

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi saat ini, telah menciptakan jenis dan peluang bisnis yang baru, diantaranya adalah transaksi bisnis secara *online*. Kecepatan perkembangan internet memberi pengaruh signifikan dalam segala aspek kehidupan. Oleh karena itu perkembangan teknologi informasi memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan berbagai macam transaksi keuangan (Harlan, 2014).

Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media. Media *handphone/celuler, tablet, IPAD* dan laptop juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perbankan. Selama beberapa tahun terakhir ini, bank komersial telah memperkenalkan sistem perbankan berbasis internet untuk meningkatkan operasional dan mengurangi biaya. Internet banking merupakan salah satu bentuk produk jasa yang mulai banyak ditawarkan oleh bank-bank komersial di Indonesia. Oleh karena alasan kemudahan dan kegunaannya, mulai banyak nasabah bank di Indonesia yang menggunakan fasilitas internet banking dalam transaksi perbankan (Silvia, 2014).

Internet banking adalah cara nasabah dapat melakukan transaksi keuangan mereka secara elektronik melalui berbagai media tanpa harus dibatasi waktu (Al-Somali, 2009). Di era globalisasi sekarang ini, dengan perkembangan teknologi informasi telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru di mana transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronika. Perkembangan internet memang cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam segala aspek kehidupan kita. Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media ini, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perbankan. Internet banking adalah layanan perbankan yang bertujuan memberikan kemudahan dan kelancaran dalam perbankan dengan memanfaatkan teknologi informasi.

PT Bank Rakyat Indonesia, (Persero) Tbk meluncurkan layanan perbankan yaitu internet banking BRI pada tahun 2009. *Internet banking* merupakan layanan perbankan elektronik yang memungkinkan nasabah dapat melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan ponsel atau pun komputer dengan login ke web resmi dari bank BRI. Menurut pihak PT. Bank BRI Cabang Rivai Palembang menyarankan dan merujuk sebagai bahan referensi untuk melihat perbandingan antar bank mengenai jumlah persentase pada tahun 2016 dan 2017 di website resmi sebagai berikut:

Tabel 1.1

Top Brand Award Kategori E-Channel Tahun 2016 – 2017

Merek	Top Brand Index	
	2016	2017
KLIK-BCA	53,7%	60,2%
<i>Internet Banking Mandiri</i>	20,2%	28,9%
<i>BNI Internet Banking</i>	10,6%	11,5%
<i>Internet Banking BRI</i>	9,6%	8,5%

Internet Banking

Sumber : www.topbrand-award.com

Survey Top Brand adalah salah satu performa terbaik untuk mengukur kinerja merk-merk yang beredar di Indonesia. Pada kategori *E-Channel* di Negara Indonesia, terdapat 4 bank konvensional yang berhasil masuk dalam nominasi *Top Index* 2016 sampai 2017. Berdasarkan data dalam Tabel 1, dari 100% pengguna *internet banking*, secara persentase *internet banking* BRI mengalami penurunan yang paling tinggi, pada tahun 2016 *internet banking* BRI mencapai 9,6%, pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 8,5%. Dilihat dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pengguna *internet banking* BRI masih sangat minim dibandingkan pengguna *internet banking* pada bank lainnya. Kondisi tersebut mengundang berbagai pertanyaan apakah nasabah belum yakin terhadap produk layanan *internet banking* BRI, atau layanan *internet banking* sulit

digunakan, atau adanya persepsi akan resiko terhadap penggunaan layanan *internet banking* BRI tersebut.

Tabel 1.2

Tingkat Pengguna Internet Banking Pada Bank BRI Kantor Cabang A.Rivai Palembang

Tahun	Tingkat Pengguna Internet Banking
	Persentase
2013	1,7%
2014	2,3%
2015	2,1%
2016	2,3%
2017	2,2%

Sumber : Data dari pihak PT Bank Kantor Cabang A.Rivai Palembang 2017

Berdasarkan data dalam Tabel 1.2, menurut pihak bank dari keseluruhan pengguna *internet banking*, secara persentase *internet banking* BRI A.Rivai mengalami penurunan yang cukup signifikan, pada tahun 2014 *internet banking* BRI mencapai 2,3%, pada tahun 2015 sempat mengalami penurunan sebesar 2,1%, perubahan kembali terjadi lagi pada tahun 2016 sama dengan tahun 2014 dan kembali mengalami kenaikan sebesar 2,3%, dan pengguna *internet banking* kembali menurun sebesar 2,2% ditahun 2017. Dilihat dari data diatas dapat disimpulkan bahwa penggunaan *internet banking* terjadi penurunan di tahun 2015 dan 2017, setelah tahun 2015 peningkatan persentase penggunaan internet banking naik sebesar 0,3% menjadi 2,3% ditahun 2016, akan tetapi kenaikan persentase ini tidak seiring persentase pada tahun 2017 kembali mengalami penurunan sebesar 0,1% menjadi 2,2%. Artinya nasabah BRI masih belum yakin dalam penggunaan *internet banking*. Menurut pihak bank PT Bank BRI, penyebab terjadinya penurunan tingkat pengguna *internet banking* ini dikarenakan sebagian nasabah belum yakin dan belum memahami manfaat terhadap produk layanan

internet banking BRI, dan layanan *internet banking* sulit digunakan, serta adanya persepsi akan resiko terhadap penggunaan layanan *internet banking* BRI tersebut.

Technology Acceptance Model (TAM), Menurut Davis (1989) adalah teori sistem informasi yang membuat model tentang bagaimana pengguna mau menerima dan menggunakan teknologi. mempunyai tujuan untuk memberikan kerangka dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan penggunaan. Davis (1989), *Technology Acceptance Model* (TAM) mempunyai 2 faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan penggunaan terhadap teknologi yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat dari teknologi dan kemudahan dalam menggunakannya. 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*). Risiko (*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*. Variabel risiko dan fitur layanan ditambahkan untuk melihat bagaimana perilaku nasabah bank untuk menggunakan *internet banking* ini.

Aspek Kemudahan Menurut Roger dalam Raies Ahmad (2013:69) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana teknologi inovatif dianggap tidak sulit untuk dipelajari, dipahami dan dioperasikan. Menurut Irmadhani dan Mahendra (2013) menyatakan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Aspek Kemudahan internet banking ialah karena situs itu sama seperti situs-situs lain pada umumnya, sehingga nasabah dapat secara langsung mengakses layanan internet banking. Internet banking juga dapat memudahkan nasabah dalam hal memperoleh informasi, dan berita serta memberikan pelayanan diluar produk perbankan seperti pembayaran PDAM,

pembelian tiket, pembayaran listrik, pembelian pulsa, pembelian kuota internet, pembayaran polis asuransi dan sebagainya (Istiarni, 2014). Nasabah dapat menggunakan layanan internet banking dengan login ke halaman web bank yang digunakan dengan memasukan *user id* dan memasukan *password*. Sedangkan bagi pihak bank, internet banking memungkinkan bank untuk mengurangi biaya operasional. Internet banking akan mengurangi nasabah yang datang ke bank, sehingga bank dapat menggunakan kantor yang lebih kecil dan pegawai yang lebih sedikit.

Menurut Setiawan (2014) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa apabila nasabah bank merasa sistem *electronic banking* mudah digunakan, maka nasabah bank akan menggunakan sistem *electronic banking* dalam melakukan transaksi keuangan, seperti pemeriksaan saldo simpanan, transfer dana, pembayaran tagihan telepon seluler, dan pembayaran transaksi lainnya.

Permasalahan di aspek kemudahan adalah meskipun banyak fitur-fitur yang ditawarkan dari layanan *internet banking*, tetapi laporan dari pihak bank dan nasabah masih banyak yang enggan untuk menggunakan layanan *internet banking* yaitu faktor dari kurangnya kemampuan dalam mengoperasikan *internet banking* pada nasabah, pastinya akan membuat kesulitan dalam mengoperasikan layanan *internet banking* itu sendiri, terkendala jaringan internet saat menggunakan layanan internet banking dapat membuat pekerjaan menjadi tidak optimal, fasilitas yang tidak mendukung seperti keterbatasan handphone atau pun komputer, faktor sosial juga menjadi alasan nasabah dalam mempengaruhi minat nasabah.

Aspek Manfaat menurut Irmadhani dan Mahendra (2013) mendefinisikan persepsi kebermanfaatan sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Hasil penelitiannya tersebut menyatakan bahwa Persepsi Kebermanfaatan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Meskipun usaha dari setiap orang berbeda-beda tetapi pada umumnya untuk sistem atas sistem yang dikembangkan, maka sistem harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa mengeluarkan usaha yang dianggap memberatkan, dengan

begitu pengguna akan mau menggunakan sistem tersebut. Menurut (Tjini dan Zaki, 2013). Namun, fasilitas ini tidak sepenuhnya digunakan oleh masyarakat Indonesia, karena transaksi manual dianggap lebih aman. Meskipun pihak bank telah meyakinkan bahwa resiko internet banking kecil namun, pengguna masih terbatas. Terbatasnya minat nasabah menjadi tantangan bank untuk mengembangkan dan memperbaiki layanan internet banking. Hasil penelitian dari Rizky Perdita Sari (2017) persepsi manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *internet banking* nasabah bank Mandiri di Surabaya.

Aspek Risiko menurut (Cunningham et al., 2004, Naiyi, 2004) dalam Retno Wulandari (2012) risiko yang dirasakan didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi para konsumen jika mereka tidak dapat meramalkan konsekuensi keputusan pembelian mereka. Namun permasalahan di aspek risiko menurut Retno Wulandari (2012) adalah nasabah takut akan resiko yang didapat jika menggunakan produk atau jasa seperti, produk internet banking dan sebagainya diantaranya resiko kekhawatiran tentang adanya penipuan ataupun pencurian identitas. Tetapi hasil penelitian dari Retno Wulandari (2012) Persepsi resiko berpengaruh signifikan dan positif terhadap penggunaan *internet banking* nasabah yang ada di Yogyakarta secara umum.

Pihak perbankan khususnya Bank BRI harus mampu membangun hubungan jangka panjang dengan nasabahnya agar pengguna *internet banking* itu tidak berpindah ke jasa layanan lainnya. Salah satu caranya dengan meningkatkan kualitas layanan, seperti kemudahan dalam menggunakan, manfaat dalam penggunaan, serta risiko, biasanya masalah yang sering terjadi secara umum pada nasabah adalah masalah kepercayaan atas layanan yang diberikan. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian mengenai minat menggunakan *internet banking* pada Bank BRI Kantor Cabang A.Rivai Palembang.

Minat di sini menjadi suatu kecenderungan untuk melakukan sebuah tindakan terhadap obyek. Jadi dalam penelitian ini dilandasi oleh berbagai faktor antara lain faktor persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi risiko. Persepsi kemudahan akan memberikan sebuah pandangan kemudahan bagi nasabah untuk

bertransaksi menggunakan *internet banking* dengan fleksibilitas waktu dan tempat, karena dapat dilakukan kapan dan dimana saja.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, peneliti ingin mengetahui persepsi individu apa saja yang berpengaruh terhadap minat penggunaan internet banking. Berdasarkan temuan ini, maka dapat dijelaskan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta diterima. Penelitian yang dilakukan oleh Perkins, Ed-Zilla Daniel dan Annan, Jonathan tahun 2013 mendukung karena hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking* yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan kepercayaan nasabah terhadap penggunaan *internet banking*. Penelitian yang dilakukan oleh Tjini dan Zaki (2013) menjelaskan bahwa kemudahan mempunyai kontribusi dalam mempengaruhi sikap penerimaan internet banking. Kemudahan ini merupakan seseorang dimana dalam penggunaan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh persepsi nasabah terhadap minat pengguna produk internet banking (studi kasus pada Bank BRI Kantor Cabang A.Rivai Palembang). Hal tersebut dikarenakan hasil penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten atau berbeda-beda. Fullah dan Sevenpri (2012) serta Tjini dan Zaki (2013) membuktikan bahwa tidak adanya pengaruh positif persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan sistem internet banking. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Silvia (2014) yang menyatakan kemudahan penggunaan internet banking mempunyai dampak positif terhadap minat penggunaan sistem internet banking.

Penelitian yang dilakukan oleh Perkins, Ed-Zilla Daniel dan Annan, Jonathan tahun 2013 Variabel Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *internet banking* Bank Mandiri di Surabaya. Hal ini dapat dijelaskan bahwa hipotesis pertama persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *internet banking* Bank Mandiri di Surabaya diterima. Penelitian yang

dilakukan Doolin (2005) yang dikembangkan oleh Setiawan (2014). Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan resiko yang terkait dengan penggunaan *electronic banking* merupakan hambatan utama untuk menerapkan dan menggunakan *electronic banking* di berbagai negara. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa nasabah bank beranggapan resiko keamanan dari penggunaan *electronic banking* relatif kecil karena pihak bank diyakini telah menggunakan sistem yang relatif canggih, sehingga mampu memberikan jaminan keamanan dan mampu mendeteksi kecurangan yang dilakukan oleh orang yang tidak berhak. Seperti contoh penyalahgunaan kartu ATM ataupun kartu kredit dalam pembayaran belanja secara *online* dapat dideteksi dengan cepat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat Pengguna Produk Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah PT Bank BRI Kantor Cabang A.Rivai Palembang)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi masalah yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Masih banyak nasabah yang belum paham akan kemudahan penggunaan bertransaksi menggunakan internet banking, hal tersebut dapat terjadi karena keterbatasan informasi.
2. Nasabah yang tidak mengerti dan manfaat produk internet banking akan mengurungkan minatnya untuk menggunakan produk internet banking, sehingga banyak nasabah yang lebih memilih untuk mengantri di bank.
3. Nasabah takut akan resiko yang didapat jika menggunakan internet banking diantaranya resiko kekhawatiran tentang adanya penipuan ataupun pencurian identitas.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, penulis merumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, dan risiko terhadap minat pengguna *internet banking* pada nasabah bank BRI ?
2. Persepsi manakah yang paling dominan terhadap minat pengguna *internet banking* pada nasabah bank BRI ?

1.4 Ruang Lingkup Pembahasan dan Batasan Masalah

1.4.1 Ruang Lingkup

Dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan masalah penelitian agar dapat tergambar secara jelas mengenai permasalahan yang diambil yakni **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat Pengguna Produk Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah PT Bank BRI A.Rivai Palembang)”**.

1.4.2 Batasan Masalah

Agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, Peneliti membatasi permasalahan dengan hanya meneliti variabel-variabel dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu kemudahan, manfaat penggunaan dan risiko terhadap minat pengguna *internet banking*. Sehingga yang menjadi responden penelitian ini adalah para nasabah Bank BRI yang telah menggunakan *internet banking* di Palembang. Indikator penelitian dilihat dari sisi nasabah atau pengguna layanan *internet banking* secara umum dan juga dari pihak Bank BRI sebagai penyedia layanan *internet banking*.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini memiliki tujuan yaitu:

1. Untuk mengetahui Apakah ada pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, dan risiko terhadap minat pengguna produk *internet banking* bank BRI

2. Untuk mengetahui persepsi manakah yang paling dominan terhadap minat pengguna *internet banking* pada nasabah bank BRI

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yaitu:

1. Bagi Akademisi : Memberikan suatu pengetahuan mengenai ilmu ekonomi khususnya dalam Perbankan dalam hal minat menggunakan *internet banking* pada nasabah serta diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian untuk melakukan penelitian selanjutnya sebagai tolak ukur penelitian.
2. Bagi Peneliti : Untuk memperluas ilmu pengetahuan serta kemampuan peneliti mengenai fasilitas dan pelayanan dalam perbankan khususnya perbankan terhadap peminat nasabah menggunakan *internet banking* BRI Palembang.
3. Bagi Bank : Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta masukan positif terhadap bank dengan memberikan suatu fasilitas dan pelayanan yang lebih efisien untuk kenyamanan nasabah.