

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Salah satu sektor yang paling dramatis dan sangat terpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi adalah sektor keuangan, terutama sektor perbankan. Mengacu pada laporan Bank Indonesia sampai dengan periode pada bulan Juli 2007, jumlah Bank yang beroperasi di Indonesia tercatat sebanyak 130 Bank umum dan 1816 Bank Perkreditan Rakyat atau BPR. Total aset bank nasional adalah Rp 1.801.100,- milyar, belum termasuk aset BPR (Bank Perkreditan Rakyat) sebesar Rp 25.150,- milyar. Total simpanan masyarakat atau dana pihak ketiga yang berhasil didapat oleh Bank umum adalah sebesar Rp 1.562.100,- milyar dan oleh BPR sebanyak Rp 20.540,- milyar.

Alat ukur keberhasilan suatu Bank, salah satunya tentu bergantung pada ketertarikan masyarakat dalam hal menjadi nasabah dalam suatu sektor perbankan tersebut. Semakin banyak nasabah yang tertarik untuk menempatkan dananya ke dalam Bank tersebut, maka semakin banyak dana yang terhimpun dan diputar kembali dengan meraih profitabilitas dengan maksimal. Pada situasi dengan tingkat persaingan antar Bank yang ketat tentu nasabah seringkali tidak mempunyai loyalitas kepada suatu Bank karena banyaknya tawaran yang diberikan kepada nasabah dan nasabah tentunya akan secara senantiasa memilih tawaran dari Bank mana saja yang paling menguntungkan baginya. Seiring berjalannya waktu dan

zaman perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi menyebabkan mulai munculnya aplikasi bisnis yang juga sering disingkat *e-banking*.

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) telah mengumumkan hasil survey data statistik pengguna internet Indonesia per tahun 2016. Menurut penelitian tersebut, jumlah pengguna internet Indonesia adalah 132,7 juta *user* atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia. Pengguna internet terbanyak berada di Pulau Jawa dengan total pengguna 86.339.350 *user* atau 65% dari total penggunaan internet. Jika dibandingkan penggunaan internet Indonesia pada tahun 2014 sebesar 88,1 juta *user*, maka terjadi kenaikan sebesar 44,6 juta dalam waktu 2 tahun (2014-2016). Pengguna internet berdasarkan usia terbanyak adalah kisaran 35-44 tahun mencapai 29,2%. Sedangkan pengguna paling sedikit adalah usia 55 tahun ke atas. Pengguna internet terbanyak berprofesi sebagai pekerja atau wiraswasta sebesar 82,2 juta atau 62%. Urutan pengguna internet berikutnya sebagai ibu rumah tangga sebesar 22 juta atau 16,6%.

Penelitian ini juga menitikberatkan pada komparasi terhadap perbedaan generasi yang terjadi pada masa kini. Menurut William Strauss (1991), generasi dikelompokkan menjadi beberapa golongan yang disebut dengan generasi *baby boomer*, generasi X, generasi Y, dan generasi Z. Dalam penelitian ini, kita akan membahas tentang perbedaan dari kedua generasi yang cukup signifikan dalam penggunaan *internet banking*, yaitu generasi X dan generasi Y.

Pada penelitian sebelumnya, ditunjukkan bahwa generasi Y memiliki ukuran 3 kali ukuran generasi X, dan itu adalah pasar konsumen terbesar di

Amerika sejak *baby boomers* (Valentine & Power, 2013). Generasi y merujuk pada generasi yang lahir antara 1980an sampai 1990an. Istilah generasi Y digunakan di seluruh dunia meskipun definisi dari tahun lagur tersebut masih diperdebatkan. *The Australian Bureau of Statistics* mengklarifikasikan generasi Y sebagai anak yang lahir antara tahun 1983 dan 2000, sementara itu di Inggris dan Amerika Serikat, merujuk pada anak yang lahir antara tahun 1980 dan 1990.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang akan dirumuskan berdasarkan latar belakang masalah adalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara desain *website* terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *internet banking*?
- b. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *internet banking*?
- c. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara kegunaan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *internet banking*?
- d. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara kemanan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *internet banking*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

- a. Pengaruh desain *website* terhadap keinginan untuk menggunakan *internet banking*
- b. Pengaruh kepercayaan terhadap keinginan nasabah untuk menggunakan *internet banking*
- c. Pengaruh fungsi kegunaan terhadap keinginan nasabah untuk menggunakan *internet banking*
- d. Pengaruh keamanan terhadap keinginan nasabah untuk menggunakan *internet banking*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk:

- a. Pihak internal Bank dalam menilai kompetensi dan menumbuhkan inovasi teknologi *internet banking* untuk memajukan kesejahteraan perekonomian Indonesia
- b. Membantu mengembangkan minat nasabah maupun calon nasabah dalam menggunakan *internet banking* agar mampu mengikuti era digitalisasi yang sudah mendominasi.

1.4 Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan thesis ini, penulis membagi sistematika pembahasan ke dalam 5 (lima) bab yang dapat dirincikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan secara singkat mengenai latar belakang, tujuan dan manfaat serta sistematika pembahasan yang akan dilakukan.

BAB II : KERANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Bab ini adalah mengenai kajian teoritis seperti model-model penelitian terdahulu beserta penelitian variabel seperti desain website, kepercayaan, kegunaan, dan keamanan

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini memberikan uraian tentang metode penilaian yang terdiri dari rancangan penelitian, objek penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data beserta uji kualitas dan validasi data.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan yang menguraikan tentang desain *website*, kepercayaan, kegunaan, dan keamanan

BAB V : KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN REKOMENDASI

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi organisasi pada zaman mendatang.