BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelambagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha nya (Undang-undang No 10 tahun 1998). Bank adalah sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat (Otoritas Jasa Keuangan). Dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan (tabungan,giro,dan deposito), dan menyalurkan dana dalam bentuk kredit dan memberikan jasa bank lainnya. Jumlah data bank umum di indonesia baik bank milik pemerintah,swasta atau asing berjumlah 119 bank (website bi.go.id) oleh karena itu banyak nya bank ada di indonesia dunia perbankan bersaing sangat ketat baik dalam jenis layanan yang di sediakan maupun kualitas pelayanan dan jassa (Putri,2015). Dengan adanya kemajuan yang dilakukan oleh perbankan yaitu dalam bidang teknologi informasi yang menuntut manajemen bank untuk menyesuaikan kebijakan yang tepat dlalam melakukan pengelolaan bank agar dapat unggul dalam persaingan. Salah satu dari kemajuan yang di lakukan oleh perbankan adalah memanfaatkan teknologi internet(Putri,2015).

Industri perbankan saat ini mulai memanfaatkan teknologi internet untuk menyediakan fasilitas layanan baru yaitu *internet banking* .menurut (sabi,2014) *internet banking* di definisikan sebagai pengunaan teknologi internet untuk melakukan jasa keuangan perbankan dan juga di definisikan sebagai aktifitas transaksi keuangan jarak jauh dengan mengunakan internet dan melalui website yang sudah disediakan oleh bank. Tercatat ada 17 bank yang menyediakan fasilitas layanan *internet banking* di

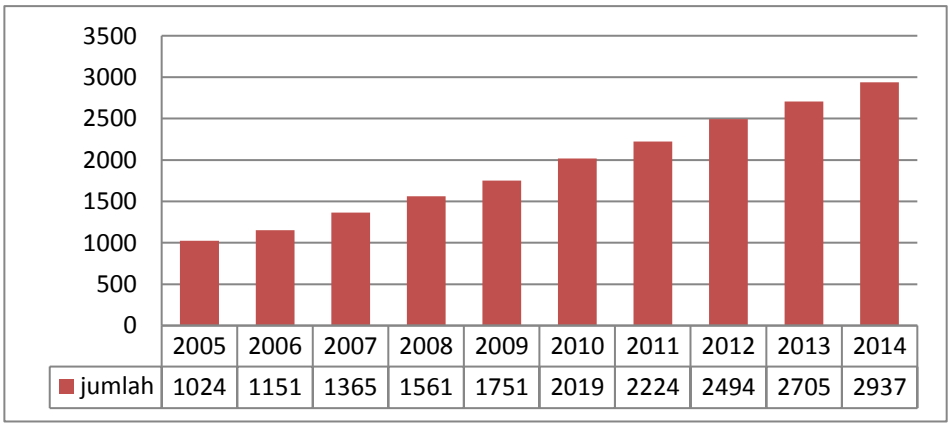
Indonesia yaitu, Bank Central Asia (BCA), Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Internasional Indonesia (BII), CIMB Niaga, Bank Bukopin, Bank Permata, Bank Panin, Bank Sinarmas, HSBC, Bank Mega,StandardCharterd, Bank Danamon, Bank Commonwealth,dan Bank Ekonomi.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan dalam perkembangan teknologi dan informasi mengakibatkan perubahan yang besar dalam kehidupan masyarakat dalam segala bidang (Putri,2015). Perkembangan internet telah menjadi semakin dominan dalam kehidupan sehari hari, meskipun manfaat internet yang jelas masih memberikan kekhawatiran untuk potensi resiko dari internet (Batey and Comer, 2013). Perkembangan internet telah memasuki aspek-aspek kehidupan dari yang kecil hingga yang besar. Pemanfataan internet dapat meningkatkan produktivitas dan memangkas biaya pengeluaran (Moyer dan Hughes,2012:919).

Menurut Statista (2015) jumlah penguna internet di seluruh dunia dari tahun 2000 sampai 2014 dilaporkan 2,937 milyar pengguna naik sebesar 2,705 milyar pengguna pada tahun sebelumnya. Berikut perkembangan pengunaan internet tahun 2005-2014.

Keterangan dalam milyar pengguna

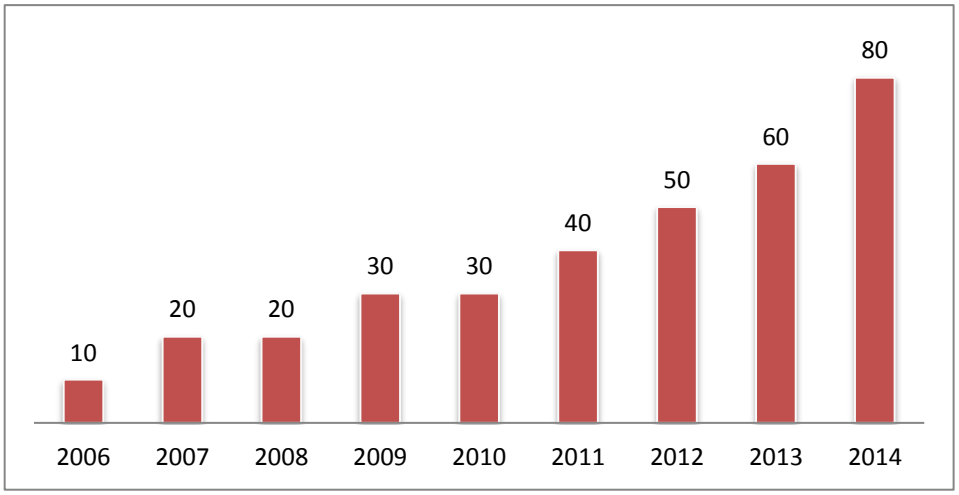


Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Penguna Internet 2005-2014

Sumber: Statista,2014
(*data yang telah diolah*)

Sedangkan menurut *BCG Report* (2015) jumlah penguna internet di Indonesia pada tahun 2014 adalah sebanyak 80 juta pengguna internet naik sebesar 60 juta pada tahun 2013. Internet saat ini sudah mempengaruhi hampir semua elemen yang ada termasuk bidang industri dan perusahaan(Bitner *et al*,2000).

Keterangan: jumlah dalam jutaan



Gambar 1.2 Grafik Jumlah Penguna Internet di Indonesia Tahun 2006 - 2014

Sumber: BCG Report (2015)

(data yang telah diolah)

Perkembangan teknologi ini menyebabkan industri perbankan berlomba-lomba dalam menghadirkan layanan *internet banking* sebagai salah satu bentuk interaksi dengan nasabah nya, sebaliknya nasabah tersebut berinteraksi dengan industri keuangan lain nya (Hanafizadeh *et al.*,2014). *Internet banking* adalah produk yang inovatif dalam lembaga perbankan yang menawarkan keunggulan dan manfaat bagi pelangan, *internet banking* juga menawarkan produk dan layanan yang baru yang memberikan rasa aman (Gopalakrishnan *et al.*,2003). *Internet banking* adalah fasilitas jaringan yang digunakan antar cabang bank sehingga dapat melakukan transaksi pada setiap cabang (Mujilan,2013)

Layanan *internet banking* beberapa waktu kebelakang ini meningkat dan berkembang secara luar biasa (Hanafizadeh *et al.*,2014). Sejarah awal nya *internet banking* pertama kali di mulai tahun 1983 di *United Kingdom* oleh *Bank of Scotland* yang menawarkan layanan internet banking untuk pertama kalinya. Layanan yang di tawarkan adalah *Homelink.* Kemudian layanan tersebut di kembangkan menjadi *software* yang digunakan untuk keuangan individu dengan nama *"Miscrosoft Money"* untuk diakases oleh 100.000 rumah tangga pada tahun 1994(*The Financial Brand*,2012). Saat ini di perikirakan hampir setiap bank menyediakan fasilitas *internet banking* (Mujilan,2013:20).

Banyak bank di Indonesia saat ini telah menawarkan layanan *internet banking* dalam melakukan transaksi sehari-hari, salah satu nya adalah bank BCA yang memiliki KlikBCA sejak tahun 2001 dan seteah itu di ikuti oleh bank lain(Mayasari,2011). Contohnya industri perbankan Indonesia menawarkan layanan ini untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah yang telah ada meskipun penerimaan *internet banking* sendiri masih baru di Indonesia (Utomo,2012). Salah satu keuntungan yang diperoeleh perusahaan perbankan adalah memiliki nilai tambah sebagai keunggulan kompetitif (Maharsi da Mulyadi, 2007).

Bank sebagai penyedia layanan *internet banking* memungkinkan bank untuk mengurangi biaya operasi melalui penguranggan dalam sektor sumberdaya fisik seperti membuka cabang baru dan bank dapat memliki keunggulan kompetitif jika di bandingkan dengan bank yang tidak mengunakan sistem *internet banking* (Widjana,2010). Semakin banyak bank yang memberikan layanan *internet banking,* maka bank yang digunakan dalam penelitian ini adalah bank terbesar di Indonesia berikut bank terbesar di Indonesia dalam hal *total asset* (jumlah aset), dan *net income* (pendapatan bersih).

Tabel 1.1 Daftar Bank Terbesar di Indonesia Tahun 2014

No	Nama Bank	Total Aset	Net Income
1	Bank Mandiri	Rp 855.040.000	Rp 19.872.000
2	BRI	Rp 801.955.000	Rp 24.254.000
3	BCA	Rp 552.424.000	Rp 16.486.000
4	BNI	Rp 416.600.000	Rp 10.829.000
5	CIMB Niaga	Rp 164.247.000	Rp 10.580.000

Sumber :Lapoan Tahunan Bank Mandiri, BCA, BRI, BNI, dan CIMB Niaga (data yang telah di olah)

Tabel 1.1 adalah daftar 5 bank terbesar di Indonesia, pemilihan bank tersebut di lihat dari *total aset* (jumlah aset), dan *net income* (pendapatan bersih) yang di peroleh dari laporan tahunan bank 2014. Dilihat dari sisi nasabah 5 bank terbesar diatas memiliki nasabah paling besar yaitu, Bank Rakyat Indonesi (BRI) sebesar 48 juta nasabah, Bank Negara Indonesia (BNI) sebesar 13,7 juta nasabah, Bank Mandiri sebsar 13 juta nasabah, Bank Central Asia (BCA) sebesar 12 juta nasabah, dan CIMB Niaga sebesar 2,8 juta nasabah (Laporan Keuangan Setiap Bank,2014). 5 bank terbesar tersebut juga mempunyai layanan internet banking untuk para nasbah nya berikut alamat situs internet dan tahun pertama kali memiliki layanan internet :

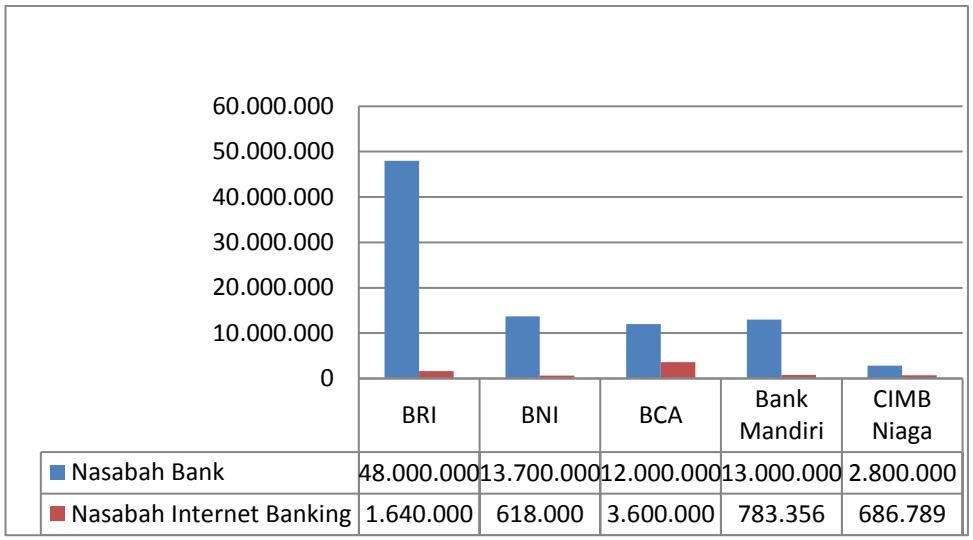
Tabel 1.2 Bank Penyedia Layanan *Internet Banking*

Tahun	Nama Bank	Alamat Situs
2000	CIMB Niaga	https://ibank.cimbniaga.com/
2001	BCA	https://ibank.klikbca.com/
2003	Bank Mandiri	https://ib.bankmandiri.co.id
2007	BNI	https://ibank.bni.co.id
2009	BRI	https://ib.bri.co.id/ib-bri/

Sumber: Alamat Web dari Bank (data yang telah diolah)

Pemanfaatan dari layanan *internet banking* yang sudah ada belum di maksimalkan oleh para nasabah bank yang ada di Indonesia,

(Widjana,2010) mengatakan nasabah *internet banking* memungkinkan untuk melakukan berbagai transaksi perbankan secara elektronik melalui website yang sudah di sediakan oleh bank di mana saja dan kapan saja. Layanan ini disediakan oleh perusahaan perbakan melalui alat komunikasi yang memliki akses ke internet. Nasabah dapat menghemat waktu dan tidak perlu membuang waktu untuk mengantri lama di bank dalam melakukan interaksi. *internet banking* juga menawarkan layanan akses 24 jam ke layanan perbankan.



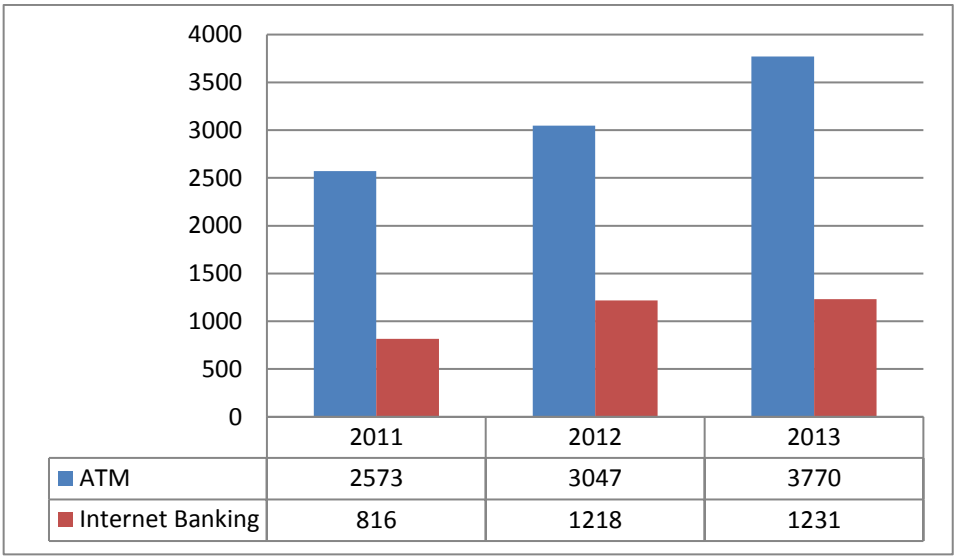
	BRI	BNI	BCA	Bank Mandiri	CIMB Niaga
Nasabah Bank	48.000.000	13.700.000	12.000.000	13.000.000	2.800.000
Nasabah Internet Banking	1.640.000	618.000	3.600.000	783.356	686.789

Gambar 1.3 Grafik Perbandingan Jumlah Nasabah dan Nasabah Pengguna Internet Banking

Sumber: Laporan Tahunan Bank Tahun 2013
(data yang telah diolah)

Berdasarkan data dari gambar 1.3 nasabah *internet banking* di 5 bank terbesar di indonesia masih tergolong sedikit, di bandingkan jumlah nasabah yang ada di bank tersebut. Menurut situs finansial.bisnis.com (2014) dikatakan bahwa nasabah di Indonesia masih banyak yang menggunakan layanan ATM di bandingkan layanan elektronik dan nasabah lebih memilih melakukan interaksi dengan *teller* di bandingkan menggunakan internet dalam melakukan transaksi. Berikut data perbandingan nasabah yang mengunakan ATM dan *internet banking*

Keterangan :dalam jutaan

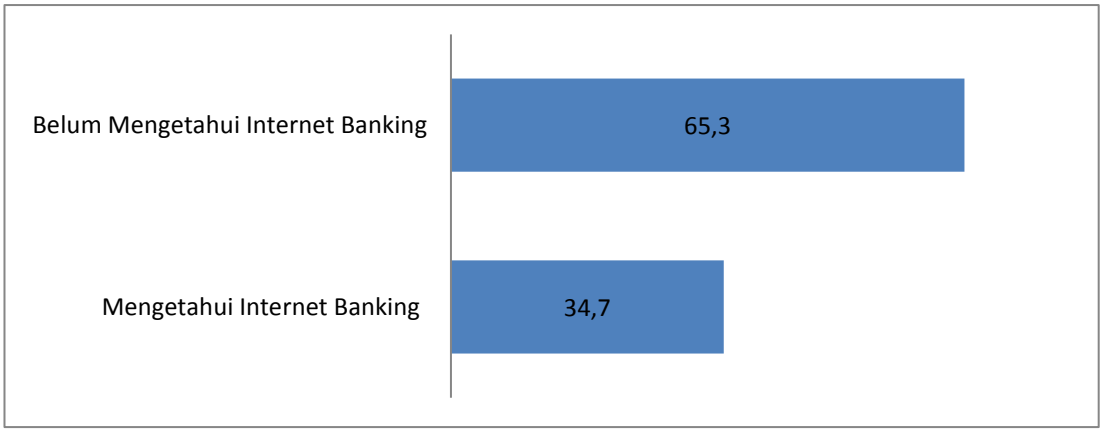


Gambar 1.4 Perbandingan Jumlah Transaksi Mengunakan ATM dan *Internet Banking*

Sumber: Sumber: Laporan Tahunan Bank Tahun 2013 (data yang telah diolah)

Berdasarkan gambar 1.4 menjukan bawah perbandingan jumlah transaksi yang mengunakan ATM masih banyak dibandingkan dengan jumlah transaksi yang mengunakan layanan *internet banking* dengan jumlah transaksi ATM naik sebesar 3770 juta transaksi dari pada tahun sebelumnya pada tahun 2012 sebesar 3047 juta transaksi. Sedangkan nasabah yang mengunakan layanan *internet banking* naik sebesar 1231 juta transaksi naik pada tahun sebelumnya sebesar 1218 transaksi. Terdapat perbedaan yang jauh antara penggunaan ATM dan layanan *internet banking.*

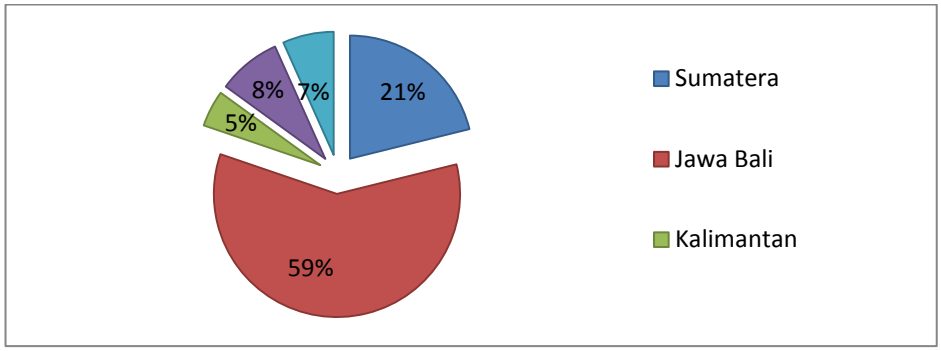
Menurut *Mars* tahun 2013 menunjukan tingkat *awareness internet banking* di lima kota besar di Indonesia (Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya dan Medan). Dapat dilihat bahwa nasabah belum *awareness* dengan layanan *internet banking*, dengan perbandingan mengetahui *internet banking* sebesar 34,7 persen dan yang belum mengetahui layanan internet banking sebesar 65,3 persen. Berikut data tingkat *awareness internet banking Mars* tahun 2013 *:*



Gambar 1.5 Perbandingan Tingkat Awareness *Internet Banking* di Lima Kota Besar di Indonesia (Jakarta, Bandung, Semarang,Surabaya, dan Medan)

Sumber: Mars Reasearch Specialist Indonesia,2013.
(data yang telah diolah)

Menurut APJII (2014) tingkat penetrasi internet di indonesia sebasar 34,9 persen dengan jumlah pemakai internet sebanyak 88,1 juta pengguna yang tersebar di berbagai wilyah di indonesia. Penetrasi internet berdasarkan wilayah Indonesia adalah Sumatra 34 persen, Jawa Bali 35 persen, Kalimantan 28 persen,Sulawesi 39 persen dan Nusa Tengara Papua & maluku 35 persen. Berikut penetrasi *internet* di Indonesia per regional tahun 2014:

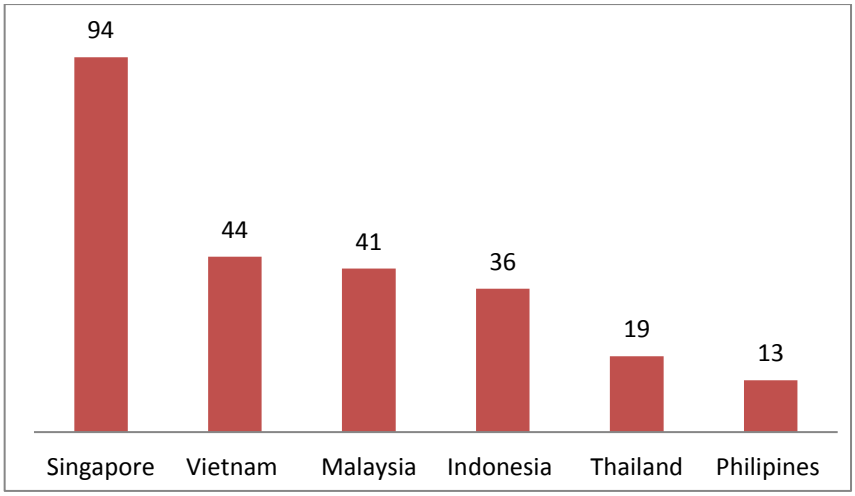


Gambar 1.6 Penetrasi Internet di Indonesia Per Regional tahun 2014

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia Tahun 2014 (APJII)

(data yang telah diolah)

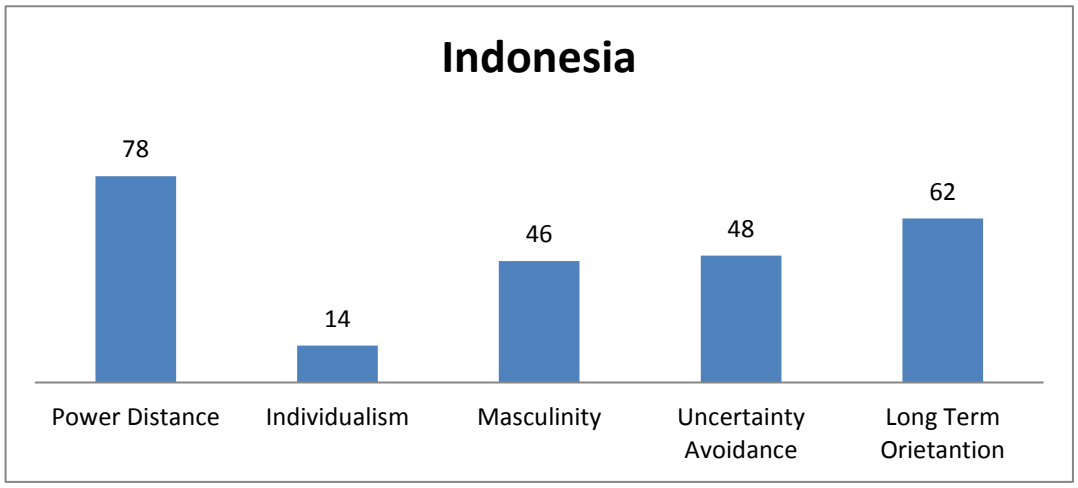
Jumlah pelanggan dan pengguna internet di Indonesia yang selalu menunjukan peningkatan dari tahun ke tahun, menjadi fator pendorong penggunan *internet banking* di Indonesia(Mayasari,2012). Penetrasi internet yang terus meningkat di Indonesia, membuat Indonesia sebagai salah satu pasar yang segnifikan dalam penggunan *internet banking*. Penetrasi *internet banking* di indonesia dalam (Mckinsey,2011) sebesar 36 persen, penetrasi tersebut masih kecil di bandingkan dengan negara-negara di ASEAN. Berikut penetrasi *internet Banking* di ASEAN tahun 2014



Gambar 1.7 Penetrasi Internet Banking di ASEAN Tahun 2014
(dalam persentase)

Sumber: Mckinsey&Company Tahun 2014
(data yang telah diolah)

Berdasarkan tabel diatas Indonesia menempati negara ke empat di ASEAN dalam penetrasi *internet banking* yaitu dengan 36 persen pada tahun 2014. Penetrasi tersebut berbandingan terbalik dengan penetrasi internet di Indonesia. Terdapat perbedaan penetrasi antara indonesia dengan malaysia, perbedaan tersebut salah satu nya adalah di budaya (culture) negara Hofstede,(2010). Perbedaan tersebut membuat indonesia lemah dalam penetrasi *internet banking*. (Nor,KM, *et al*.,2010:45) menggatakan bahwa budaya mempengaruhi tingkat adopsi dan komunikasi di suatu negara. Budaya membentuk persepsi individu yang konsekuensinya akan berdampak pada keputusan mereka untuk mengadopsi teknologi atau tidak. Budaya dapat di gambarkan sebagai moderat efek membangun pada tingkat signifikan hubungan antara variabel independent dan dependen dalam model adopsi teknologi (Bankole *et al., 2011*). Dimana budaya dapat penentu langsung dari niat prilaku pengguna *internet banking* terhadap harapan kerja (*performance expectancy)*, harapan usaha *(effort expectancy),(sosial influence)* pengaruh sosial *(sosial influence)* dan kepercayaan kepada suatu teknologi yang baru(Venkatesh *et al*.,2003).



Gambar 1.8 Grafik Culture Indonesia

Sumber:Hofstede 2010
(data yang telah diolah)

Dari masalah tersebut ada nya pengaruh budya (culture) dalam penetrasi *internet banking* di Indonesia. Dari tabel 1.7 terlihat skor dari grafik budaya *(culutre) power distance* cukup tinggi, Menurut (Hofstede, 2010) budaya di Indonesia bergantung pada hirarki, hak yang tidak sama antara pemegang kekuasaan dan yang tidak. Kekuasaan yang terpusat dan manajer mengandalkan ketaatan anggota timnya, karyawan berharap untuk diberitahu apa yang harus dikerjakan. Sedangkan skor pada *individualism* memliki skor yang rendah yaitu 14, ini menunjukan ada preferensi tinggi terhadap kerangka sosial yang kuat, yang dimana individu menyesuaikan diri pada apa yang di harapkan masyarakat atau kelompoknya (Hofstede,2010).

Dalam dimensi *masculinity* Indonesia juga mendapatkan skor rendah yaitu 46, ini berarti menunjukan bahwa masyarakat di Indonesia masih didorong oleh kompetisi, prestasi dan keberhasilan pada sesuatu(Hofstede,2010). Pada dimensi *uncertainty avoidance* mendapatkan nilai 48, yang menunjukan adanya preferensi yang kuat di Indonesia terhadap budaya yang ada. Contohnya seseorang marah merupakan kebiasaan untuk masyarakat Indonesia tidak menunujuka emosi negatif atau marah, mereka akan teteap senyum dan bersikap sopan, tidak peduli betapa marahnya(Hofstede,2010). Dan dimensi *long term orietantion* mendapatkan skor 62 yang menunjukan Indonesia memiliki budaya pragmatis yaitu masyarakat percaya bahwa kebenaran tergantung padaa situasi, konteks dan waktu(Hofstede,2010).

Beberapa peneleitian budaya *(culture)* mengenai pengapdopsian layanan *internet banking* telah dilakukan, penelitian yang di lakukan oleh Bankole *et al* (2011), menyebut budaya adalah struktur yang paling berpengaruh pada pengunaan *mobile banking* di negeria. Budaya berfungsi sebagai moderator, budaya memiliki efek signifikan dalam moderator untuk pengapdopsian *internet banking*(Srite dan kaharana,2006). Faktor budaya sebagai moderator dapat mempengaruhi tingkat adopsi *internet banking* di

suatu negara (Al-share,2011) beberapa faktor budaya memliki dampak yang signifikan (Laukkanen and Cruz (2012). Perbedayaan budaya mempengaruhi dalam penerimaan adopsi layanan *internet banking* dengan mengunakan model penilitian UTAUT (Baptista dan Oliveira,2015:426).Penelitian dengan membangun niat individu *(behavioral intention)* untuk mengunakan teknologi tertentu di pengaruhi oleh beberapa keyakinan seperti harapan kinerja (*performance expectancy)*, harapan usaha *(effort expectancy)*, pengaruh sosial *(sosial influence)*, dan mencakup deminsi budaya Hofstade sebagai moderator (Alshare,2011). Kemudian penelitian yang telah dilakukan oleh Wanda dan Giri (2015) di Bandung dan Medan menyatakan bahwa budaya tidak mempengaruhi pengguna *internet banking* dalam menggunakan layanan tersebut. Namun penelitian mengenai pengaruh budaya terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*, khususnya *non user* (nasabah yang belum atau tidak menggunakan layanan *internet* banking), belum dilakukan di Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, penelitian mengenai budaya sebagai moderator yang mempengaruhi minat penggunaan teknologi perlu dilakukan dengan memanfaatkan model adopsi teknologi yang di perkenalkan oleh Venkatest et al (2003) dan yang telah digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya pula.

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas, maka judul penelitian ini adalah **"Analisis Model Modifikasi UTAUT Dengan Budaya *(Culture)* Sebagai Moderator Terhadap Peggunaan Layanan *Internet Banking* di Indonesia"**

1.3 Perumusan Masalah

Internet banking merupakan kanal layanan yang mana pelanggan dapat terus menggunakan layanan perbankan dari berbagai lokasi tanpa harus mengujungi ATM,sehingga memberikan nilai lebih kepada pelanggan.Internet banking juga memberikan peluang untuk bang dalam mengembangkan pasar dengan menarik nasabah baru dari pengguna

internet (Mujilan,2013). Dengan jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 80 juta penguna, seharusnya penetrasi internet banking di Indonesia lebih baik di bandingkan dengan negara lain.

Faktor dimensi budaya (*cultre)* (Hofstade,2010) (*Power Distane, Indiviudalism, Masculinty, Uncertainty Avoidance, Long Term Orientation*) di suatu negara mempengaruhi pelanggan dalam mempertimbangkan mengadopsi layanan *internet banking* .Beberapa penelitian terdahulu mengenai culturre di *internet banking* tidak diperhatikan karena keterbatasaan (*scoop*) penelitian seperti geografi dan waktu penelitian.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menegenai adopsi teknologi dalam *internet banking* diketahui bahawa model *The Unified Theory of Acceptance and Use of Techology* (UTAUT) yang memlikik empat variabel yaitu harapan kerja, harapan usaha, penagruh sosial, dan kondisi memfasilitasi sebagai penentu langsung dari niat pelaku dan prilaku penggunaan (Venkatesh *et al*., 2003).UTAUT merupakan model yang tepat sebagai dasar penelitian menegenai internet banking,dalam menggukur budaya *(Culture)* sebagai moderator dalam adopsi *internet banking.* Namun berdasarkan penelitian terdahulu ada beberapa variabel yang tidak terdapat dalam (UTAUT) tersebut, karena diperlukan modifikasi berupa penambahan beberapa variable. Sehingga penggunaan model (UTAUT) di gunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini merupakan modifikasi dari model UTAUT penelitian (Wanda dan Giri, 2015). Dengan demikian, pertanyaan untuk penelitian ini antara lain:

1. Apakah variable harapan usaha *(effort expectancy)* mempengaruhi minat perilaku *(behavioral intention)* dalam penggunaan *internet banking*?
2. Apakah variabel harapan kinerja (*performance expectancy)* mempengaruhi minat perilaku *(behavioral intention* dalam penggunaan *internet banking)*?

3. Apakah variabel pengaruh sosial *(sosial influence)* mempengaruhi minat perilaku *(behavioral intention)* dalam penggunaan *internet banking*?

4. Apakah variabel minat perilaku *(behavioral intention)* mempengaruhi perilaku pengunaan layanan internet banking *(use behavior)*?

5. Bagaiman penagaruh variabel harapan kinerja (*performance expectancy)* mempengaruhi minat perilaku *(behavioral intention)* dalam penggunaan *internet banking* dengan *masculinity* sebagai moderator ?

6. Bagaimana pengaruh variabel harapan usaha *(effort expectancy)* mempengaruhi minat perilaku *(behavioral intention)* dalam penggunaan *internet banking* dengan *masculinity* dan *uncertainty avoidance* sebagai moderator?

7. Bagaimana pengaruh variabel pengaruh sosial *(sosial influence)* mempengaruhi minat prilaku *(behavioral intention)* dalam penggunaan *internet banking)* dengan *individualism, power distance, dan long term orirntation* sebagai moderator?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui harapan usaha *(effort expectancy)* mempengaruhi minat perilaku *(behavioral intention)* dalam penggunaan *internet banking*.

2. Untuk mengetahui harapan kinerja (*performance expectancy)* mempengaruhi minat perilaku *(behavioral intention)* dalam penggunaan *internet banking*.

3. Untuk mengetahui pengaruh sosial *(sosial influence)* mempengaruhi minat perilaku *(behavioral intention)* dalam penggunaan *internet banking*

4. Untuk mengetahui minat perilaku *(behavioral intention)* mempengaruhi perilaku pengunaan layanan internet banking *(use behavior).*

5. Untuk mengetahui variabel harapan kinerja (*performance expectancy)* mempengaruhi minat perilaku *(behavioral intention)* dalam penggunaan *internet banking* dengan *masculinity* sebagai moderator.

6. Untuk mengetahui variabel harapan usaha *(effort expectancy)* mempengaruhi minat perilaku *(behavioral intention)* dalam penggunaan *internet banking* dengan *masculinity* dan *uncertainty avoidance* sebagai moderator.

7. Untuk mengetahui variabel pengaruh sosial *(sosial influence)* mempengaruhi minat perilaku *(behavioral intention* dalam penggunaan *internet banking)* dengan *individualism, power distance, dan long term orirntation* sebagai moderator.

1.6 Maanfaat penlitian

1.6.1 Aspek Teoritis

a. Mendapatkan jawaban atas penagruh dari culture Hofstade (*power distance, individualism, masculinty, uncertainty avoidance, long term orientation)* terhadap adopsi layanan *internet banking*

b. Hasil dari penelitian ini di harapkan dpat memberikan tambahan pengetahuan dalam pengembangan ilmu manajamen khususnya dalam dunia perbankan

1.6.2 Aspek Praktis

a. Penelitian ini di harapakan dapat menjadi masukan bagi industri perbankan untuk mengetahui alasan rendahnya tingakat adopsi layanan *internet banking.*

b. Penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai suatu gambaran tentang layanan *internet banking*, serta juga dapat memberi masukan untuk memperbaiki dan meningkatkan penggunaan layanan tersebut sesuai dengan kebutuhan nasabah

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan sampel individu yang tidak atau belum mengunakan (*non user) internet banking* yang berdomisili di Indonesia. Pemilihan topik *internet banking* berdasarkan fonomena yang sudah ada di latar belakang, di mana adanya perbedaan antara penetrasi *internet banking* Indonesia dengan penetrasi Internet di Indonesia tahun 2014. Pemilihan Indonesia didasarkan oleh jumlah pengguna internet dan tingkat penetrasi internetnya termasuk tinggi di Asia Tenggara pada tahun 2014.

Selain itu juga didasarkan pada jumlah dana yang di simpan *(funds)* dan pinjaman *(loans)* yang ada di Indonesia. Menurut (Bank Indonesia,2014) jumlah dana pinjaman dan simpanan yang tersebar di Indonesia sebagai berikut

Tabel 1.6 Jumlah Simpan dan Pinjam di Indonesia Tahun 2014 (dalam triliun rupiah)

Nama Pulau	Dana di Pinjam *(loans)*	Dana di Simpan*(funds)*
Pulau Sumatra	Rp 5.281.840.000.000	Rp 4.521.082.000.000
Pulau Jawa dan Bali	Rp 24.604.271.000.000	Rp 28.295.467.000.000
Indonesia Bagian Timur	Rp 5.445.824.000.000	Rp 4.738.417.000.000
Jumlah	Rp 35.331.935.000	Rp 37.554.966.000.000

Sumber: Bank Indonesia, 2014

(data yang telah diolah)

Dari tabel 1.6 terliihat jumlah dana yang di simpan *(funds)* dan dana di pinjam *(loans)* paling besar yaitu di Pulau Jawa dengan dana di simpan *(loans)* 28.2 T dan dana di pinjam sebesar 24.6 T di ikuti Pulau Sumatra dengan 4.52T dan 5.2 T , dan diakhiri di Indonesia Bagian Timur yaitu 4.73 T dan 5.44 T dengan data tersebut jumlah dana simpan dan pinjam yang beredar di Indonesia adalah sebesar 35 T dan 37 T.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran yang jelas mengenei penelitian yang akan dilakukan. Gambaran tersebut berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi penjelasan gambaran umum objek penelitian, latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Dalam bab ini berisi landasan teori yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang di pilih yang akan dijadikan dalam penulisan skripsi ini. Teori-teori tersebut dikutip dari beberapa literatur seperti buku teks,jurnal,tesis,atau skripsi.

BAB III MTODE PENELITIAN

Dalam bab ini secara garis besar diuraikan mengenai metode yang akan digunakan untu penelitian ini yang meliputi rancangan penelitian, batasan penelitian, model analisi, identifikasi variabel, defenisi operasioanal dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi sampel da teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripi objek penelitian, hasil naliai dan pengolahan data berserta pembahasannya, yang di sajikan secara sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta sesuai dengan tujuan penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjeaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang akan dilakukan dan di serta dengan rekomendasi atau saran.