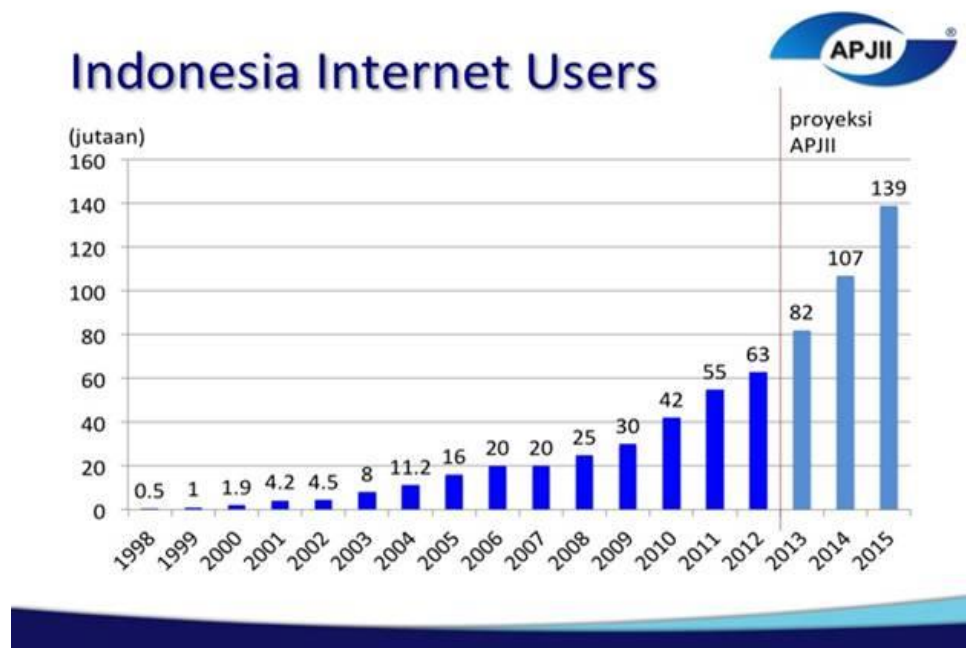


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi pada globalisasi ini semakin berkembang sebagai fasilitas pendukung yang digunakan pada aktivitas manusia. Pada kehidupan kini, teknologi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat, seakan-akan merupakan suatu kebutuhan yang mendasar. Hasil Riset dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)



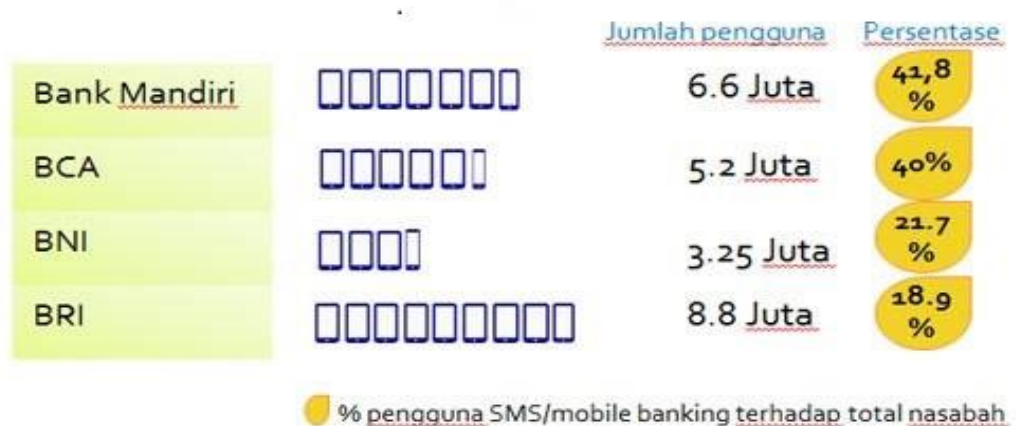
Sumber : APJII, 2016

Gambar 1.1 Jumlah Penggunaan Internet Di Indonesia (1998 – 2015)

Data di atas menunjukkan bahwa setiap tahunnya jumlah penggunaan internet semakin meningkat. Dengan adanya peningkatan ini, manusia tentunya menginginkan keefektivan dan keefisienan suatu komunikasi yang terjalin antar sesama guna mendapatkan informasi yang diinginkan sejalan dengan perkembangan teknologi itu sendiri.

Kemajuan teknologi mempunyai efek yang sifatnya multiplier (pengganda), yang artinya kemajuan teknologi menyebabkan kemajuan di bidang lainnya, salah satu bidang tersebut adalah sistem pembayaran. Kemajuan teknologi dibidang komunikasi, terutama internet dan telepon genggam sangat berpengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran (Hidayanti 2014). Pertumbuhan sms/mobile banking di Indonesia :

Persentase penggunaan sms/mobile banking terhadap total nasabah



Gambar 1.2 Penggunaan sms/mobile banking terhadap total nasabah

Sumber : Sharing Vision, dari berbagai sumber, 2013

Dilihat dari data di atas menunjukkan bahwa total pertumbuhan pengguna SMS/Mobile Banking dari 4 bank (Bank Mandiri, BCA, BNI, dan BRI) di Indonesia mencapai angka 23,65 juta pengguna di awal tahun 2015. Jumlah tersebut naik 25 persen dari jumlah pengguna SMS/Mobile banking pada 2014 yang mencapai 18,8 juta pengguna. Hingga saat ini bank BRI menjadi bank dengan jumlah pengguna SMS/Mobile banking paling banyak dengan 8.8 juta pengguna dengan persentase 18.9 dari total nasabah.

Pengertian bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Perbankan tidak hanya sebagai lembaga yang hanya mencari profit namun bank sebagai lembaga yang harus mencari profit namun bank sebagai lembaga yang mengedepankan pelayanan yang baik bagi nasabahnya. Selain itu bank memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan yang berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang semakin banyak, perbankan berusaha memberikan pelayanan melalui sistem teknologi yang dinamakan *internet banking* Hadirnya *internet banking* untuk meminimalisir interaksi fisik antara nasabah dengan pegawai bank.

Ternyata, Islam melalui Al-Quran surat Ali-Imran ayat 159 telah memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan) kepada obyek dakwah (*customer/pelanggan*).

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّنتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

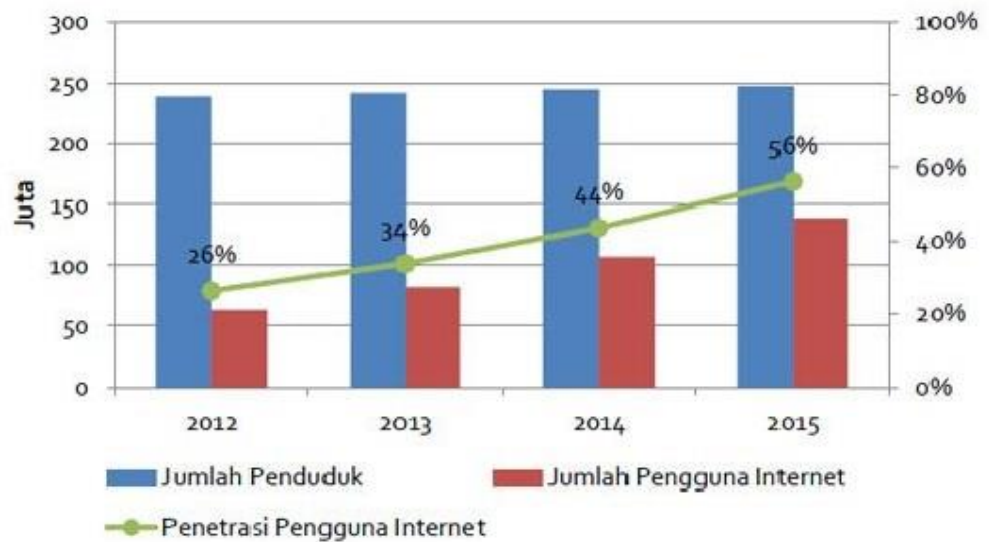
“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.” (QS. Ali-Imran : 159)

Jika mukmin bersikap keras, tidak care terhadap sesama (pelanggan) maka mereka akan menjauh sehingga target tidak tercapai. Hal ini berarti, bahwa perhatian terhadap sesama merupakan suatu anjuran wajib bagi mukmin.

Perbankan online memiliki banyak fitur dan kemampuan yang sama, tetapi secara tradisional juga memiliki beberapa aplikasi spesifik. Misalnya, melakukan transaksi pembayaran, seperti rekening untuk transfer rekening, pembayaran tagihan, mengajukan permohonan pinjaman, rekening baru, dll. Keuntungan utama dalam penggunaan perbankan online atau teknologi *Internet-Banking* bagi pelanggan adalah potensial yang memiliki posisi perbankan seseorang tersedia setiap saat dengan jelas (Julita 2010).

Menurut survei yang dilakukan oleh Sharing Vision, nilai transaksi *internet banking* di Indonesia telah mencapai Rp 3.642 triliun, jumlah tersebut melampaui nilai transaksi ATM dan debit yang berada pada Rp 3.476 triliun selama 2012. Pertumbuhan *internet banking* didorong oleh pengguna internet yang pertumbuhannya cukup pesat.

Prediksi Data Pengguna Internet Banking di Indonesia 0%



Berdasarkan data pengguna dari 6 bank besar di Indonesia

Sumber : Sharing Vision, dari berbagai sumber, 2013

Gambar 1.3 Data Pengguna *Internet Banking* di Indonesia

Menurut survei yang dilakukan oleh Sharing Vision pada 6 bank besar di Indonesia, jumlah pengguna *internet banking* mencapai 5,7 juta orang pada 2012 berarti 9 persen pengguna internet di Indonesia adalah pengguna *internet banking* dan angkanya diperkirakan bertambah seiring pertumbuhan pengguna internet.

Banyaknya pengguna internet di Indonesia tentu juga mendorong dunia bisnis untuk lebih maju dan berkembang. Dalam melakukan kegiatan transaksi pembelian dan penjualan, internet bisa menjadi media yang paling tepat dalam melakukan transaksi. Selain itu internet menjadi media untuk bertukar informasi dan mencari sebuah informasi yang dibutuhkan. Teknologi mendorong dunia perbankan dalam memanfaatkan internet. Menurut (Widyarini 2005) menyatakan hal tersebut memberikan kesempatan dalam dunia perbankan agar melangkah lebih maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya yaitu tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tetapi juga kemudahan serta kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara online tanpa mengharuskan nasabahnya datang untuk mengantri di bank atau ATM.

Namun, sebagian besar nasabah lebih memilih mengantri di Bank atau menggunakan ATM (*Automated Teller Machines*) untuk melakukan transaksi perbankan karena nasabah beranggapan dengan menggunakan ATM tingkat keamanan akan melakukan transaksi cenderung lebih aman dibandingkan dengan menggunakan fasilitas *internet banking*. Pengguna *internet banking* sangat sedikit bila dibandingkan dengan jumlah pengguna *internet*. Hal ini membuktikan bahwa cukup banyak nasabah yang menggunakan *internet* tetapi tidak berminat menggunakan *internet banking*. Meskipun berbagai keuntungan ditawarkan melalui *internet banking*, namun system ini kurang diminati dan sangat jarang digunakan

oleh nasabah yang memiliki fasilitas untuk mengakses *internet banking* (Kusumaningrum 2015).

(Kusmayadi 2007) berpendapat di mana kepercayaan muncul ketika adanya keyakinan dari pihak konsumen yaitu pelanggan pada reliabilitas dan integritas dari rekan pertukaran. Kepercayaan di sini adalah kepercayaan nasabah pada penyelenggara transaksi elektronik perbankan, serta kepercayaan pada mekanisme operasional dari transaksi yang dilakukan. Menurut (Silvia 2014) Kepercayaan, merupakan suatu hal yang sangat penting dalam pengambilan keputusan apabila akan menggunakan layanan *internet banking*, bahwa sistem *internet banking* mudah digunakan, cepat dalam bertransaksi, aman dan tidak merugikan.

Nasabah yang beranggapan bahwa fasilitas *internet banking* memiliki manfaat yang mampu memenuhi kebutuhannya dan memberikan manfaat yang menguntungkan untuknya di masa depan tentu akan bersungguh-sungguh dalam mempelajarinya, dan cenderung mempunyai minat untuk menggunakannya. Namun apabila nasabah beranggapan bahwa manfaat fasilitas *internet banking* kurang memberikan manfaat, maka ia akan beralih menggunakan jasa *teller* dibandingkan dengan menggunakan fasilitas *internet banking*. Dari sinilah persepsi Kebermanfaatan Teknologi Informasi diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa penggunaan *internet banking* dapat meningkatkan kinerja nasabah dan mampu memberikan manfaat yang

diharapkan nasabah untuk melaksanakan tugas maupun pekerjaannya (Hardiman dan Nugroho 2013).

Kenyamanan menurut (Poon 2008) merupakan variabel utama dalam menggunakan *internet banking*. Dimana kenyamanan dalam *internet banking* menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang mana memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan di manapun. Menurut (Silvia 2014) Kenyamanan, merupakan hal yang penting dalam menggunakan layanan transaksi internet banking karena dapat memudahkan akses internet banking kapanpun dan dimanapun, menjadikan pengguna merasakan kenyamanan dalam bertransaksi.

Walaupun *internet banking* memberikan banyak layanan yang memberikan keuntungan, namun *internet banking* juga memiliki risiko-risiko yang dirasakan oleh nasabah. Menurut (Smadi 2012) Risiko dianggap sebagai persepsi pelanggan terhadap adanya ketidakpastian dan juga konsekuensi negatif untuk membeli produk atau memakai jasa. Sebelum menggunakan suatu teknologi seseorang akan lebih cenderung mempertimbangkan risiko dari penggunaan tersebut. Hal ini disebabkan karena adanya kekhawatiran terjadinya pencurian maupun penipuan identitas yang dapat dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN INTERNET BANKING PADA PERBANKAN DI YOGYAKARTA”

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian (Kusumaningrum 2015). Perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah tahun penelitian dan menambahkan faktor kenyamanan yang diambil dari penelitian (Priyanto 2015) sebagai variabel independen. Faktor-faktor penelitian antara lain kepercayaan, kebermanfaatan teknologi informasi, kenyamanan, dan persepsi risiko.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang penelitian di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kepercayaan nasabah berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan *internet banking* ?
2. Apakah kebermanfaatan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan *internet banking* ?
3. Apakah kenyamanan nasabah berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan *internet banking* ?
4. Apakah persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan *internet banking* ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah ditentukan, peneliti menetapkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris pengaruh dari kepercayaan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *internet banking*
2. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris pengaruh dari kebermanfaatan teknologi informasi terhadap minat nasabah untuk menggunakan *internet banking*.
3. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris pengaruh dari kenyamanan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *internet banking*
4. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris pengaruh dari persepsi risiko terhadap minat nasabah untuk menggunakan *internet banking*

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Untuk membuktikan teori tentang pengaruh kepercayaan, kebermanfaatan teknologi informasi, kenyamanan, dan persepsi risiko terhadap minat nasabah untuk menggunakan *internet banking*.

2. Manfaat praktis

a. Pihak perbankan

Untuk memberikan masukan kepada pihak perbankan agar lebih baik untuk meningkatkan penggunaan teknologi *internet banking* sebagai penerapan teknologi *internet banking*.

b. Pihak mahasiswa

Untuk memberikan sumbangan pemikiran dan dapat dijadikan referensi bagi penelitian-penelitian sejenis diwaktu yang akan datang

c. Pihak masyarakat

Untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan hubungan dengan pihak perbankan baik dalam bertransaksi atau pencarian informasi dengan menggunakan teknologi *internet banking*.