

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keputusan adalah suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan cara menganalisa kemungkinan-kemungkinan dari alternatif tersebut. Keputusan dapat berupa suatu tindakan terhadap pelaksanaan yang bisa menyimpang dari yang telah direncanakan sebelumnya. Keputusan menggunakan merupakan pilihan dari salah satu alternatif yang ada dan telah memutuskan untuk menggunakannya. Keputusan dalam menggunakan memerlukan niat serta keinginan yang berasal dari diri sendiri agar perilaku seseorang dapat terarah pada aktivitas tersebut (menggunakan *internet banking*). Dalam upaya menarik keputusan nasabah supaya nasabah tersebut berkeinginan untuk menggunakan *Internet Banking*, perusahaan atau bank harus melakukan berbagai analisis diantaranya dengan menggunakan persepsi teknologi informasi, persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi risiko.

Internet Banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi komunikasi dan informasi seperti *mobile banking*, *sms banking* dan *telepon banking*. Beberapa layanan yang disediakan pada layanan *internet banking* adalah transfer dana, pembelian, pembayaran, informasi rekening dan kartu kredit, fasilitas layanan dan lain-lain.

Saat ini banyak bank yang sudah menyediakan layanan *Internet Banking*. Di Indonesia bank-bank yang sudah menyediakan layanan *Internet Banking*

diantaranya yaitu Bank Central Asia (BCA), Bank Mandiri, Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Ekonomi, Bank permata, Panin Bank dan lain-lain. Penggunaan *Internet Banking* diprediksi akan semakin meningkat karena manfaat yang ditawarkan oleh pihak bank kepada nasabah.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu bank pemerintah yang menyediakan layanan *Internet Banking* yang ada diseluruh indonesia. Seiring dengan perkembangan teknologi yang canggih, BRI memanfaatkan teknologi itu sendiri untuk membuat suatu inovasi yang dapat mengakomodasi kegiatan perbankan para nasabah secara *online* yaitu dengan menggunakan *Internet Banking* BRI. Bank BRI menyediakan layanan *Internet Banking* dengan tujuan untuk memudahkan para nasabahnya dalam melakukan transaksi atau yang berhubungan dengan kegiatan perbankan.

Teknologi informasi merupakan suatu kemajuan diberbagai kalangan manusia yang ada diseluruh dunia. Kehadiran teknologi ini juga memberikan manfaat yang cukup besar pada komunikasi tanpa batas ruang maupun waktu. Perkembangan pesat teknologi informasi menempatkan sistem informasi itu sendiri sebagai elemen penting dalam aktivitas sehari-hari yang di lakukan. Salah satu tren dalam teknologi informasi adalah pemanfaatan internet (Hery Nuryanto, 2012: 3). Internet merupakan sebuah jaringan komputer global yang mempunyai fungsi penting yaitu sebagai media informasi telekomunikasi, sebagai media perdagangan elektronik dan lain-lain. Dalam dunia perbankan, dengan adanya kemajuan teknologi, efektifitas waktu dapat dipercepat dalam sistem transaksi antara nasabah dengan bank maupun nasabah dengan nasabah lainnya, sehingga

nasabah tidak perlu lagi pergi ke kantor cabang yang jaraknya mungkin jauh dari rumah untuk melakukan transaksi, karena hampir di semua bank sudah mempunyai layanan *Internet Banking* yang memungkinkan nasabahnya dapat mengakses atau bertransaksi kapan pun dan dimanapun secara *online*.

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007: 115). Persepsi kemudahan dalam *internet banking* merupakan keyakinan individu terkait dengan kemudahan menggunakan, apabila jasa pelayanan yang diberikan oleh bank dipersepsikan mudah maka nasabah akan terdorong untuk selalu menggunakan *internet banking* (Fita Pertiwi dan Vidya Vitta Adhivinna, 2013: 424). Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kemudahan merupakan keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa layanan *internet banking* mudah digunakan maka seseorang tersebut akan menggunakannya, dan sebaliknya jika seseorang merasa yakin bahwa layanan *internet banking* tidak mudah digunakan maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya.

Persepsi manfaat merupakan suatu keadaan yang mana individu yakin dan percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Menurut Jogiyanto (2007: 124) persepsi manfaat diartikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Persepsi manfaat juga didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa

persepsi manfaat merupakan tingkat sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja seseorang yang menggunakannya.

Persepsi risiko juga memiliki hubungan yang erat dengan keputusan seseorang dalam menggunakan *internet banking*. Persepsi risiko didefinisikan sebagai suatu keadaan yang akan mendatangkan kerugian, dimana ketika risiko lebih mendominasi dari pada kepercayaan maka nasabah tidak akan tertarik untuk menggunakan produk tersebut (Fita Pertiwi dan Vidya Vitta Adhivinna, 2013: 431). Dalam penelitian ini indikator risiko dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko dari penggunaan internet, diharapkan tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil risiko akan berdampak positif pada keputusan nasabah dalam menggunakan teknologi yang ditawarkan.

Bagi bank dengan menyediakan layanan *Internet Banking*, pihak bank juga akan memperoleh manfaat salah satunya adalah memperluas jaringan usaha, jika dilihat dari tabel 1.1 Bank Rakyat Indonesia (BRI) harus mengupayakan agar nasabah dapat menerima serta menggunakan layanan *Internet Banking* agar dapat meningkatkan peringkat dalam persaingan layanan *Internet Banking* di Indonesia pada saat ini. Hasil survei dari *Top Brand Award* mengenai produk *Internet Banking* disajikan pada tabel 1.1 yang diterbitkan setiap awal tahun.

Tabel 1.1
PEMENANG TOP BRAND AWARD KATEGORI
INTERNET BANKING 2013-2017
DI INDONESIA

No.	Merek	Top Brand Index (Peringkat)				
		2013	2014	2015	2016	2017
1.	Klik BCA	54,0% (1)	53,7% (1)	60,2% (1)	54,0% (1)	53,3% (1)
2.	<i>Internet banking</i> Mandiri	20,0% (2)	20,2% (2)	16,9% (2)	20,0% (2)	19,0% (2)
3.	<i>Internet Banking</i> BRI	7,9% (3)	10,6% (3)	8,5% (4)	9,0% (3)	10,3% (3)
4.	BNI <i>Internet Banking</i>	6,3% (4)	9,6% (4)	11,5% (3)	6,3% (4)	7,9% (4)

Sumber : Top Brand Award (<http://www.topbrand-award.com>)

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa keputusan menggunakan *internet banking* pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) pada tahun 2013-2014 berada pada urutan ke tiga dan pada tahun 2015 mengalami penurunan dan berada di peringkat ke empat, sehingga berada dibawah Bank Negara Indonesia, Bank Mandiri dan Bank Central Asia.

Hal tersebut pastinya dipengaruhi oleh berbagai hal seperti teknologi informasi yang digunakan, kemudahan yang dirasakan oleh nasabah , manfaat yang diperoleh dan risiko yang didapat sehingga nasabah tertarik untuk menentukan keputusan menggunakan *Internet banking*.

Dalam upaya untuk memajukan perusahaan perbankan, perusahaan perbankan tersebut perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh besar terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking* di Bank Rakyat Indonesia. Hal tersebut menumbuhkan keinginan untuk lebih jauh

mengetahui faktor apa yang berpengaruh besar terhadap pencapaian Bank Rakyat Indonesia (BRI) selama beberapa tahun ini mendapatkan peringkat ke tiga selama empat tahun dan peringkat ke empat selama satu tahun pada *Top Brand Award* kategori produk *internet banking* di Indonesia, yaitu jika ditinjau dari segi Persepsi Teknologi Informasi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko

Berdasarkan latar belakang diatas tersebut maka judul penelitian ini adalah **“PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* PADA BANK RAKYAT INDONESIA DI SURABAYA”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi teknologi informasi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya?

3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi manfaat terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya?
4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi risiko terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya?
5. Apakah pengaruh persepsi teknologi informasi, persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Menganalisis pengaruh persepsi teknologi informasi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.
2. Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.
3. Menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.
4. Menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.

5. Menganalisis pengaruh persepsi teknologi informasi, persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.

1.4 **Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan salah satu langkah dalam mengembangkan, menerapkan serta melatih berpikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan apabila kelak menghadapi masalah, terutama yang erat hubungannya dengan pengaruh persepsi teknologi informasi, persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* pada Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.
2. Bagi Bank Rakyat Indonesia, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking*.
3. Bagi STIE Perbanas Surabaya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan referensi dalam memecahkan masalah yang bisa berkaitan dengan masalah yang telah dikaji dalam penelitian.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini dibagi dalam 5 bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan bab yang menjelaskan beberapa hal pokok yang berhubungan dengan penulisan, yang terdiri dari latar belakang masalah yang mendasari penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan membahas mengenai tinjauan pustaka, penelitian terdahulu, landasan teori, dan hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

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

BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum subjek penelitian dan analisis data deskriptif dan analisis statistik serta pembahasan dari setiap analisis data yang dilakukan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan peneliti dan saran yang dibuat dari hasil analisis data yang telah dilakukan.

