

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah memberikan dampak yang luar biasa dalam transformasi penyampaian layanan keuangan secara umum, begitu juga dengan layanan perbankan ritel. Bukan hanya di negara maju, hal serupa dapat terjadi di berbagai negara berkembang layaknya Indonesia. Transformasi yang terjadi telah menyebabkan adanya perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen.

Saat ini perbankan telah memanfaatkan teknologi internet untuk melayani konsumen demi mencapai keunggulan kompetitif. Hal ini juga menjadikan bank lebih efisien. *Internet banking* adalah sebuah layanan yang menyediakan metode pengiriman uang yang berada di dalam akun bank yang kita miliki atau tabungan secara *online* yang dapat dilakukan kapan dan di mana saja.

*Internet banking* yang diperkenalkan pada tahun 1994, telah menarik perhatian, tidak hanya lembaga perbankan tetapi juga dalam industri jasa keuangan dan organisasi bisnis. *Internet banking* merupakan alternatif yang menjanjikan dan menawarkan manfaat bagi bank dan konsumen. Manfaat yang dapat diperoleh oleh bank yaitu biaya transaksional yang lebih rendah, efisien, dan dapat mempertahankan basis konsumen yang menguntungkan serta dapat memperluas area pasar (Hariyanto, 2014).

*Internet banking* sangat dibutuhkan bagi bank dan konsumen di era masa kini. Hal ini ditunjukkan dengan adanya penerimaan yang lebih tinggi terhadap teknologi baru dan semakin meningkatnya pemahaman akan produk perbankan yang lebih kompleks. Penggunaan *internet banking* terus mengalami peningkatan meskipun ada rasa kekhawatiran akan kerahasiaan dan keamanan melakukan transaksi dengan menggunakan *internet banking*.

Tidak hanya bank, konsumen juga dapat merasakan manfaat yang berbeda dari perbankan, seperti kenyamanan saat bertransaksi, aksesibilitas dalam penggunaan layanan perbankan, serta dapat menghemat waktu dan biaya konsumen dalam menikmati layanan perbankan yang ditawarkan.

Efisiensi dalam penyampaian layanan perbankan *internet banking* hanya dapat dicapai ketika konsumen menunjukkan preferensi terhadap *internet banking* selain kualitas dan fasilitas yang tersedia. Di Indonesia transaksi perbankan yang menggunakan jasa *internet banking* menunjukkan adanya peningkatan.

Pada tahun 2003, total konsumen *internet banking* berkisar sebanyak 315 ribu pengguna. Namun, 4 (empat) tahun kedepannya telah meningkat sebanyak 8,2 juta pengguna. Selanjutnya, pada tahun 2008 diperkirakan meningkat hingga 50 persen menjadi 12,32 juta pengguna (Maharsi, 2006).

Otoritas Jasa Keuangan atau OJK (2017) menyatakan bahwa terjadi peningkatan dalam jumlah transaksi yang terus terjadi menggunakan *internet banking* di beberapa bank besar. Berdasarkan informasi dari 13 bank besar yang ada di Indonesia, jumlah penggunaan transaksi yang menggunakan *internet banking* di tahun 2012 tercatat sebesar 3,79 Milyar dengan nilai Rp. 4,441 Trilyun, meningkat sebesar 4,73 Milyar dengan nilai Rp. 5,495 Trilyun pada tahun 2013. Tahun 2014 angka penggunaan *internet banking* meningkat masing-masing 5,69 Milyar dengan nominal senilai Rp. 6,447 Trilyun (OJK, 2015).

Terdapat 3 pertimbangan utama masyarakat menggunakan layanan *internet banking* diantaranya:

1. Praktis, karena tidak perlu pergi ke bank
2. Transaksi menjadi lebih efisien
3. Mempermudah untuk memeriksa jumlah uang di tabungan.

Semakin meningkatnya jumlah pengguna *internet banking* dipengaruhi oleh meningkatnya jumlah pertumbuhan pengguna *smartphone*, belum lagi fakta bahwa populasi masyarakat yang semakin bertambah. Golongan pengguna *internet banking* tidak hanya generasi Z (17-24 tahun), namun juga dapat ditemukan sejak generasi *baby boomers* hingga generasi X yang memanfaatkan *smartphone* dalam interaksi sosial media, transportasi *online* dan belanja (Bareksa.com).

Namun seiring dengan meningkatnya pertumbuhan pengguna *internet banking* tidak menutupi fakta bahwa pengguna aktif yang menggunakan *internet banking* tidak sebanyak jumlah pengguna yang terdaftar. Ada yang tidak menggunakan *internet banking*, ada yang menggunakannya secara aktif dan ada

pula yang memilih untuk berhenti menggunakannya dengan alasan tertentu maupun pribadi. Contoh yang dapat ditemukan pada jumlah total pengguna *internet banking* pada bank BNI yang sudah menunjukkan sebanyak 4,2 juta, namun pengguna *internet banking* aktif yang tercatat hanya sekitar 2 juta pengguna (KONTAN.CO.ID).

Dalam pemakaian *internet banking*, konsumen atau nasabah dapat menghemat waktu untuk melakukan transaksi. Namun, tidak terlepas dari kasus-kasus yang berkaitan dengan *internet banking* yaitu data yang dimiliki nasabah bisa saja dicuri, dalam kata lain bisa saja terjadi kebocoran informasi yang dilakukan oleh penyusup atau *hacker*. Dalam hal ini, kemungkinan paling buruk yang terjadi yaitu saldo tabungan nasabah yang terkuras habis.

Kasus lain berkaitan dengan *internet banking* yang pernah terjadi tidak hanya disebabkan oleh penyusup/*hacker*, namun dapat terjadi karena kelalaian konsumen. Contohnya, transaksi gagal, namun saldo berkurang atau bisa saja akun nasabah terblokir. Hal ini dikarenakan nasabah salah dalam menginput *password*. Ditambah lagi dengan adanya fakta jika token dapat dibobol dalam kurun waktu 13 menit saja.

Pada tahun 2012, Bank Mandiri mengalami kasus *website phishing* yang dikirim melalui *e-mail* nasabah. Hal ini mengakibatkan jumlah saldo yang dimiliki nasabah berkurang. Namun, dengan adanya persoalan yang telah disebutkan sebelumnya, tidak menurunkan minat nasabah dalam skala besar untuk menggunakan *internet banking* (Redaksi [at] detiknet.com, 2012).

Pertimbangan keberhasilan dari investasi besar-besaran yang dilakukan oleh bank dalam menyediakan layanan *internet banking* bergantung pada apakah produk yang ditawarkan dapat diterima dan digunakan secara berkelanjutan oleh konsumen. Jadi, untuk meningkatkan penggunaan layanan perbankan pertamanya bank harus memiliki pemahaman yang jelas tentang penggunaan internet di Indonesia serta niat terhadap adanya layanan *internet banking*.

Upaya yang dilakukan untuk penelitian ini yaitu menguji kepercayaan (*Trust*), kenyamanan yang dirasakan (*Perceived Enjoyment*), pengaruh sosial (*Social Influence*), risiko yang dirasakan (*Perceived Risk*) dan kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) serta kegunaan yang dirasakan (*Perceived*

*Usefulness*) terhadap niat perilaku konsumen (*Behavioral Intention*) selama menggunakan *Internet Banking*.

Adanya layanan sistem *internet banking* adalah bentuk dari layanan paling populer yang sedang berkembang biasa disebut *Self-Service Technology (SST)* atau layanan teknologi mandiri. Namun, pelanggan tidak akan menggunakan atau bahkan menghindari untuk menggunakan teknologi baru tersebut jika dirasa belum siap dan merasa tidak nyaman dalam memanfaatkan kemampuan sistem tersebut.

Jika hal ini terjadi maka bank yang menyediakan layanan SST ini wajib bersiap bahwa akan ada pengembalian yang sedikit dari investasi teknologi mereka. Hal sebaliknya akan dirasakan bank apabila banyak konsumen mereka yang dapat menerima dan menggunakan produk layanan SST tersebut. Untuk itu, penelitian ini diberi judul “**Niat Perilaku terhadap Penggunaan Internet Banking di Indonesia**”.

## 1.2 Permasalahan Penelitian

Melalui dasar pembahasan sebelumnya yang terdapat di latar belakang, penulis meringkas rumusan beberapa masalah yang terdapat dalam penelitian terkait, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh *trust* terhadap *perceived risk* intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam?
2. Apakah terdapat pengaruh *trust* terhadap intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam?
3. Apakah terdapat pengaruh *perceived enjoyment* terhadap *perceived usefulness* pada intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam?
4. Apakah terdapat pengaruh *perceived enjoyment* terhadap *perceived ease of use* pada intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam?
5. Apakah terdapat pengaruh *social influence* terhadap *perceived risk* pada intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam?
6. Apakah terdapat pengaruh *social influence* terhadap *perceived usefulness* pada intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam?

7. Apakah terdapat pengaruh *social influence* terhadap *perceived ease of use* pada intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam?
8. Apakah terdapat pengaruh *social influence* terhadap intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam?
9. Apakah terdapat pengaruh *perceived risk* terhadap intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam?
10. Apakah terdapat pengaruh *perceived risk* terhadap *perceived usefulness* pada intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam?
11. Apakah terdapat pengaruh *perceived usefulness* terhadap intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam?
12. Apakah terdapat pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* pada intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam?
13. Apakah terdapat pengaruh *perceived ease of use* terhadap intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Pengaruh *trust* terhadap *perceived risk* di Kota Batam.
2. Pengaruh *trust* terhadap intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam.
3. Pengaruh *perceived enjoyment* terhadap *perceived usefulness* di Kota Batam.
4. Pengaruh *perceived enjoyment* terhadap *perceived ease of use* di Kota Batam.
5. Pengaruh *social influence* terhadap *perceived risk* di Kota Batam.
6. Pengaruh *social influence* terhadap *perceived usefulness* di Kota Batam.
7. Pengaruh *social influence* terhadap *perceived ease of use* di Kota Batam.
8. Pengaruh *social influence* terhadap intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam.
9. Pengaruh *perceived risk* terhadap intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam.
10. Pengaruh *perceived risk* terhadap *perceived usefulness* di Kota Batam.

11. Pengaruh *perceived usefulness* terhadap intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam.
12. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* di Kota Batam.
13. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap intensitas penggunaan *internet banking* di Kota Batam.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Berikut merupakan manfaat yang didapat dari penelitian yang lakukan, yaitu:

1. Institusi Pendidikan  
Harapan di masa yang akan datang penelitian terkait dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi tambahan dan bahan penelitian yang akan digunakan ataupun dimanfaatkan pada periode yang akan datang.
2. Masyarakat  
Dapat memperluas pengetahuan serta wawasan tentang penelitian tentang sikap konsumen dan intensitas perilaku terhadap penggunaan *internet banking* di Indonesia yang dimaksudkan.
3. Akademisi  
Membantu dalam perkembangan tentang sikap konsumen dan intensitas perilaku terhadap penggunaan *internet banking* di Indonesia yang berkaitan dengan *internet banking* serta independen variabel yang terkait.

### 1.4 Sistematika Pembahasan

Berikut akan dijabarkan pembahasan sistematis yang terdapat pada penelitian ini, yaitu:

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi tentang latar belakang adanya penelitian, permasalahan penelitian yang diteliti, tujuan dan manfaat dari adanya penelitian.

#### BAB II KERANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Bab II berisi tentang kerangka teoritis dan perumusan hipotesis, model penelitian yang dilakukan terdahulu, definisi variabel dependen, definisi variabel independen, serta adanya model

penelitian dan perumusan hipotesis untuk menjawab masalah penelitian yang telah dijabarkan pada Bab I.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab III berisi tentang metode penelitian yaitu rancangan penelitian yang digunakan, objek penelitian yang dipakai, definisi operasional variabel diantaranya variabel dependen dan variabel independen, teknik pengumpulan data yang dipakai, metode analisa data diantaranya statistika deskriptif, uji validitas dan uji reliabilitas, dan uji koefisien determinasi (*adjusted R square*).

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab IV terdiri dari analisis dan pembahasan dari penelitian. Analisis dan pembahasan berupa pembahasan statistik deskriptif berupa analisis demografi responden dan analisis deskriptif responden, selanjutnya hasil uji validitas dan reliabilitas, dan terakhir hasil uji koefisien determinasi.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab V akan memaparkan tentang kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan pada saat melakukan penelitian, serta rekomendasi dari penulis dalam melakukan penelitian lanjutan.