

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi, seperti website melalui internet atau teknologi lain yang terkait, telah mampu merubah cara serta arah proses transaksi finansial. Pengguna internet telah memberikan kontribusi besar dalam berbagai aspek kehidupan bagi masyarakat, perusahaan industri maupun pemerintah. Kontribusi ini dapat dilihat melalui konsumen yang melakukan order dan bertransaksi melalui situs internet, dapat dengan mudah memproses layanan jasa secara otomatis tanpa membutuhkan adanya kontak personal langsung saat melakukan transaksi. Teknologi seperti ini yang sekarang banyak diadopsi oleh sebagian besar masyarakat di dunia dalam meningkatkan mobilitas dan kinerja.

Dunia perbankan mengembangkan layanan-layanannya tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Salah satu bentuk layanan internet yang dikembangkan oleh bank adalah layanan *internet banking*. *Internet banking* juga dapat diartikan sebagai penyedia informasi atau jasa oleh bank kepada nasabah melalui internet dimana hal itu menjadi salah satu perkembangan utama di berbagai sektor jasa dalam beberapa tahun terakhir.

Menurut Bank Indonesia (www.bi.go.id diakses pada 22 September 2014) layanan *internet banking* merupakan layanan perbankan yang termasuk dalam layanan *electronic banking*. Dengan mengikuti perkembangan teknologi, saat ini telah banyak bank yang menyediakan jasa *internet banking* sebagai bentuk pelayanannya kepada nasabah. Manfaat *internet banking* dapat dirasakan baik oleh pihak nasabah dan juga pihak bank itu sendiri. Bagi nasabah, *internet banking* dapat memberikan suatu kemudahan untuk melakukan beberapa aktivitas perbankan tanpa harus datang ke bank. Beberapa aktivitas perbankan seperti melihat saldo, melakukan transfer antar rekening, dan melakukan pembayaran sejumlah tagihan dimana saja dan kapan saja.

Selama ini, sistem transaksi nasabah yang digunakan oleh perusahaan hanya bersifat secara manual, yang tidak jarang menyebabkan kesalahan atau *human error* baik dari pihak bank ataupun nasabah itu sendiri. Dengan adanya layanan jasa berupa *internet banking* yang secara cepat dapat dinikmati oleh nasabah maupun perusahaan sendiri maka segala layanan yang diinginkan oleh para nasabah dapat segera ditindak lanjuti dengan secepat mungkin, sehingga perusahaan tersebut akan mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan tercepat bagi para nasabah serta kontrol perusahaan terhadap masalah keuangan semakin cepat dan akurat.

Saat ini beberapa bank, baik bank swasta maupun pemerintah telah menyelenggarakan *internet banking* antara lain BCA, BII, Bank Universal, Bank CIMB Niaga, Bank Mandiri dan Citibank. *Internet banking* pada bank-bank tersebut sudah pada tahapan transaksional, bukan lagi informasional (atau sekedar

website) sebagaimana dimiliki oleh hampir seluruh bank. Di masa mendatang, sejalan dengan semakin banyaknya pengguna *internet banking* dan semakin ketatnya persaingan antar bank, diperkirakan akan semakin banyak bank yang akan menyelenggarakan jasa pelayanan *internet banking* di Indonesia.

Survey Top Brand adalah salah satu tolak ukur untuk mengukur kinerja merk-merk yang beredar di Indonesia. Brand Index dihitung menggunakan tiga parameter, yaitu merk yang paling mudah diingat, merk yang terakhir dibeli, dan merk yang akan dipilih pada masa depan. Pada kategori E-Channel di negara Indonesia, terdapat 4 bank konvensional yang berhasil masuk dalam nominasi Top Index 2014.

Tabel 1.1

TOP BRAND AWARD KATEGORI E-CHANNEL

Internet Banking	
Merek	TBI
Klik BCA	53,7 %
<i>Internet Banking</i> Mandiri	20,2 %
<i>Internet Banking</i> BRI	10,6 %
BNI <i>Internet Banking</i>	9,6 %
Others	100%

Sumber: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/surveyresult/top_brand_index_2014

Bank Central Asia (BCA) merupakan salah satu bank komersial di Indonesia yang mengimplementasikan pengguna sistem *internet banking* pada layanan jasa perbankan dan menjadi *market leader* pada pasar *internet banking*. Berdasarkan data dalam tabel 1.1, Dari 100% pengguna internet banking, Klik-BCA menduduki peringkat pertama dari dengan total persentase sebesar 53,7%, diikuti *Internet Banking Mandiri* sebesar 20,2%, *internet banking BRI* sebesar 10,6% dan BNI sebesar 9,6%. Hal ini menunjukkan bahwa setengah dari nasabah bank BCA telah menggunakan dan menjadi konsumen yang loyal untuk produk jasa Klik-BCA.

Banyak faktor yang menyebabkan nasabah tertarik menggunakan *internet banking*. Mulai dari layanan memuaskan, tingkat keamanan, fasilitas kemudahan transaksi, sampai dengan beberapa faktor lainnya. Namun, yang paling menarik untuk dianalisis adalah faktor fasilitas kemudahan bertransaksi. Hal ini dikarenakan bahwa pada faktor inilah tingkat persaingan yang terjadi di antar bank cukup tinggi. Ketika layanan, tingkat keamanan, dan kedekatan lokasi (cabang) sudah memuaskan nasabah, maka yang dicari oleh nasabah adalah seberapa canggih dan banyak fasilitas yang memberikan kemudahan bertransaksi (Sauca Pranidana, 2010).

Nasabah telah merasa nyaman dan terbiasa melakukan transaksi perbankan secara konvensional sehingga belum mengetahui manfaat dari layanan *internet banking*. Pada dasarnya, sebuah layanan yang mampu memberikan manfaat pada nasabah pasti akan diterima dengan baik oleh penggunanya. Semakin nasabah merasa *internet banking* bermanfaat maka *internet banking* akan semakin sering

digunakan. Begitu juga sebaliknya, apabila nasabah menganggap *internet banking* kurang bermanfaat, maka nasabah cenderung tidak mau menggunakan jasa *internet banking*.

Sebuah sistem yang dianggap bermanfaat biasanya tidak akan sering digunakan apabila dianggap rumit oleh penggunanya. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut bermanfaat dan lebih mudah dioperasikan selain itu aspek keamanan juga berpengaruh penting dalam penggunaan suatu sistem termasuk pada *internet banking*. Nasabah harus memastikan bahwa data rahasia mereka benar-benar terjamin dan tidak akan menyebar luas sehingga mengakibatkan kerugian terhadap nasabah pengguna *internet banking* (Irmadhani dan Nugroho, 2012)

Isu fasilitas kemudahan bertransaksi inilah yang tidak disia-siakan oleh bank BCA untuk melakukan investasi dalam menyediakan fasilitas *internet banking* BCA yang dikenal dengan nama Klik-BCA. Dengan Klik-BCA, maka banyak nasabah yang merasa sangat dimudahkan. Karena, tanpa harus ke bank, tetap dapat berinteraksi di mana saja asal dapat terhubung dengan jaringan internet. Karena respon positif terhadap fasilitas Klik-BCA ini maka menciptakan peningkatan jumlah nasabah Bank BCA menjadi tinggi. Yang menarik adalah, bagaimana strategi bank BCA untuk dapat mempertahankan kompetitif produk Klik-BCA sehingga tidak terpengaruh terhadap usaha duplikasi dan adopsi bank komersial yang lain dan tetap unggul diantara *internet banking* lainnya.

Fitur-fitur Klik-BCA pun sudah termasuk lengkap. Fitur-fitur klik-BCA terdiri dari transfer dana, Informasi saldo, pembayaran (misalkan: kartu kredit,

telpon, handphone, listrik), pembelian (misalkan: pulsa isi ulang, tiket pesawat terbang, saham). Keamanan pun terjamin dengan adanya token yang dimiliki oleh setiap pengguna Klik-BCA.

Menurut Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013) Adopsi internet banking di Ghana terus meningkat dan hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi asli TAM(*Technology Acceptance Model*) yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan serta ekstensi dukungan pemerintah, kepercayaan dan keamanan semua signifikan terhadap intensions pelanggan untuk mengadopsi online banking.

Berdasarkan penelitian terdahulu maka penelitian kali ini mencoba untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat penggunaan Klik-BCA. Adapun judul penelitian ini: **“Minat Pengguna Internet Banking Pada Bank BCA Surabaya Dilihat dari Faktor Manfaat, Keamanan dan Kemudahan”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas maka penulis menemukan beberapa perumusan masalah yakni:

1. Apakah faktor manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna Klik-BCA di Surabaya?
2. Apakah faktor keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna Klik-BCA di Surabaya?

3. Apakah faktor kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna Klik-BCA di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan di temukannya rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh faktor manfaat terhadap minat pengguna Klik-BCA di Surabaya.
2. Mengetahui pengaruh faktor keamanan terhadap minat pengguna Klik-BCA di Surabaya.
3. Mengetahui pengaruh faktor kemudahan terhadap minat pengguna Klik-BCA di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian suatu masalah tentunya mempunyai maksud, tujuan serta manfaat tertentu, dalam hal ini manfaat penelitian adalah :

a. Bagi Peneliti

Dengan menyusun penelitian ini, maka peneliti dapat mengembangkan konsep yang telah didapat, menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan dalam dunia pemasaran khususnya yang berhubungan dengan internet banking.

b. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat digunakan sebagai studi banding oleh peneliti lain yang ingin meneliti masalah yang sama, guna meningkatkan wawasan dan pola berfikir sehingga akan membantu untuk mempercepat dan melengkapi penelitian yang diperlukan selanjutnya.

c. Bagi dunia Perbankan

Dari hasil penelitian ini diharapkan bank dapat mengetahui lebih baik akan efek dari jasa e-banking perbankan terhadap nasabah sehingga akan dapat menjadi pendorong untuk terus meningkatkan kemampuannya dalam upaya memenuhi kebutuhan nasabahnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini dibagi dalam beberapa bab dan pembahasan antara satu bab dengan bab yang lain saling berkaitan. Adapun sistematikanya disusun sebagai berikut :

BAB I :PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II :TINJAUAN PUSTAKA

Menjabarkan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, Penelitian Terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III :METODE PENELITIAN

Menguraikan secara rinci mengenai hal-hal yang berkaitan dengan prosedur penelitian meliputi : rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, teknik pengambilan sampel dan teknik pengumpulan data, serta metode analisis data untuk hipotesis penelitian.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini diuraikan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data,dan pembahasan

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan, hambatan dalam penelitian, dan saran.