

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan dunia teknologi sekarang ini semakin bertambah pesat dan telah memengaruhi perkembangan aktivitas baik ekonomi maupun sosial masyarakat, termasuk aktivitas transaksi keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung (Putri, 2015). Perilaku kehidupan masyarakat saat ini ditentukan oleh perkembangan dan jenis teknologi yang dikuasai oleh masyarakat yang bersangkutan. Melalui berbagai perkembangannya tersebut maka berbagai macam kegiatan atau pekerjaan manusia pun sudah dapat digantikan dengan mesin-mesin otomatis

Hal tersebut dapat langsung terjawab seiring dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi khususnya teknologi internet, sehingga dapat memunculkan berbagai aplikasi baru termasuk dalam bidang perbankan (Hadjimujiarto, 2012) Seperti halnya di dunia perbankan, Bank merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa, dimana masyarakat sebagai nasabah sudah mengetahui bagaimana sistem pelayanan bank pada umumnya. Pola transaksi nya yang tidak efisien membuat bagi sebagian nasabah merasa kurang nyaman karena bagi mereka waktu merupakan hal yang sangat berharga dan banyak dari mereka menginginkan suatu pelayanan yang bersifat sederhana namun praktis. (Nurseno,2017)

Pihak bank akhirnya menggunakan kelebihan dari kemajuan teknologi dengan membuat aplikasi yang bernama *internet banking*. *Internet Banking*

yaitu bentuk layanan perbankan secara elektronik yang pada dasarnya merupakan suatu transaksi antara pihak bank dan nasabah yang memberikan manfaat berganda dengan melalui media internet (Silvia,2014) Kegiatan dari aplikasi ini harus terhubung dengan jaringan internet yang mempunyai koneksi stabil. Bentuk transaksi yang dilakukan hanya menggunakan *gadget* tanpa melalui proses tatap muka antara pihak bank dan nasabah. Dengan adanya layanan ini nasabah tidak perlu khawatir akan menghabiskan waktu antri di bank yang tentunya akan membutuhkan tenaga ekstra pula (Istiarni, 2014)

Layanan *internet banking* dapat memberikan manfaat untuk nasabah dan bank. Adanya *internet banking* bagi nasabah memberikan keuntungan karena dapat melakukan transaksi dalam satu waktu dan satu tempat, misalnya transfer uang, cek saldo, melakukan pembayaran tagihan, pembelian voucher prabayar dan masih banyak lagi yang dapat dilakukan (Setiyani, 2016). Selain memberikan keuntungan bagi pihak nasabah, *internet banking* juga memberikan keuntungan bagi pihak perbankan, yaitu *internet banking* dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, produktivitas dan probabilitas (Kusumaningrum, 2015)

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

فِيمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَئِنْ لَمْ يَنْفِضُوا مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

“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 bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”

Jika mukmin bersikap keras dan tidak ada rasa perhatian terhadap sesama (pelanggan) maka mereka akan menjauh sehingga target tidak tercapai. Hal ini berarti bahwa perhatian terhadap sesama merupakan suatu anjuran wajib bagi mukmin (Dewi, 2017)

Penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan, 2014) mengungkapkan bahwa pada awal tahun 1998 Bank Indonesia mulai memperkenalkan program *Internet Banking* di Indonesia. Bank Central Asia (BCA) dan Bank Niaga merupakan bank komersial pertama yang meluncurkan layanan aplikasi *internet banking* di Indonesia yaitu pada tahun 2000. Kemudian disusul oleh Bank Mandiri pada tahun 2003, Bank Permata pada tahun 2005, Bank Negara Indonesia pada tahun 2007, Bank Rakyat Indonesia pada tahun 2009 dan yang terakhir adalah Bank Mega pada tahun 2010

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Dewi, 2017) menyatakan bahwa telah dilakukan survey oleh Sharingvision.com terhadap pada enam bank besar di Indonesia yakni jumlah pengguna *internet banking* pada tahun 2012

mencapai pada 5,7 juta orang. Berarti 9 persen dari pengguna internet di Indonesia adalah pengguna *internet banking* dan angkanya diperkirakan bertambah seiring pertumbuhan pengguna internet (Cahyo, 2014).

Akan tetapi menurut (Kusumaningrum, 2015) menyatakan bahwa sebagian besar nasabah lebih memilih mengantri di bank atau masih menggunakan ATM (*Automated Teller Machines*) untuk melakukan transaksi karena nasabah beranggapan bahwa dengan menggunakan ATM tingkat keamanan dalam melakukan transaksi cenderung lebih aman dibandingkan dengan menggunakan fasilitas *internet banking*. Hal ini terbukti dengan jumlah nasabah pengguna *Internet Banking* yang baru mencapai angka 27% dari keseluruhan nasabah bank yang menerapkan *internet banking* di Indonesia (Gunawan, 2014). Ini membuktikan bahwa cukup banyak nasabah yang masih belum berminat menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan pada data dan fenomena yang telah terjadi di atas maka peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Pada penelitian yang diajukan ini peneliti memilih persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan persepsi keamanan yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*

Kepercayaan itu memengaruhi *internet banking*. Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Putri, 2015) menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif. Demikian juga dengan penelitian (Listyawati, 2017) yang membuktikan bahwa kepercayaan dapat memengaruhi namun pada

penelitian (Silvia, 2014) mendapatkan hasil bahwa kepercayaan memiliki hasil negatif.

Variabel kemudahan juga memengaruhi *internet banking*. Hal ini dibuktikan oleh penelitian (Putri, 2015) yang mengungkapkan bahwa kemudahan berpengaruh positif. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putri, 2015) maka penelitian yang dilakukan oleh (Silvia, 2014) juga mendapatkan hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *internet banking*. Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh (Aryani, 2015) menyimpulkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh secara negatif terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Risiko juga dapat memengaruhi *internet banking*. Peneliti mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Farizi, 2014) bahwa risiko itu berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *internet banking*. Namun hasil berbeda diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh (Putri, 2015) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh secara negatif terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Peneliti menganggap variabel keamanan dapat memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Pada penelitian (Cahyo, 2014) mengatakan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*. Akan tetapi pada penelitian (Aryani, 2015) memiliki hasil yang berbeda dimana keamanan memiliki pengaruh negatif terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*.

Dari beberapa hal diatas terjadi ketidakkonsistenan hasil sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menguji kembali variabel – variabel tersebut. Maka judul penelitian ini adalah **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING (Studi pada nasabah bank di kota Yogyakarta)** Peneliti memilih nasabah bank di kota Yogyakarta sebagai responden karena kota Yogyakarta memiliki jumlah pengguna *internet banking* yang cukup tinggi sehingga menarik minat peneliti untuk dijadikan sebagai responden.

Penelitian ini merupakan kompilasi dari penelitian yang dilakukan Putri (2015) dan Aryani (2015). Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2015) adalah yang pertama, peneliti menambahkan variabel persepsi keamanan yang diambil dari penelitian Aryani (2015) karena menurut peneliti persepsi keamanan memiliki pengaruh dalam pembentukan minat nasabah menggunakan *internet banking*. Perbedaan yang kedua yakni masih terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* sehingga peneliti merasa masih perlu dilakukan penelitian ulang mengenai faktor – faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* agar hasilnya lebih akurat. Perbedaan yang ketiga adalah pada sampel penelitian, jika dalam penelitian yang dilakukan oleh (Putri, 2015) hanya sebatas pada nasabah bank syariah maka dalam penelitian ini sampel penelitiannya adalah nasabah bank syariah dan nasabah bank konvensional di kota Yogyakarta

B. BATASAN MASALAH PENELITIAN

Pada variabel ini terdapat keterbatasan antara lain :

1. Variabel yang digunakan di dalam penelitian ini hanya terdapat empat, yaitu persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan persepsi keamanan
2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada nasabah bank yang terdapat di kota Yogyakarta

C. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

1. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*?
4. Apakah persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*?

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menguji dan menemukan bukti pengaruh dari persepsi kepercayaan terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*
2. Untuk menguji dan menemukan bukti pengaruh dari persepsi kemudahan terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*
3. Untuk menguji dan menemukan pengaruh dari persepsi risiko terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*

4. Untuk menguji dan menemukan pengaruh dari persepsi keamanan terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*

E. MANFAAT PENELITIAN

Peneliti berharap pada penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan manfaat di berbagai bidang seperti :

1. Bidang Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi yang hendak melakukan penelitian selanjutnya terkait *internet banking* dan bermanfaat bagi pihak yang ingin melakukan pengembangan teori perbankan.

2. Bidang Praktis

- a. Bagi Pihak Bank

Memberikan manfaat bagi bank karena penggunaan *internet banking* itu semakin meningkat sehingga itu perlu adanya inovasi serta meningkatkan pelayanan yang berbasis pada *internet banking*

- b. Bagi Nasabah

Sebagai sarana informasi terkait keuntungan yang diperoleh saat ini dan yang akan datang terhadap produk pelayanan perbankan yaitu *internet banking*