

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini semakin berkembang seiring dengan berkembangnya zaman. Tidak dapat dipungkiri lagi, dengan adanya teknologi yang serba canggih segalanya menjadi mudah dan cepat. Perkembangan sistem teknologi informasi ini mendorong munculnya peluang bisnis yang memanfaatkan layanan *internet* karena dirasa lebih efisien dan efektif terutama jika dilihat dari segi penghematan waktu. Perkembangan *internet* memang cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam segala aspek kehidupan kita. Sehubungan dengan perkembangan teknologi informasi memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan berbagai macam transaksi keuangan.

Perkembangan sistem teknologi informasi ini pun berpengaruh dalam dunia perbankan, salah satunya ialah munculnya layanan *internet banking*. Bank di Indonesia memasuki dunia maya yaitu *internet banking* yang merupakan salah satu produk dari *elektronik banking* atau *E-Banking*, yang merupakan bentuk layanan perbankan melalui media elektronik. *E-Banking* pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perbankan antara pihak bank dan nasabah dengan menggunakan media *internet* dan media elektronik.

Internet banking memberikan keuntungan bagi nasabah maupun bank. Bagi nasabah, *internet banking* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam

melakukan transaksi perbankan di manapun nasabah berada dan kapanpun nasabah ingin bertransaksi. *Internet banking* menghilangkan batas ruang dan waktu. Selain itu *internet banking* dapat diakses dari mana saja di seluruh Indonesia atau bahkan dari seluruh penjuru dunia. Keuntungan dari menyediakan layanan ini bagi pihak bank adalah *internet banking* bisa menjadi solusi murah pengembangan infrastruktur dibanding membuka outlet ATM (Mayasari, dkk. 2011).

Saat ini *internet banking* menjadi perhatian utama dan senjata yang revolusioner strategis operasional bank, untuk *delivery* maupun untuk persaingan antar bank. *Online banking* diperkenalkan sebagai *channel* dimana nasabah bank dapat melakukan aktivitas finansial perbankan secara elektronik melalui *website* bank. Nasabah dapat melakukan transaksi *non cash* setiap saat dengan mudah dan nyaman dengan mengakses melalui komputer (jaringan *internet*). Inovasi pelayanan perbankan melalui teknologi *internet banking* diharapkan dapat menekan *transactional cost* dan antrian yang terjadi di kantor-kantor bank.

Internet banking dalam pelaksanaannya tetap berhubungan dengan teknologi informasi. Istilah teknologi informasi seringkali rancu dengan istilah sistem informasi itu sendiri dan kadang menjadi bahan perdebatan. Ada yang menggunakan istilah teknologi informasi untuk menjabarkan sekumpulan sistem informasi, pemakai, dan manajemen. Ada beberapa teori perilaku yang dapat digunakan sebagai dasar untuk mengkaji proses penerimaan pelaksanaan

sistem informasi oleh pengguna akhir, salah satu yang paling sering digunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM).

TAM adalah salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi dalam literatur sistem informasi. TAM merupakan model penelitian yang paling sering digunakan untuk meneliti adopsi teknologi informasi. Lee, *et al.* (dalam Hendra dan Iskandar, 2016) menjelaskan bahwa dalam kurun waktu 25 tahun terakhir, TAM merupakan model yang paling populer dan banyak digunakan dalam berbagai penelitian yang berkaitan dengan proses adopsi suatu teknologi informasi yang digunakan. TAM dikembangkan untuk menjelaskan perilaku penggunaan komputer. Secara garis besar, TAM diartikan sebagai teori dalam sistem informasi yang menggambarkan perilaku pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi baru (Saomi, dalam Hendra dan Iskandar, 2016).

TAM merupakan kerangka yang telah dikembangkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1986. Model Davis di adaptasi dari *Theory Reasoned Action* (TRA) yang berasumsi bahwa seseorang mengadopsi suatu teknologi pada umumnya ditentukan oleh proses kognitif dan bertujuan untuk memuaskan pemakainya atau memaksimalkan kegunaan teknologi tersebut. Menurut Hendra dan Iskandar (2016) menyatakan bahwa TAM digunakan untuk meneliti dan mengukur faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang apakah menerima atau menolak teknologi informasi tersebut.

Model TAM yang dikembangkan dari teori psikologis yang menjelaskan bahwa perilaku pengguna komputer yaitu berlandaskan pada

kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*). Tujuan model ini untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna terhadap penerimaan pengguna teknologi. Secara lebih terinci menjelaskan tentang penerimaan TI dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi diterimanya TI oleh pengguna (*user*).

TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi (*perceived usefulness*) dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan TI (*perceived ease of use*). Resiko (*risk*) transaksi dan kelengkapan fitur layanan *internet banking* merupakan hal yang sangat dipertimbangkan dalam melakukan transaksi maya (*virtual*) karena jarak, kemampuan teknologi dalam memfasilitasi transaksi, layanan yang tidak bertatap muka dengan *teller/customer service* dan banyak hal yang dipertimbangkan nasabah bank dalam transaksi melalui *internet banking*.

Nasabah bank di Indonesia masih banyak yang menggunakan *internet banking* hanya sekedar melihat saldo, oleh sebab itu bank perlu meningkatkan strategi agar semakin banyak nasabah yang menggunakan *internet* dengan tujuan agar *value* yang diberikan nasabah bank semakin tinggi. Transaksi *e-payment* dapat lebih dikembangkan dalam aktivitas bisnis sehingga nasabah bank benar-benar merasakan manfaat *internet banking* ini. Suatu produk atau jasa mungkin sudah tersedia untuk beberapa waktu, tetapi yang penting bagi

bank adalah memahami perilaku konsumen belajar tentang produk untuk pertama kalinya dan memutuskan apakah akan mengadopsinya, karena fasilitas *internet banking* tergolong baru bagi masyarakat. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi konsumen menggunakan fasilitas yang telah disediakan bank, diharapkan mampu memberikan nilai tambah yang maksimal bagi konsumen, pada akhirnya memberikan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) bagi perusahaan.

Secara garis besar, dengan memanfaatkan *internet banking* banyak keuntungan yang akan diperoleh pengguna terutama apabila dilihat dari banyaknya waktu dan tenaga yang dapat dihemat karena *internet banking* jelas dapat dilakukan di mana saja sepanjang pengguna memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan *internet banking* tersebut. Dengan berbagai manfaat yang diciptakan *internet banking*, tentunya para pengguna *internet banking* dari tahun ke tahun akan semakin meningkat. Namun, fasilitas ini tidak sepenuhnya digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Masyarakat Indonesia masih menyukai untuk melakukan transaksi secara manual. Pihak bank dalam mempromosikan *internet banking* menyebutkan bahwa kecilnya resiko yang akan muncul, tetapi apabila diselidiki lebih lanjut, layanan ini juga mempunyai risiko yang dapat menurunkan minat pengguna layanan *internet banking*. Pihak perbankan sendiri perlu untuk mengkaji ulang dan perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat digunakan untuk mengembangkan dan memperbaiki layanan ini.

Penelitian ini menganalisis tentang *internet banking* Mandiri yang disebabkan karena adanya fenomena atau masalah yang terjadi. Bank Mandiri merupakan salah satu bank di Indonesia yang mengoperasikan *E-Banking* (MIB *Mobile*) di Indonesia melalui situs <https://ib.bankmandiri.co.id> yang di amankan dengan enkripsi SSL 128bit dan fasilitas *firewall* pada situsnya. Situs *E-Banking* (MIB *Mobile*) Mandiri sendiri relatif sukar di bobol, maka serangan lebih banyak di arahkan ke pelanggan bank Mandiri. Serangan pembobolan yang sering dilakukan kebanyakan menggunakan teknik *social engineering*. Tidak mengherankan, *E-Banking* Mandiri belakangan menggunakan teknologi *one time password* (OTP) melalui pendaftaran token PIN dalam mengauthentikasi *customer* yang ingin melakukan transaksi.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, peneliti ingin mengetahui persepsi individu apa saja yang berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking*. Penelitian ini menganalisis tentang minat menggunakan *internet banking* yang disebabkan karena adanya fenomena atau masalah yang terjadi. Banyak nasabah yang mempunyai fasilitas *internet banking* namun tidak pernah memanfaatkannya, dikarenakan pengoperasian sistem yang kadang terkesan rumit dan tidak semua orang paham cara menggunakannya. Faktor lain adalah tingkat kemampuan nasabah dalam menggunakan komputer, faktor ini juga mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking*.

Penelitian tentang minat menggunakan teknologi (*internet banking*) antara lain telah dilakukan oleh Mayasari, dkk. (2011) dengan hasil penelitian

diperoleh bahwa persepsi kemudahan menggunakan *internet banking* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Rakhmawati dan Isharijadi (2013) menyatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Ahmad dan Pambudi (2014) membuktikan bahwa persepsi manfaat/kegunaan dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Dan Paganta, dkk. (2016) menyebutkan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Adanya persepsi-persepsi tersebut akan menimbulkan niat nasabah untuk memutuskan apakah akan menggunakan *mobile banking* ataupun tidak. Dengan adanya penelitian ini, akan diketahui persepsi apa saja yang menjadikan nasabah memutuskan untuk menggunakan fasilitas *mobile banking* dan akan terlihat pula persepsi mana yang paling mempengaruhi dalam niat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul, “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT INDIVIDU TERHADAP PENGGUNAAN *INTERNET BANKING* (Survey pada Pengguna MIB *Mobile Bank MANDIRI* Cabang Slamet Riyadi Surakarta)”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking* ?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking* ?
3. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking* ?
4. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking* ?
5. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking* ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan *internet banking*.
2. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *internet banking*.
3. Mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap minat penggunaan *internet banking*.
4. Mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan *internet banking*.
5. Mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan *internet banking*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat secara Teoritis

a. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat bermanfaat khususnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan sebagai sumber bahan atau referensi yang dapat memberikan informasi teoritis dan empiris serta memperoleh pengetahuan dan gambaran yang dijadikan pembandingan teori yang berkaitan dengan topik yang sama dengan penelitian ini.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi yang relevan untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi dan pustaka bagi pihak yang membutuhkan.

2. Manfaat secara Praktis

a. Bagi Bank Mandiri

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan informasi tentang sistem informasi pada bank dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan untuk pengembangan layanan *internet banking*.

b. Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan wawasan yang berarti mengenai *internet banking*. Serta bagaimana meningkatkan animo masyarakat dalam bertransaksi perbankan melalui *internet banking*.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima (5) bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan menjelaskan latar belakang masalah mengapa peneliti termotivasi untuk menciptakan serangkaian mekanisme penelitian ini, rumusan masalah yang membutuhkan jawaban, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka menjelaskan landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, kerangka penelitian yang digunakan untuk memperjelas maksud penelitian dan membentuk dalam berfikir secara logis serta hipotesis yang digunakan.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan bagian yang di dalamnya menjelaskan bagaimana penelitian ini dilaksanakan secara operasional. Dalam bagian ini diuraikan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan merupakan bagian yang menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian. Hasil penelitian berupa analisis data disertai dengan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Penutup merupakan bagian terakhir dalam penulisan skripsi. Bagian ini menguraikan kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil pengolahan data, dan akan disampaikan pula keterbatasan-keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, serta saran-saran yang berkaitan dengan penelitian sejenis yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya. Referensi yang digunakan dalam penelitian ini terdapat pada daftar pustaka serta dilengkapi dengan lampiran-lampiran pengolahan data.