

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Teknologi informasi pada saat ini sudah meningkat ke arah yang lebih baik dengan sangat pesatnya. Hal ini dibuktikan dengan perkembangan yang berlangsung pada setiap dekade. Kemajuan sistem teknologi informasi dimulai pada saat era kemajuan akuntansi yang telah berlangsung pada tahun 1950. Perkembangan terus meningkat seiring dengan berjalannya waktu hingga puncaknya terjadi pada era jejaring global ditahun 1990. Saat itu sistem informasi banyak sekali mengalami peningkatan dan perubahan-perubahan (Jogiyanto, 2007). Jika dilihat dari seberapa penting teknologi informasi bagi berlangsungnya bisnis tentu tidak dapat dianggap remeh. Banyak berbagai perusahaan di seluruh dunia mempunyai keinginan untuk dapat merubah perusahaannya menjadi penggerak kekuatan bisnis global melalui bermacam-macam investasi yang tidak bisa dikatakan sedikit dalam dunia *e-busines* dan *e-commerce*, perubahan juga berlangsung pada teknologi informasi lain yang berbasis global (Faramita dan Mohammad, 2012).

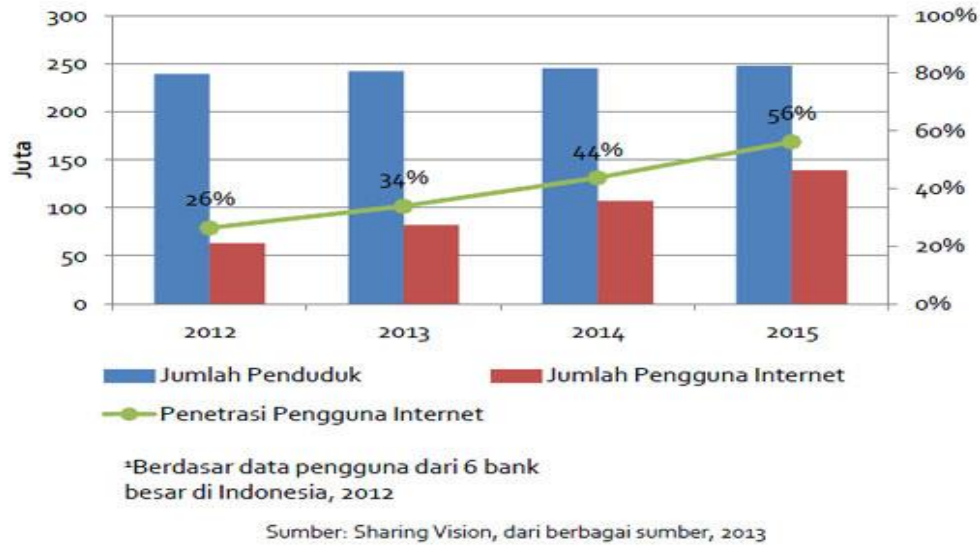
Kemajuan pada sektor teknologi telah berkembang dengan sangat pesatnya, sudah banyak mempengaruhi perkembangan pada aktivitas baik itu dari segi ekonomi ataupun dari segi sosial dalam masyarakat. Dalam kegiatan bisnis selalu diwarnai oleh berbagai kompetisi agar dapat menyuguhkan kelebihan dari berbagai perusahaan guna mengambil kepentingan pangsa pasar yang sangat besar. Kelebihan yang di suguhkan oleh para pelaku bisnis dapat berbagai macam, salah satu nya dari mulai keunggulan dari segi layanan, keunggulan dari segi pemasaran,

keunggulan dari segi produksi, keunggulan dari segi promosi, keunggulan dari segi penjualan, dan lain sebagainya yang tentu saja dengan bantuan dan dukungan dari teknologi informasi.

Industri keuangan seperti perbankan merupakan salah satu contoh industri yang tidak pernah absen mengikuti gencarnya perkembangan dari teknologi informasi. Agar dapat menyuguhkan suatu kelebihan, tidak jarang suatu perusahaan yang menjual jasa seperti instansi perbankan akan selalu menawarkan berbagai kemudahan dalam pelayanan agar dapat memperoleh para nasabah yang tentu saja tidak lepas dari dukungan sistem teknologi informasi. Salah satu manfaat teknologi informasi yang digunakan industri perbankan dalam memberikan layanan kepada nasabahnya adalah memberi kemudahan yang berbasis teknologi informasi yang saat ini sangat bervariasi bentuknya.

Dikutip dari Sharing Vision, berdasarkan data pengguna dari 6 bank besar di Indonesia, pada tahun 2014 total jumlah pengguna internet banking mencapai 10 juta pengguna. Nilai transaksi internet banking di Indonesia telah mencapai Rp. 3.476 triliun, jumlah tersebut melampaui nilai transaksi yang dilakukan menggunakan mesin ATM dan debit selama 2012. Pertumbuhan internet banking sendiri tidak dapat lepas dari faktor dorongan dari pengguna internet itu sendiri yang pertumbuhannya cukup pesat.

Data Pengguna Internet Banking Di Indonesia



Sumber: Sharing Vision

Gambar 1.1

Data Pengguna Internet Banking Di Indonesia

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwasannya jumlah pengguna internet banking terus meningkat dari tahun ke tahun. Menurut survey yang dilakukan oleh Sharing Vision pada 6 bank besar di Indonesia, jumlah pengguna internet banking 5,7 juta orang pada 2012. Berarti 9 persen pengguna internet di Indonesia merupakan pengguna layanan internet banking, dan angkanya diperkirakan bertambah seiring pertumbuhan pengguna internet.

Dikutip dari Kompas.com, Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) melaporkan jumlah rekening dan nominal simpanan yang dijamin pada bank umum per januari 2018. Total rekening simpanan per januari mencapai 246.293.377 rekening. Angka tersebut naik 1,61 persen dibandingkan posisi jumlah rekening pada bulan desember 2017. Sedangkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melaporkan bahwa jumlah pengguna e-banking (*SMS banking* kemudian *phone banking*, *mobile banking* dan *internet banking*) meningkat tajam 270 persen, dari total 13,6 juta

nasabah pada 2012 naik menjadi 50,4 juta nasabah di tahun 2016. Jumlah ini meningkat seiring adanya perubahan perilaku kebutuhan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk melakukan aktivitas perbankan. Dari data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa masih banyak nasabah perbankan yang kurang berminat menggunakan layanan internet banking. Tercatat masih ada sekitar 192 juta nasabah perbankan belum menggunakan internet banking. Hal ini didasari oleh masih banyaknya nasabah yg lebih senang menggunakan metode konvensional untuk bertransaksi.

Salah satu metode konvensional atau metode lama yang masih dianut hingga saat ini dalam instansi perbankan, yaitu pelayanan yang di berikan kepada para nasabah yang datang langsung ke bank untuk bisa melakukan berbagai kegiatan transaksi, mulai dari setor dana tabungan, melakukan transfer dana antar rekening maupun berbagai macam transaksi yang lainnya. Hal ini pada dasarnya dapat mengakibatkan ketidak efisienan dari metode konvensional, hal ini disebabkan para nasabah yang akan melakukan kegiatan transfer dana antar rekening pada umumnya nasabah datang langsung ke bank terdekat yang dapat dijangkau, selanjutnya nasabah mengisi formulir dan selanjutnya mengantri untuk gilirannya. Metode lama tersebut dinilai dapat menyita waktu yang lama dan dianggap tidak efisien. Hal ini dapat dilihat dari mulai mengisi formulir transfer lalu mengantri untuk gilirannya dan juga memerlukan waktu bagi *Teller* untuk mengecek dan memastikan nomer rekening yang tertulis di formulir benar atau salah. Dengan adanya alasan tersebut maka pihak bank selaku penyedia layanan jasa keuangan menawarkan kemudahan layanan berbasis teknologi informasi untuk nasabahnya yang diprediksi nantinya akan dapat membantu mengurangi waktu yang tersita dan mengurangi kerumitan dari metode lama atau metode konvensional.

Layanan *internet banking* yang di keluarkan oleh pihak bank untuk menunjang pelayanan yang baik dan untuk memudahkan nasabah adalah suatu layanan yang digunakan untuk melakukan berbagai kegiatan transaksi perbankan yang dapat dilakukan melalui media komputer global yaitu internet. *Internet banking* adalah salah satu pelayanan dari pihak bank yang ditawarkan untuk nasabah yang nantinya dapat berguna untuk melakukan berbagai transaksi yang sifatnya *non cash* melalui media internet yang dapat diakses menggunakan komputer, handphone, laptop dan lain sebagainya (www.bi.go.id)

Bagi nasabah sendiri, keuntungan yang dapat diraih dari adanya layanan internet banking yang ditawarkan adalah layanan perbankan yang dapat dinikmati dengan cepat, aman, nyaman, murah dan dapat di akses dimana saja dengan waktu yang bebas tanpa terikat jam operasional kantor. Layanan *internet banking* juga dapat diakses dengan mudah menggunakan perangkat elektronik seperti telepon seluler pintar (*smart phone*), komputer, dan lain sebagainya. Bagaimanapun juga keberhasilan *Internet banking* dapat dilihat dari bagaimana para nasabah menerima layanan yang disediakan oleh pihak bank tersebut.

Sebagai salah satu dari sekian banyak bank yang beroperasi di Indonesia. Bank BNI Syariah juga sangat menyadari bahwa suatu nilai keunikan dari produk dan juga layanan yang akan mereka tawarkan kepada nasabahnya akan menjadi nilai penting untuk membangun citra yang baik dari para nasabahnya. Layanan *Internet banking* yang ditawarkan oleh Bank BNI Syariah adalah layanan perbankan yang dapat diakses 24 jam. Dengan menggunakan komputer dan terkoneksi dengan jaringan internet, nasabah juga dapat melakukan berbagai transaksi perbankan dengan mudah, nyaman dan aman. Dikutip dari laman Infobanknews.com bahwa direktur keuangan dan resiko kredit Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk (BNI), mengungkapkan bahwa jumlah nasabah bank BNI per juni tahun 2017 berjumlah 27,6 juta

nasabah. Sedangkan data yang diperoleh dari Kontan.co.id menyatakan bahwa pengguna internet banking per akhir Desember 2017 berjumlah 9,9 juta pengguna dari 7,4 juta pengguna per Desember 2016 atau mengalami kenaikan 34 persen secara tahunan. Meskipun mengalami peningkatan, namun ada lebih dari 18 juta nasabah bank BNI yang belum menggunakan layanan internet banking. Tentu saja ini bukan merupakan angka yg kecil mengingat banyak sekali manfaat dan kemudahan yang bisa didapatkan dari penggunaan layanan internet banking tersebut.

Meskipun mempunyai segudang manfaat yang dapat di dapatkan oleh para nasabah, namun pada kenyataannya masih saja ada nasabah yang enggan menggunakan layanan *Internet banking* yang di tawarkan oleh pihak bank karena alasan-alasan tertentu. Nasabah lebih senang menggunakan cara lama atau konvensional dalam melakukan transaksi perbankan salah satunya adalah dengan datang langsung ke kantor bank dan mengantri dengan nasabah lainnya hanya untuk transfer antar dana atau mencari ATM (*Authomatic Teller Machine*) terdekat hanya untuk mengecek saldo yang ada di rekening nasabah tersebut.

Salah satu pendekatan yang digunakan untuk melihat kemudahan suatu teknologi adalah TAM (*Techonology Acceptance Model*) yang pertama kali di kenalkan oleh Davis di tahun 1989. Pendekatan ini digunakan untuk menjabarkan dan memprediksi suatu penerimaan (*Acceptance*) pengguna (*user*) teknologi dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi dalam sebuah organisasi. Pendekatan ini meyakini bahwasannya terdapat dua variabel yang paling mempengaruhi pengguna teknologi informasi yaitu faktor persepsi pengguna terhadap manfaat yang diperoleh (*Perceived Usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam penggunaan

(*Perceived Ease of Use*) yang merupakan dasar dalam menentukan penerimaan dan penggunaan berbagai macam teknologi informasi.

Persepsi manfaat yang diperoleh dari penggunaan internet banking adalah salah satu dari banyak faktor yang dapat mempengaruhi minat seorang nasabah berminat untuk menggunakan internet banking. Meskipun manfaat yang didapat dari layanan internet banking menurut setiap orang berbeda-beda tetapi pada dasarnya untuk menghindari penolakan dari pengguna sistem atas sistem yang dikembangkan, maka sistem harus dapat memberikan manfaat untuk penggunanya, dengan begitu pengguna akan mulai berminat menggunakan sistem teknologi tersebut.

Selain persepsi manfaat yang diperoleh nasabah, persepsi kemudahan penggunaan juga adalah salah satu dari banyak faktor yang nantinya dapat mempengaruhi minat seorang nasabah dalam penggunaan layanan internet banking yang telah disediakan oleh pihak bank. Persepsi mengenai kemudahan penggunaan sebuah teknologi dapat diartikan sebagai suatu indikator dimana seseorang tersebut percaya bahwa layanan internet banking dapat dengan mudah dipahami dan mudah untuk digunakan. Jika seorang nasabah percaya bahwasannya sistem tersebut dapat dengan mudah dioperasikan maka dia akan memberikan reaksi positif terhadap sistem tersebut dan berminat untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang percaya bahwa sistem informasi tidak mudah untuk digunakan maka kemungkinan terbesarnya adalah dia tidak akan berminat menggunakan sistem tersebut.

Faktor keamanan juga merupakan faktor yang tidak kalah penting dalam mendorong minat seorang nasabah dalam mengadopsi internet banking. Menurut Lallmamood (2007) dalam Priyanto (2015) menjabarkan bahwasannya faktor keamanan dan privasi adalah suatu keyakinan

seorang nasabah atas terjaminnya berbagai transaksi yang aman dan juga terjaga informasi pribadi milik nasabah. Faktor Keamanan dan privasi adalah salah satu dari banyak faktor penting yang dapat mendorong minat seorang nasabah untuk mau mengadopsi layanan internet banking.

Faktor lain yang turut mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan internet banking yaitu persepsi kepercayaan. Pavlou (2012) menyatakan bahwa persepsi kepercayaan yang dianggap sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan sebuah transaksi tertentu sesuai dengan harapan di dalam sebuah populasi yang penuh dengan spekulasi. Persepsi kepercayaan konsumen dapat diartikan sebagai kerelaan satu pihak untuk bisa menerima segala resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwasannya pihak lain akan bersedia melakukan segala tindakan penting untuk pihak yang telah mempercayainya, hal ini terlepas dari segala kemampuan untuk dapat mengawasi dan juga mengendalikan tindakan pihak yang telah dipercaya (Mayer et al, 1995). Dari uraian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa jika seseorang mempercayai pihak bank selaku penyedia layanan internet banking, maka nasabah akan berminat untuk menggunakan layanan internet banking tersebut.

Dari pernyataan diatas penulis tertarik mencoba untuk lebih dalam mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah mengadopsi *internet banking* dengan menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). Dengan demikian peneliti mengajukan judul penelitian: **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)”**

B. Rumusan Masalah Penelitian

Dari latar belakang di atas dijelaskan bahwa berbagai kemudahan dan kenyamanan yang bisa didapatkan dari layanan *Internet banking* yang disediakan oleh pihak bank tidak serta merta membuat semua nasabah lantas berminat menggunakan layanan tersebut. Kurangnya minat seorang nasabah dalam penggunaan layanan *Internet banking* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan dan kepercayaan. Maka, dirumuskan permasalahan seperti berikut :

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Internet banking*?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Internet banking*?
3. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Internet banking*?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *Internet banking*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat nasabah menggunakan *Internet banking*.

2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *Internet banking*.
3. Untuk menganalisis pengaruh keamanan terhadap minat nasabah menggunakan *Internet banking*.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *Internet banking*.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi para pembaca dalam bidang teoritis maupun praktis. Berikut manfaat dari hasil penelitian ini:

1. Manfaat Dalam Bidang Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya serta menambah pengetahuan yang berkaitan dengan minat nasabah mengadopsi layanan *Internet banking* menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*.

2. Manfaat Dalam Bidang Praktis

Sebagai masukan instansi perbankan mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *Internet banking*.