet banking* Bank di Indonesia adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
TOP BRAND AWARD BANK KATEGORI
INTERNET BANKING TAHUN 2015-2016
DI INDONESIA

MEREK	Tahun			
	2015		2016	
Klik BCA	60.2%	1	54.0%	1
Internet Banking Mandiri	16.9%	2	20.0%	2
Internet Banking BNI	11.5%	3	6.3%	3
Internet Banking BRI	8.5%	4	9.0%	4

Sumber: Data diolah dari topbrand-award.com

Tabel 1.1 menunjukkan adanya penurunan jumlah pengguna *internet banking* BNI pada tahun 2016 menjadi peringkat ke-empat. *Top Brand Indeks* pada tahun 2016 menunjukkan hasil bahwa pengguna *internet banking* BNI persentasenya hanya sebesar 6,3% saja, berbanding terbalik pada tahun 2015 yang mencapai presentase sebesar 11,5% dan menduduki peringkat ke-tiga. Presentase pengguna *internet banking* BNI mengalami penurunan sebesar 5,2% dari tahun 2015 sampai tahun 2016. Permasalahan penurunan jumlah pengguna *internet banking* BNI ini sangat menarik untuk diketahui apa penyebabnya. Kasus ada yang diberitakan oleh news.detik.com, bahwa ada komplain dari nasabah pengguna *Internet Banking* BNI cabang Urip Sumoharjo Surabaya. Tanggal lima Mei 2014 pukul delapan pagi, nasabah tersebut melakukan transfer menggunakan *internet banking* BNI sebesar sepuluh juta rupiah ke Bank Mandiri. Saldo nasabah tersebut berkurang sebesar sepuluh juta rupiah tetapi uang tidak masuk ke rekening tujuan, padahal sebelumnya nasabah tersebut melakukan transaksi yang sama dan sukses. Hari berikutnya nasabah tersebut membuat laporan ke Bank BNI

cabang Urip Sumoharjo dan ditangani oleh *customer service* yang meminta nasabah tersebut untuk menunggu, akan tetapi sampai saat ini dana tersebut belum masuk rekening tujuan atau kembali ke rekening nasabah tersebut. Nasabah tersebut merasa sangat kecewa akan layanan *internet banking* BNI yang tidak membantunya tapi justru merepotkan dan merugikannya. Permasalahan penurunan pengguna layanan *internet banking* BNI tersebut kemungkinan disebabkan karena beberapa faktor yang mempengaruhinya. Harapan akan kemudahan dalam menjalankan sistem *internet banking* BNI yang tidak didapatkan oleh pengguna seperti pada kasus di atas atau niat untuk terus menggunakan layanan *internet banking* BNI yang telah berubah.

Latar belakang permasalahan yang telah di jabarkan di atas, membuat peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Harapan Usaha terhadap Niat Menggunakan *Internet Banking* dengan Moderasi Gender pada Pengguna *Internet Banking* BNI Surabaya

1.2 **Perumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini, berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas. Rumusan masalah yang di dapatkan adalah sebagai berikut:

1. Apakah harapan usaha berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *internet banking* BNI Surabaya?
2. Apakah gender memoderasi pengaruh harapan usaha terhadap niat menggunakan *internet banking* BNI Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Harapan tujuan dari penelitian ini, berdasarkan dari perumusan masalah yang telah di jabarkan di atas adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis signifikansi pengaruh harapan usaha terhadap niat menggunakan *internet banking* BNI Surabaya.
2. Menganalisis signifikansi moderasi gender pada pengaruh harapan usaha terhadap niat menggunakan *internet banking* BNI Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang di lakukan di diharapkan bisa memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang ada kaitannya dengan penelitian ini:

1. STIE Perbanas Surabaya

Hasil dari penelitian ini dapat di jadikan perbendaharaan kepustakaan dan sebagai bahan referensi dan bahan pembanding bagi semua mahasiswa yang akan mengangkat topik yang sama.

2. Bagi Bank

Hasil dari penelitian ini dapat di jadikan evaluasi dan masukan bagi pihak manajemen bank dalam mengoperasikan layanan *internet banking* agar bisa memperoleh kepercayaan lebih dari masyarakat.

3. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam dunia perbankan yang berkaitan dengan layanan *internet banking* yang disediakan oleh Bank BNI, dan untuk bahan referensi pembanding layanan *internet banking* BNI dengan bank-bank lainnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun secara sistematis dengan maksud agar pembaca dapat mengetahui lebih jelas urutan-urutan pembahasan obyek penelitian, maka sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah yang terjadi, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu yang akan menjadi sebuah acuan, kemudian landasan teori yang mendukung peneliti, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini membahas gambaran subyek penelitian dan analisis data yang berisi hasil penelitian dalam bentuk analisis deskriptif, analisis statistik dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas kesimpulan dari penelitian yang membahas fenomena yang terjadi, serta keterbatasan penelitian dan juga saran.

