

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini perkembangan teknologi sangat pesat. Pada sistem pelayanan perbankan juga di tuntut lebih flexible, cepat dan mudah. Pertumbuhan internet yang pesat bisa merubah cara perusahaan terhubung dengan konsumennya termasuk bisnis perbankan. Sejak internet digunakan sebagai media belanja, penyedia layanan perbankan perlu memprediksi penerimaan *internet* oleh kosumen, konsumen akan lebih memilih layanan internet karena dengan internet mereka tidak perlu lagi bertemu secara langsung dengan penyedia layanan.

perpindahan dari bank tradisional menjadi *electronic banking* merupakan perubahan mendasar dari industri perbankan. Minat masyarakat yang tinggi terhadap penggunaan telepon seluler dan internet, berkembangnya jaringan *Internet Banking* menjadi sangat penting bagi bank untuk menjaga kesetiaan nasabah. Dengan adanya *Internet Banking*, bank dapat menjawab tuntutan nasabah yang menginginkan pelayanan yang cepat, nyaman, aman dan murah selama 24 jam serta nasabah bisa mengakses dari mana saja dan kapan saja baik melalui telepon seluler maupun laptop atau komputer. *Internet Banking* digunakan oleh nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan transaksi perbankan melalui jaringan internet. *Internet Banking* merupakan *electronic banking channel*, *electronic banking* menjadi sangat penting di industry perbankan yang akan terus berkembang dengan berbagai inovasi yang dibuat (S.

Fatemeah *et al.*, 2014:33). *Internet Banking* sebagai pemberi informasi tentang produk dan jasa bank, selain dari itu *Internet Banking* dapat digunakan untuk transfer dana, mengakses rekening dan membeli produk-produk finansial yang disebut online banking.

Salah satu bank yang menggunakan layanan *Internet Banking* adalah Bank BRI. Bank BRI belum maksimal dalam menarik dan membawa nasabahnya untuk menggunakan *Internet Banking*. Dibuktikan oleh tabel berikut:

Tabel 1.1
TOP BRAND AWARD DALAM KATEGORI *INTERNET BANKING*
2014 DAN 2015 DI INDONESIA

MEREK	2014	2015
Klik BCA	53.7%	60.2%
<i>Internet Banking</i> Mandiri	20.2%	16.9%
<i>Internet Banking</i> BNI	9.6%	11.5%
<i>Internet Banking</i> BRI	10.6%	8.5%

Sumber : [http:// www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_\(2014-2015_fase_1\)](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_(2014-2015_fase_1))

Menggunakan *Internet Banking* konsumen mendapatkan banyak keuntungan yang diperoleh terutama dilihat dari waktu dan tenaga yang bisa dihemat karena internet dapat dilakukan dimana saja selama penggunaanya memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan *Internet Banking* tersebut seperti telepon seluler atau pun jaringan internet. Dengan berbagai kemudahan dan kegunaan yang diciptakan *Internet Banking*, namun banyak nasabah juga yang memilih melakukan transaksi langsung di bank cabang. Keengganan nasabah dalam mengadopsi dan menggunakan *Internet Banking* dipengaruhi oleh beberapa faktor yang salah satunya yaitu kepercayaan nasabah atas tingkat keamanan layanan.

Selain itu, dengan kecepatan dalam melakukan semua transaksi saja, tetapi terdapat kemudahan serta kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi non-keuangan maupun keuangan secara online tanpa harus datang ke bank atau ATM (Harlan,2014:2). Oleh sebab itu nasabah merasa *Internet Banking* memberikan manfaat kepadanya, maka *Internet Banking* akan digunakan secara terus-menerus. Sebaliknya, nasabah menganggap *Internet Banking* tidak atau kurang memberi manfaat, maka nasabah tidak mau menggunakan *Internet Banking*. Menurut Gunawan (2014) juga menjelaskan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan dari variabel persepsi kegunaan terhadap sikap.

Layanan *Internet Banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses jarak jauh, sehingga nasabah tidak perlu lagi dilayani oleh teller maupun customer services. Dalam menggunakan transaksi jarak jauh tentunya nasabah membutuhkan rasa kepercayaan terhadap bank. Banyak nasabah yang mempertimbangkan jarak dan suasana impersonal dalam transaksi online yang banyak mengandung risiko. Maka dari itu nasabah yang kurang percaya pada layanan *Internet Banking* bank maka konsumen semakin enggan untuk menggunakannya sebaliknya jika nasabah percaya pada layanan *Internet Banking* maka sering nasabah untuk mengadopsi dan menggunakan layanan *Internet Banking* tersebut. Dari latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Persepsi Keamanan, Kegunaan Dan Kemudahan Nasabah Terhadap adopsi *Internet Banking* Di Bank Rakyat Indonesia”.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *Internet Banking* oleh nasabah Bank Rakyat Indonesia di Surabaya?
- b. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *Internet Banking* oleh nasabah Bank Rakyat Indonesia di Surabaya?
- c. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *Internet Banking* oleh nasabah Bank Rakyat Indonesia di Surabaya?
- d. Apakah persepsi keamanan, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan secara simultan berpengaruh positif terhadap adopsi *internet banking* Bank BRI di Surabaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dapat disampaikan pada penulisan ini adalah

- a. Menganalisis signifikansi pengaruh dari persepsi keamanan terhadap kemudahan nasabah terhadap adopsi *Internet Banking* oleh nasabah Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.
- b. Menganalisis signifikansi dari kegunaan terhadap kemudahan nasabah terhadap adopsi *Internet Banking* oleh nasabah Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.
- c. Menganalisis signifikansi dari kemudahan nasabah terhadap adopsi *Internet Banking* oleh nasabah Bank Rakyat Indonesia di Surabaya.
- d. Menganalisis signifikan pengaruh persepsi keamanan, kegunaan, dan kemudahan terhadap adopsi *internet banking* Bank BRI di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Bagi Peneliti

Sebagai perluasan ilmu pengetahuan dan untuk berfikir secara kritis dan sistematis tentang pengaruh persepsi keamanan, kegunaan dan kemudahan nasabah terhadap adopsi *Internet Banking* pada perbankan.

b. Bagi Bank Rakyat Indonesia Di Surabaya

Sebagai masukan dan informasi kepada pihak manajemen untuk meningkatkan jumlah nasabah terhadap adopsi *Internet Banking* pada Bank Rakyat Indonesia Di Surabaya.

c. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Sebagai bahan perbandingan dalam penelitian pada masa yang akan mendatang, khususnya penelitian tentang pengaruh persepsi keamanan, kegunaan dan kemudahan nasabah terhadap adopsi *Internet Banking* pada perbankan dan sebagai bahan ajar dalam ilmu pendidikan Bank sehingga dapat memperkaya dan menambah wawasan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Skripsi ini terdiri atas lima bab yang secara umum yang mengacu pada pedoman penulisan Skripsi yang berlaku di STIE Perbanas Surabaya. Adapun sistematika penulisan Skripsi ini dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab Ini menjelaskan Tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian Serta Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab Ini menjelaskan Tentang Penelitian Terdahulu, Landasan Teori, Kerangka Pemikiran Serta Hipotesis Penelitian

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab Ini menjelaskan Tentang Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Devenisi Operasional Dan Pengukuran Variabel, Instrumen Penelitian Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel Data Dan Metode Pengumpulan Data, Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Serta Teknik Analisis Data.

BAB VI. GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

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

BAB V. PENUTUP

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