

BAB I

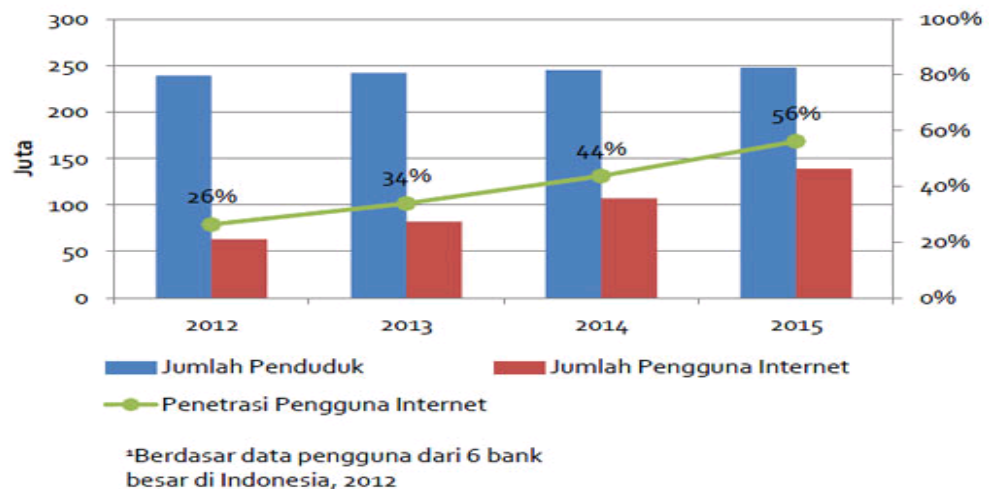
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini sudah banyak berpengaruh bagi kehidupan masyarakat, teknologi dapat membantu masyarakat dalam proses komunikasi maupun transaksi. Teknologi juga bisa digunakan sebagai alat perdagangan elektronik atau yang disebut dengan Elektronik Commerce (*E-Commerce*). *E-Commerce* adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh nasabah dan dari perusahaan ke perusahaan dengan computer sebagai perantara bisnis transaksi. *E-Commerce* juga merupakan bagian dari E-Business yang berkaitan dengan transaksi komersial seperti: pemasaran online, pemasaran elektronik, transfer secara elektronik, dan lain-lain. Model-model *E-Commerce* yang ada di Indonesia antara lain; retail, iklan baris, dan marketplace. Sehingga banyak masyarakat yang menggunakan bisnis online sebagai alat untuk berjualan. Bisnis online akhir-akhir ini sangat banyak diminati oleh masyarakat karena sangat praktis dan bisa dengan mudah menjual dan mempromosikan barang-barang tersebut melalui aplikasi yang sudah disediakan seperti: Lazada, Tokopedia, Zalora, Lion Air, Citilink, AirAsia, KIA Tour and Travel dan lain-lain. Selain itu *E-Commerce* juga menyediakan media pembayaran melalui transfer, kartu kredit, internet payment, *internet banking*, *e-money*, dan kartu debit online. Salah satu media pembayaran yang digunakan nasabah yaitu *internet banking*

Internet banking adalah suatu bentuk pemanfaatan media internet oleh bank untuk mempromosikan sekaligus melakukan transaksi secara online, baik dari produk yang sifatnya konvensional maupun yang baru melalui bentuk pelayanan bank melalui media internet. Namun setelah *internet banking* dikenal, nasabah tidak perlu bersusah payah untuk melakukan transaksi dan melihat saldo yang ada pada tabungannya. Adapun kelebihan dari *internet banking* yaitu menghemat waktu dan biaya perjalanan bagi nasabah yang akan melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja.

Berikut ini adalah data pertumbuhan *internet banking* menurut Sharing Vision tahun 2013:

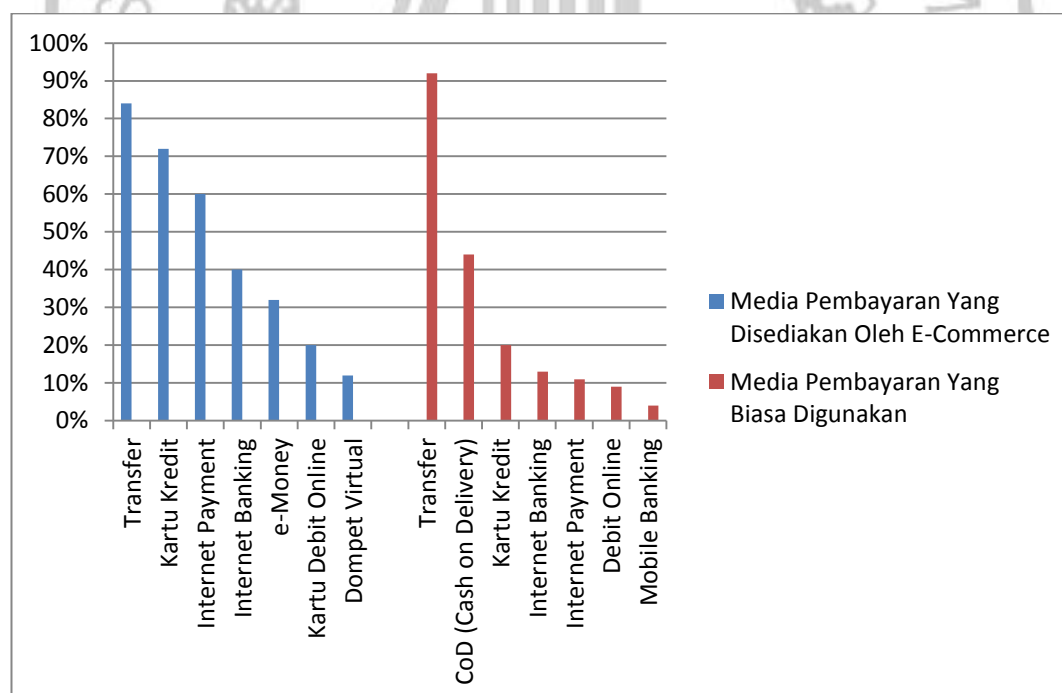


Sumber: Sharing Vision, dari berbagai sumber, 2013

Sumber: <https://sharingvision.com/2013/10/pertumbuhan-internet-banking-dan-e-commerce-di-indonesia/>.

Gambar 1.1
PERTUMBUHAN INTERNET BANKING

Dari data di atas, menunjukkan bahwa jumlah pengguna *internet banking* pada 6 bank besar di Indonesia mencapai 5,7 juta orang pada tahun 2012, 9% masyarakat Indonesia adalah pengguna *internet banking*, angkanya diperkirakan akan bertambah seiring dengan pertumbuhan pengguna internet. Berdasarkan survey dari Top Brand Award tahun 2017, salah satu *internet banking* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat yaitu *internet banking* BCA dengan persentase sebesar 53,3% dibandingkan dengan *internet banking* bank-bank lainnya seperti Mandiri, BNI dan BRI. Sementara itu, media pembayaran yang disediakan oleh *E-Commerce* dan media pembayaran yang biasa digunakan oleh nasabah sangat rendah. Data tersebut dapat diketahui dari Sharing Vision tahun 2015.



Sumber: <https://sharingvision.com/2015/04/faktor-penting-e-commerce-4/>.

Gambar 1.2

MEDIA PEMBAYARAN YANG DISEDIAKAN OLEH E-COMMERCE DAN MEDIA PEMBAYARAN YANG BIASA DIGUNAKAN

Menurut data dari Sharingvision.com, terdapat dua sistem pembayaran yaitu media pembayaran yang disediakan dari *E-Commerce* dan yang biasa digunakan oleh nasabah. Dari kedua sistem pembayaran tersebut dapat kita ketahui bahwa media pembayaran melalui transfer lebih besar dibandingkan melalui *internet banking*. Nasabah yang melakukan media pembayaran melalui transfer sebesar 84% dan 92% sedangkan melalui *internet banking* hanya sebesar 40% dan 13%. Menurut data dari website marsindonesia.com, tentang awareness terhadap *internet banking* berdasarkan kota dan kelompok usia yang ada di Surabaya, seperti tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
TINGKAT AWARENESS TERHADAP INTERNET BANKING

	Mengetahui	Belum Mengetahui
Kota:		
Jakarta	38.9%	61.1%
Bandung	39.3%	60.7%
Semarang	32.5%	67.5%
Surabaya	32.0%	68.0%
Medan	28.6%	71.4%
Usia:		
18-24 Tahun	36.6%	63.4%
25-30 Tahun	43.1%	56.9%
31-34 Tahun	36.5%	63.5%
35-40 Tahun	39.2%	60.8%
41-55 Tahun	25.6%	74.4%

Sumber: <http://www.marsindonesia.com/newsletter/34-nasabah-sudah-melek-internet-banking>.

Dari data tabel di atas, tingkat awareness *internet banking* di kota Surabaya sebesar 32,0% lebih kecil daripada kota-kota lainnya seperti: Jakarta, Semarang, dan Bandung. Selanjutnya dilihat dari sisi usia, nasabah yang paling aware terhadap *internet banking* adalah pada kelompok usia produktif (25-30 tahun) sebesar 43,1% lebih besar dibandingkan kelompok usia tua (41-55 tahun) yang baru mencapai 25,6%. Hal ini dikarenakan nasabah yang mengetahui

layanan *internet banking* masih minim dan pengguna layanan tersebut banyak dari kalangan produktif yaitu usia 25-30 tahun. Dengan adanya hal tersebut, sebaiknya pihak bank memberikan inovasi baru kepada kelompok nasabah yang sudah memasuki usia 41-55 tahun agar lebih mudah dalam transaksi melalui layanan aplikasi *internet banking* sebagai alternatif utama. Perbaikan sistem juga harus menjadi perhatian utama bagi bank, agar nasabah yang menggunakan layanan *internet banking* semakin bertambah, tidak terjadi penipuan, dan merahasiakan informasi privasi nasabah.

Keamanan dari *internet banking* mempunyai peran penting dalam meningkatkan rasa kepercayaan bagi nasabah karena ketika nasabah melakukan transaksi dan tahu bahwa proses informasi yang diberikan sangat aman dan nyaman, maka keyakinan tersebut akan meningkatkan nilai positif bagi bank. sikap ini menunjukkan bahwa sistem perbankan harus memberikan mekanisme keamanan, mengurangi risiko kebocoran informasi yang terkait dengan pengguna yang mengarah ke penipuan (Ameme, 2015). Keamanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi individu dalam adopsi internet perbankan. Pelaksanaan mekanisme keamanan informasi baru dapat mencegah sebuah layanan internet perbankan dari serangan berbahaya, memastikan kerahasiaan informasi sensitif, dan melakukan transaksi dengan benar (dalam Chorng-Shyong Ong, 2015).

Pada sektor perbankan, kepercayaan telah terbukti sebagai faktor utama individu dalam adopsi *internet banking*. Internet perbankan memiliki kesulitan tertentu dalam membangun kepercayaan individu karena kurangnya kontak fisik

dan layanan tatap muka. Kepercayaan hanya dapat dibentuk melalui individu pada ketergantungan saat bertransaksi dan kerahasiaan informasi yang sensitif. Setelah rasa percaya itu ada, individu mempunyai pengetahuan tentang bagaimana melakukan transaksi menggunakan layanan internet bank dengan benar (dalam Chorng-Shyong Ong, 2015).

Kegunaan dari layanan *internet banking* akan berpengaruh terhadap adopsi *internet banking* karena akan memberikan keuntungan bagi nasabah dalam melakukan transaksi. Nasabah tidak perlu lagi mengunjungi bank atau cabang, karena transaksi menggunakan *internet banking* dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja asalkan harus di dukung dengan jaringan yang stabil.

Penelitian ini dilakukan karena tingkat awarness nasabah terhadap layanan *internet banking* masih sedikit khususnya di kota Surabaya. Kebanyakan dari beberapa nasabah masih banyak yang menggunakan media transfer dibandingkan layanan *internet banking*, sebaiknya bank memberikan informasi lebih tentang layanan *internet banking* kepada masyarakat di Indonesia, khususnya di kota Surabaya agar memilih untuk menggunakan media pembayaran *internet banking* sebagai alternatif utama, karena layanan tersebut lebih efisien.

Rata-rata nasabah yang menggunakan layanan *internet banking* banyak dari kelompok usia produktif, karena di usia 25-30 tahun nasabah sudah mempunyai aktivitas yang menyita waktu sehingga nasabah di sarankan menggunakan *internet banking* untuk membantu meringankan beban tanpa harus mengunjungi bank dalam melakukan transaksi. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh**

**Keamanan, Kepercayaan dan Kegunaan Bagi Nasabah Terhadap Adopsi
Internet Banking BCA Dalam Transaksi *E-Commerce* Di Surabaya”**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka peneliti mengemukakan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah keamanan nasabah mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepercayaan dalam transaksi *E-Commerce* di Surabaya?
2. Apakah keamanan nasabah mempunyai pengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking* BCA dalam transaksi *E-Commerce* di Surabaya?
3. Apakah kepercayaan nasabah mempunyai pengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking* BCA dalam transaksi *E-Commerce* di Surabaya?
4. Apakah kegunaan bagi nasabah mempunyai pengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking* BCA dalam transaksi *E-Commerce* di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan perumusan masalah di atas, maka dapat ditentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis keamanan nasabah yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepercayaan dalam transaksi *E-Commerce* di Surabaya.
2. Untuk menganalisis keamanan nasabah yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking* BCA dalam transaksi *E-Commerce* di Surabaya.

3. Untuk menganalisis kepercayaan nasabah yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking* BCA dalam transaksi *E-Commerce* di Surabaya.
4. Untuk menganalisis kegunaan bagi nasabah yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking* BCA dalam transaksi *E-Commerce* di Surabaya.

1.4. **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, peneliti, dan pihak lain yang berkepentingan adalah sebagai berikut:

1. **Bagi Bank**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk bahan masukan untuk meningkatkan sistem layanan *internet banking* bagi perbankan.

2. **Bagi Pembaca Atau Peneliti Berikutnya**

Dari penelitian ini nantinya diharapkan akan memberikan tambahan referensi maupun pengetahuan bagi si pembaca, dan menjadi sumbangan rujukan bagi peneliti berikutnya yang mungkin ingin menggunakan judul yang masih berkaitan.

3. **Bagi STIE PERBANAS Surabaya**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi manajemen perbankan khususnya yang ingin meneliti teknologi layanan *internet banking*.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi secara umum mengacu pada pedoman penulisan skripsi STIE PERBANAS Surabaya, bab yang disusun secara sistematis, penulisannya diuraikan sebagai berikut:

Bab I : PENDAHULUAN

Pada bab I secara keseluruhan menguraikan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan Skripsi.

Bab II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang Penelitian Terdahulu, Landasan Teori, Kerangka Pemikiran serta Hipotesis Penelitian

Bab III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasioanl dan Pengukuran Variabel, Instrumen Penelitian, Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel, Data Dan Metode Pengumpulan Data, Uji Validitas Dan Reabilitas Intrumen Penelitian serta Teknik Analisis Data.

Bab IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini menjelaskan tentang Responden Penelitian dan Analisis Dari Hasil Penelitian Yaitu Analisis Deskriptif, Analisis Statistik dan Pembahasan.

Bab V: PENUTUP

Pada sub bab ini diuraikan kesimpulan tentang hasil analisis pada perumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya.

