

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Semakin berkembangnya kegiatan di dunia bisnis di Indonesia, maka semakin besar pula persaingan di dunia bisnis antar pengusaha. Bagaimanapun juga, persaingan bisnis harus diperhitungkan bila tidak ingin bisnis hancur oleh perusahaan pesaing. Secara langsung atau tidak langsung, persaingan bisnis ini dapat mempengaruhi omset yang akan diraih oleh perusahaan. Hampir dari seluruh pengusaha berlomba-lomba untuk memberikan inovasi dalam setiap produknya, bukan hanya untuk perusahaan yang memproduksi barang, perusahaan jasa juga berlomba-lomba memberikan inovasi dan pelayanan terbaik untuk setiap jasa yang ditawarkan. Salah satu inovasi yang ditawarkan kepada konsumen adalah mengenai perkembangan teknologi informasi komunikasi berbasis internet, ini dikarenakan banyaknya masyarakat yang tidak memiliki cukup waktu untuk melakukan suatu kegiatan yang menghabiskan banyak waktu, dan bisnis dalam perkembangan teknologi informasi komunikasi ini menjadi daya tarik bagi perusahaan tertentu. Fenomena ini lah yang dilihat oleh kebanyakan perusahaan dan mencoba untuk memberikan inovasi berupa penawaran kemudahan bertransaksi menggunakan internet.

Kegiatan bisnis dapat dilakukan pada media apapun, salah satunya menggunakan internet, mulai dari melakukan promosi, berbelanja, hingga melakukan pembayaran melalui internet banking, yang merupakan bagian dari *electronic banking (e-banking)*. *e-banking* pertama kali diperkenalkan di Amerika pada tahun 1994, pengembangnya adalah *Stanford Federal Credit Union* yang merupakan sebuah lembaga yang bergerak dibidang keuangan. Sedangkan di Indonesia baru memperkenalkan *e-banking* pada Tahun 2001, Bank Sentral Asia (BCA) merupakan Bank pertama Indonesia yang berani mengoperasikan *e-banking* secara masif di Indonesia, pada tahun-tahun berikutnya semakin banyak bank yang mulai memperkenalkan layanan *e-banking*, dan pengguna *e-banking* semakin bertambah. Hingga di tahun 2017 pengguna *e-banking* sudah mencapai

20 juta nasabah untuk bank BRI (sumber: finansial.bisnis.com), 8,1 juta untuk nasabah bank Mandiri (sumber: ekonomi.kompas.com), dan 9,9 juta untuk nasabah bank BNI (sumber: keuangan.kontan.co.id). Banyak sekali transaksi yang dapat dilakukan menggunakan *e-banking*, mulai dari pengecekan saldo, riwayat transaksi, transfer antar bank yang sama maupun berbeda, melakukan pembayaran listrik, air, bahkan pendidikan. Hampir semua kegiatan perbankan dapat dilakukan melalui *e-banking*, kecuali kegiatan yang memerlukan dana tunai, seperti menabung.

Banyaknya pengguna dan transaksi yang dapat dilakukan menggunakan *e-banking*, mengakibatkan banyaknya mahasiswa ataupun ilmuwan yang tertarik melakukan penelitian untuk mencari faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *e-banking*. Kebanyakan dari penelitian tersebut menggunakan model TAM (*Technology Acceptance Model*), TAM dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989, sebagai model penerimaan pengguna pada suatu sistem informasi. Menurut Davis (di dalam Kusuma dan Susilowati, 2017: 121) tujuan utama TAM adalah untuk memberikan kerangka dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap sikap, kepercayaan, dan tujuan pengguna. Model TAM menganggap bahwa 2 keyakinan individual, yaitu persepsi manfaat dan kemudahan merupakan determinan utama perilaku adopsi (perilaku untuk mengadopsi atau menggunakan) dan akhirnya menggunakan teknologi. Setelah muncul model TAM, banyak peneliti yang melakukan penelitian dengan dasar teori TAM, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Suh dan Han (2002), dan menambahkan variabel kepercayaan nasabah untuk meningkatkan pemahaman mengenai penerimaan nasabah terhadap *e-banking*. Suh dan Han (2002) menemukan bukti empiris bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *e-banking* (di dalam Tecualu, 2011: 199). Penelitian lain dilakukan oleh Widyarini dan Putro (2008) dengan hasil penelitian diperoleh bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-banking*, kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-banking* (di dalam Afghani, 2015: 2-3).

Penelitian ini dilakukan di Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Palcomtech. LKP Palcomtech adalah lembaga pendidikan yang dikhususkan dibidang kursus pada perkembangan teknologi berbasis komputer dan bahasa inggris. Pemilihan lokasi ini adalah karena untuk mendapatkan hasil yang maksimal maka responden yang dipilih adalah responden yang siap menerima dengan kemajuan teknologi, maka akan lebih baik bila dilakukan di lembaga kursus yang berfokus pada kemajuan teknologi dan sudah terbiasa dalam menggunakan internet, karena LKP Palcomtech memiliki misi yaitu 100% praktek dan 100% internet, sehingga dengan banyaknya praktek dan terbiasa dalam menggunakan internet membuat siswa dan siswi disana tidak canggung dalam melakukan kegiatan yang memerlukan internet, khususnya transaksi perbankan yang menggunakan media internet. LKP Palcomtech merupakan salah satu lembaga kursus komputer terbesar dengan jumlah siswa sebanyak 467 orang (sumber: data sekunder diolah Palcomtech, 2018) dan terbaik di Palembang dengan akreditasi A, dan tahun 2017 lalu LKP Palcomtech mendapatkan predikat sebagai lembaga kursus komputer terbaik di Palembang, dibanding dengan lembaga kursus yang lain seperti LP3I yang memiliki jumlah siswa sebanyak 306 orang (sumber: sumateradeadline.co.id), Amikom yang memiliki jumlah siswa sebanyak 72 orang (sumber: sekolah.data.kemdikbud.go.id), Bina Sriwijaya yang memiliki jumlah siswa sebanyak 320 orang (sumber: facebook.com/lkpbinasriwijaya).

LKP Palcomtech memiliki kebijakan kepada seluruh karyawannya untuk menggunakan *e-banking* dari bank BNI, ini beralasan karena untuk mempermudah melakukan pembayaran gaji bulanan pada setiap karyawan. Selain itu, pengguna *e-banking* di LKP Palcomtech bukan hanya dari karyawannya saja, tapi ada beberapa siswa disana juga menggunakan *e-banking*, kebanyakan mereka menggunakan *e-banking* dari bank BRI, Mandiri, BCA dan Sumselbabel. Kebanyakan siswa di LKP Palcomtech merupakan siswa yang merantau dan sudah bekerja, jadi mereka membutuhkan *e-banking* untuk mempermudah kegiatan perbankan seperti membayar spp, mengecek saldo, melakukan pembayaran air dan listrik, dan lain-lain, kemudahan yang ditawarkan inilah yang menjadi faktor penting untuk menarik minat nasabah sebelum menggunakan

e-banking. Selain memberikan kemudahan dalam bertransaksi, *e-banking* juga memberikan banyak manfaat bagi penggunanya, karena dapat menghemat banyak waktu dan biaya, tidak perlu mengantri di bank hanya untuk melakukan transaksi sederhana seperti menstransfer sejumlah uang, ini menjadi alasan yang kuat untuk menarik minat nasabah sebelum menggunakan *e-banking*, karena tidak semua orang memiliki cukup waktu untuk mengantri di bank. Selain kedua faktor tersebut, kepercayaan merupakan faktor yang paling penting sebelum akhirnya memutuskan menggunakan suatu barang maupun jasa, semakin tinggi kepercayaan nasabah akan kemudahan dan manfaat yang diberikan oleh layanan *e-banking*, maka akan semakin tinggi pula sikap positif yang akan diberikan, tapi perlu untuk diingat tidak semua sesuatu yang baru memiliki sisi positif, selalu ada sisi negatif yang berupa risiko. Salah satu risiko yang dimiliki oleh *e-banking* adalah lupa *password* atau pin, ini mengakibatkan nasabah harus meluangkan sedikit waktunya untuk mereset *password* tersebut. Risiko berikutnya adalah gangguan jaringan yang mengakibatkan gagalnya transaksi yang ingin dilakukan dan kesalahan notifikasi. Kesalahan notifikasi ini biasa terjadi di layanan sms *banking*, kesalahan notifikasi yang diberikan adalah kegagalan transaksi tapi ternyata tidak, transaksi sukses diselesaikan, kesalahan notifikasi ini dapat mengakibatkan hilangnya saldo nasabah secara permanen, kesalahan tersebut pernah dialami oleh salah satu karyawan di LKP Palcomtech pada tahun 2014. Perbandingan antara persepsi kemudahan penggunaan, manfaat yang didapat, tingkat kepercayaan, dan risiko menjadikan alasan yang perlu dipertimbangkan sebelum akhirnya memutuskan menggunakan layanan *e-banking*, meski banyak alasan yang dapat memperkuat untuk menggunakan *e-banking*, pada kenyataannya masih banyak masyarakat yang belum berminat untuk menggunakan *e-banking*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kepada siswa yang belum menggunakan *e-banking* di LKP Palcomtech dengan judul: **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Electronic Banking* (Studi Kasus di LKP Palcomtech)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan asalah yang akan penulis kemukakakn adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan, manfaat, kepercayaan, dan risiko mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *e-banking* di LKP Palcomtech?
2. Variabel manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *e-banking* di LKP Palcomtech?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Agar penulisan laporan ini tidak menyimpang dari permasalahan yang akan dibahas, maka pembahasan dibatasi pada persepsi kemudahan, maanfaat, kepercayaan, dan risiko dalam mempengaruhi minat menggunakan *e-banking*.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagi berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahaan, manfaat, kepercayaan, dan risiko dalam minat nasabah untuk menggunakan *e-banking* di LKP Palcomtech
2. Untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan dalam mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *e-banking* di LKP Palcomtech

1.4.2 Manfaat Penulisan

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan serta pengetahuan di bidang perilaku konsumen khususnya mengenai Persepsi, yaitu persepsi kemudahan dan manfaat terhadap keputusan beli, serta melatih untuk berfikir kritis dalam menghadapi

suatu permasalahan untuk memahami dan mengembangkan ilmu pengetahuan berdasarkan teori-teori yang telah diperoleh di perkuliahan mengenai perilaku konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi sumber informasi atau masukan bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa besar hubungan persepsi terhadap minat.

3. Bagi Akademis

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa atau pihak lainnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut atau sebagai referensi.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1. Ruang Lingkup Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di LKP Palcomtech, dan objek penelitian ini adalah siswa di LKP Palcomtech yang belum menggunakan *e-banking*.

1.5.2. Jenis Sumber Data

Menurut Yusi dan Idris (2011: 109) data menurut cara memperolehnya dapat dibagi menjadi:

1. Data Primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data secara langsung pada objeknya yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada karyawan dan siswa di LKP Palcomtech.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Dalam hal ini peneliti melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan data-data yang berhubungan dengan Laporan Akhir sebagai referensi dan menggunakan internet untuk melengkapi referensi.

1.5.3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan teknik:

1. Riset Lapangan

a. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data. Pelaksanaanya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang di wawancarai, dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain. Instrumen yang digunakan dapat berupa pedoman wawancara maupun ‘checklist’ (Umar,2002:119).

b. Kuesioner

Kuesioner yang akan disebarakan berisikan pertanyaan dan pernyataan yang berkaitan dengan topik permasalahan dalam penelitian, dan tidak menyimpang pada aspek lain serta disebarakan kepada responden yang memiliki *e-banking* di LKP Palcomtech sesuai dengan jumlah yang telah dihitung.

2. Riset Kepustakaan

Metode yang digunakan ini adalah metode dokumentasi, yaitu ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, data relevan penelitian” (Riduwan,2010:58).

1.5.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan (Kuncoro dalam Yusi dan Idris, 2011: 13). Dalam penelitian ini populasi siswa di LKP Palcomtech yang belum menggunakan *e-banking* adalah sebanyak 436 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu (Yusi dan Idris, 2011: 14). Bila populasi besar, maka peneliti tidak mungkin meneliti semua populasi, dikarenakan keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu, maka peneliti mengambil sampel dari populasi itu. Sampel penelitian ini adalah siswa di LKP Palcomtech. Penulis dapat mengetahui bahwa sampel yang diambil di LKP Palcomtech berjumlah 81 orang. Jumlah tersebut didapat dari rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Taraf kesalahan

Pengambilan sampel dengan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

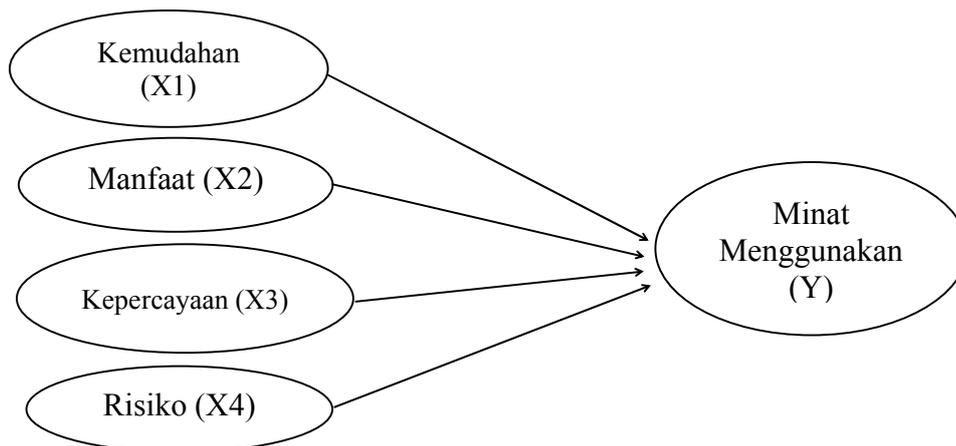
$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{436}{1 + 436(0.1)^2} \\ &= 81,3432836 = 81 \text{ orang} \end{aligned}$$

3. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Nonprobability Sampling dengan metode Sampling Purposive, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2007:122). Jadi sample yang digunakan adalah siswa di LKP Palcomtech yang belum menggunakan e-Banking.

1.5.5. Identifikasi Variabel

Variabel Independen dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) dengan ximbol X yaitu Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan, dan Risiko. Sedangkan variabel Dependen dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas dengan simbol Y, yaitu Minat Menggunakan (Sugiyono, 2009: 59). Model konsep hitotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



1.5.6. Teknik Analisis Data

Agar data yang telah dikumpulkan tersebut dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif.

- a. Analisis kualitatif yaitu analisis untuk membahas dan menerangkan hasil penelitian tentang berbagai gejala atau kasus yang dapat diuraikan dengan kalimat. Bagian analisis ini akan membahas mengenai bentuk sebaran jawaban responden terhadap seluruh konsep yang diukur.

Data yang diperoleh dari menyebar kuesioner tersebut diolah dan dalam pengukuran variabel (dimensi) dengan skala Likert 5 tingkatan yang terdiri dari:

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban Cukup Setuju (CS)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

b. Analisis kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka yang kemudian diolah, dianalisa serta diambil kesimpulan yang menggambarkan objek tersebut. Data dianalisis dengan metode sehingga dapat diukur apakah ada pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan risiko terhadap keputusan konsumen. Teknik analisis kuantitatif yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Uji validitas

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesalahan sesuatu instrumen (Yusi dan Idris, 2009: 88). Validitas ini bertujuan untuk memastikan bahwa butir-butir pertanyaan dalam kuesioner adalah valid, sehingga dapat diikuti dalam penelitian berikutnya. Untuk mengetahui validitas suatu instrumen dilakukan dengan cara korelasi antara skor masing-masing variabel dengan skor totalnya. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi “*product-moment*” dengan ketentuan bila r hitung lebih besar dari r tabel, maka data tersebut dapat dinyatakan valid dan kuesioner dapat digunakan dalam analisis berikutnya (Sugiyono, 2009: 248).

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu pengukuran dikatakan reliable apabila pengukur tersebut menghasilkan hasil-hasil yang konsisten (Yusi dan Idris, 2009: 90). Mencari reliabilitas instrument yang skornya bukan

0-1, tetapi merupakan rentangan antara beberapa nilai, misalnya 0-10 atau 0-100 atau bentuk skala 1-3, 1-5 atau 1-7 dan seterusnya dapat menggunakan rumus Cronbach's Alpha (Umar, 2002: 207). Menurut Nunnally (1918) variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach alpha > 0,1 (Dwi, 2011: 113).

3. Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serta mengidentifikasi faktor yang paling dominan maka penulis akan menggunakan metode analisis uji regresi linear berganda. Untuk mengetahui seberapa besar variabel X mempengaruhi variabel Y menggunakan rumus regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

Y= Variabel dependen

a= Konstanta

b= Koefisien Regresi

X₁=Variabel persepsi kemudahan

X₂=Variabel persepsi manfaat

X₃=Variabel persepsi kepercayaan

X₄=Variabel persepsi risiko

e=error

1.5.7. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak, untuk melakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji signifikan parsial (Uji t) dan uji signifikan simultan (Uji F).

1.5.7.1. Uji Parsial (Uji t)

Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel bebas persepsi kemudahan, manfaat, kepercayaan, dan risiko secara parsial terhadap minat menggunakan *e-banking*.

a. Uji menentukan Hipotesis nul (H_0) dan Hipotesis alternatif (H_a).

Bentuk pengujian:

H_{01} : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan persepsi kemudahan terhadap Minat Menggunakan

H_{a1} : Ada pengaruh positif dan signifikan persepsi kemudahan terhadap Minat Menggunakan

H_{02} : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan persepsi manfaat terhadap Minat Menggunakan

H_{a2} : Ada pengaruh positif dan signifikan persepsi manfaat terhadap Minat Menggunakan

H_{03} : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan persepsi kepercayaan terhadap Minat Menggunakan

H_{a3} : Ada pengaruh positif dan signifikan persepsi kepercayaan terhadap Minat Menggunakan

H_{04} : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan persepsi risiko terhadap Minat Menggunakan

H_{a4} : Ada pengaruh positif dan signifikan persepsi risiko terhadap Minat Menggunakan

b. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis yaitu jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a diterima.

c. Menentukan taraf signifikan sebesar 5%

1.5.7.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk membuktikan hipotesis yaitu Persepsi Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan, dan Risiko secara simultan terhadap Minat Menggunakan (Y).

a. Menentukan Hipotesis null (H_0) dan Hipotesis alternatif (H_a), yaitu:

H_{01} :Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan Persepsi Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Minat Menggunakan *e-banking* di LKP Palcomtech

H_{a1} :Ada pengaruh yang positif dan signifikan Persepsi Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Minat Menggunakan *e-banking* di LKP Palcomtech

b. Menentukan taraf signifikan sebesar 5%

c. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis yaitu jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Sebaliknya, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima.