BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Menurut Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank adalah 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 rakyat banyak.

Menurut Howard D. Crosse dan George J. Hemple (Nazrian dan Hidayat, 2012) mengartikan bank sebagai suatu organisasi yang menggabungkan usaha manusia dan sumber keuangan untuk melaksanakan fungsi bank dalam rangka melayani kebutuhan masyarakat dan untuk memperoleh keuntungan bagi pemilik. Pendapat Howard dan George lebih menekankan pada pengertian bank pada fungsi dan motif bank. Fungsi bank dimaksudkan adalah untuk melayani kebutuhan masyarakat sedangkan motif bank adalah untuk memperoleh keuntungan khususnya bagi pemilik bank. Bank juga digambarkan sebagai organisasi yang menggabungkan usaha manusia dalam mengelola sumber keuangan demi tujuan tersebut.

Menurut Bassel Committee (Sugiarto, 2012) *e-banking* adalah penyedia jasa perbankan pada sektor retail dan skala kecil melalui saluran elektronik. Perbankan sebagai lembaga yang berperan dalam transaksi keuangan telah mengadopsi teknologi informasi. Dalam menyampaikan jasa perbankan, mereka telah melakukan pendekatan yang revolusioner melalui *internet banking*. Salah satunya adalah menyediakan fasilitas *internet banking* (Yusnaini, 2010). Menurut Standard Bank (Yusnaini, 2010) *Internet banking* merupakan jasa perbankan jarak jauh yang ditawarkan kepada pelanggan personal bank untuk melakukan transaksi perbankan rutin melalui internet.

Menurut Rahardjo (Maharsi dan Mulyadi, 2007) *internet banking* memberikan keuntungan yaitu dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan karena dengan menggunakan *internet banking* transaksi perbankan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja (tidak terbatas ruang dan waktu), aman dan lebih cepat bila dibandingkan mengantri di Bank ataupun di mesin ATM.

Menurut (Medyawati *et al.*, 2012) terdapat Bank Umum dan Bank Asing yang sudah memiliki fasilitas *internet banking* di indonesia yaitu, Bank Mandiri, Bank BRI, Bank Central Asia, Bank BNI, Bank CIMB Niaga, Bank Danamon Indonesia, Pan Indonesia Bank, Bank Permata, Bank BII dan CitiBank.

Tabel 1.1 Sepuluh Bank Terbesar Berdasarkan Aset Tahun 2014

Nama Bank	Total Aset (dalam triliun)
BRI	778,017
Mandiri	755,867
BCA	541,910
BNI	393,466
CIMB Niaga	227,079
Permata	185,090
Danamon	163,092
Panin	159,033
BTN	144,782
BII	135,240

Sumber: www.bi.go.id, 2014

Pada Tabel 1.1 diatas menunjukkan 10 bank terbesar berdasarkan total aset yang diperoleh dari *website www.bi.go.id* pada tahun 2014.

1.2 Latar Belakang Penelitian

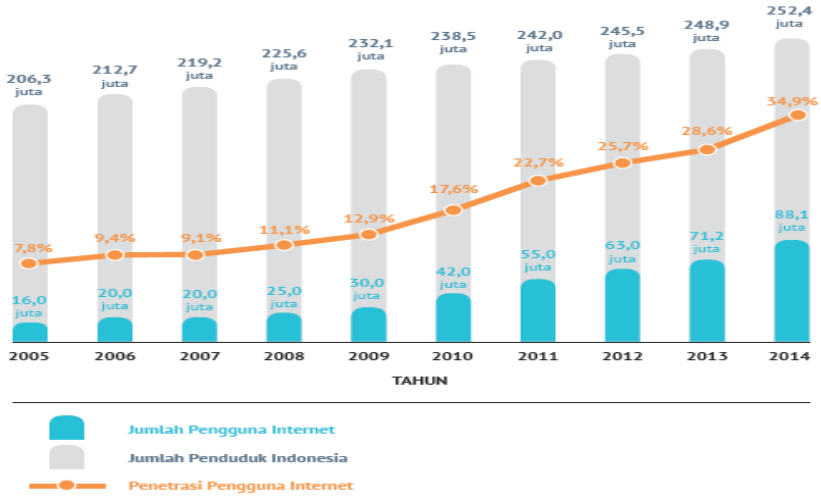
Kemajuan teknologi yang semakin canggih, diyakini berkontribusi besar pada pertumbuhan yang signifikan pada semua bidang. Teknologi informasi (TI) berperan signifikan dalam menunjang daya saing setiap perusahaan, misalnya

dalam hal penciptaan atau penyampaian jasa baru. Salah satu kemajuan dalam teknologi informasi adalah internet. Internet adalah sebuah jaringan yang menghubungkan antara satu komputer dengan komputer lain. Dengan adanya internet dapat memberikan manfaat berupa kemudahan dan kecepatan dalam melakukan suatu pekerjaan.

Gambar 1.1

Data Pengguna Internet di Indonesia

(*Sumber: APJII,2015*)

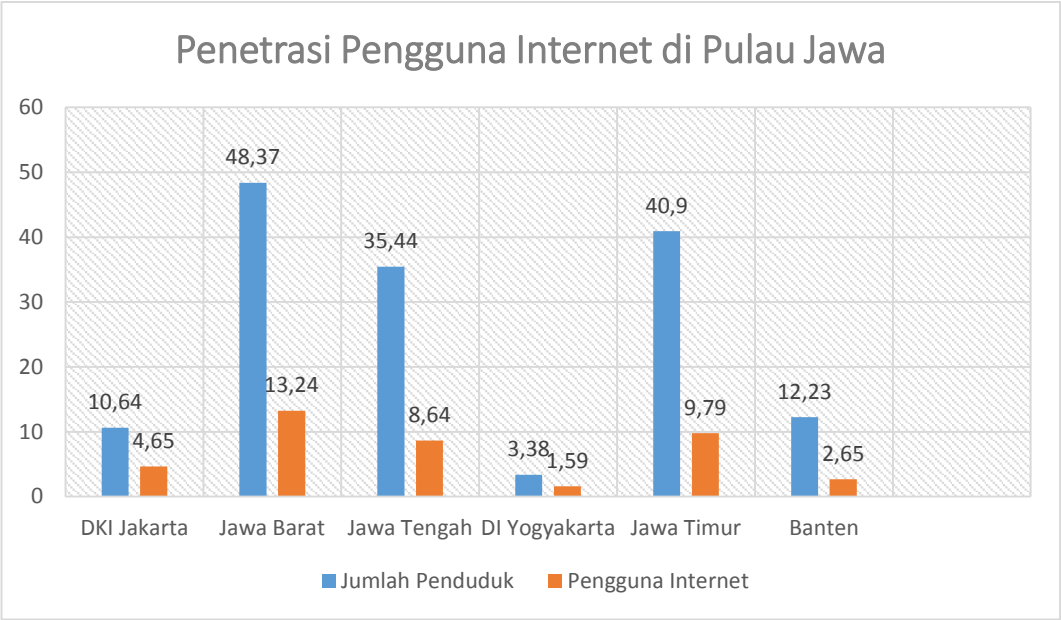


Pada Gambar 1.1 menjelaskan bahwa Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 88 juta orang hingga tahun 2014. Berdasarkan populasi, jumlah pengguna internet terbanyak adalah di provinsi Jawa Barat sebanyak 16,4 juta, diikuti oleh Jawa Timur sebanyak 12,1 juta pengguna dan Jawa Tengah sebanyak 10,7 juta pengguna.

Menurut Makris *et,al.* (P. Hanafizadeh *et al*.,2014) Internet memicu revolusi berbasis IT di sektor jasa keuangan, yang secara radikal mengubah cara penyampaian perbankan. Perkembangan ini, disebut *Internet Banking* (IB), yang telah memungkinkan orang-orang sibuk untuk menyelesaikan kegiatan keuangan mereka dengan cara yang hemat biaya dan efisien setiap harinya, terlepas dari lokasi fisik mereka.

Gambar 1.2 Penetrasi Pengguna Internet di Pulau Jawa (dalam jutaan)

Sumber: APJII,2014



Pada Gambar 1.2 menjelaskan bahwa jumlah penduduk di DKI Jakarta berjumlah 10,64 juta dengan pengguna internet sebesar 42,8% dari jumlah penduduk yaitu 4,55 juta penduduk, lalu jumlah penduduk di Jawa Barat adalah sebanyak 48,37 juta penduduk dan pengguna internetnya sebesar 27,4% yaitu 13,24 juta penduduk. Kemudian jumlah penduduk pada Jawa Tengah adalah sebanyak 35,44 juta penduduk dengan pengguna internet sebesar 24,4% yaitu sebesar 8,64 juta penduduk. Pada Daerah Istimewa Yogyakarta jumlah penduduk sebanyak 3,38 juta penduduk dan pengguna internet sebesar 41,5% dari jumlah penduduk yaitu sebanyak 1,59 juta penduduk. Kemudian jumlah penduduk di Jawa Timur adalah sebanyak 40,90 juta dengan pengguna internet sebesar 23,9% yaitu sebanyak 9,79 juta penduduk dan jumlah penduduk Banten adalah 12,23 juta penduduk dengan pengguna internet sebesar 21,7% yaitu sebanyak 2,65 juta penduduk.

Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi dan internet menyebabkan mulai munculnya aplikasi bisnis yang berbasis internet. Salah satu aplikasi yang mulai mendapatkan perhatian pada bidang perbankan adalah *internet banking*.

Tingkat penetrasi pasar atas *internet banking* belum begitu besar, sehingga belum dapat menjangkau seluruh nasabah bank yang ada, yang berakibat pada belum tercapainya tingkat break event atas investasi yang dilakukan sebuah bank (Sugiarto, 2012).

Menurut Asosiasi Penyelenggaraan Internet Indonesia (APJII) dalam Laporan Internet Indonesia Sektor Bisnis 2013, tujuan dari penggunaan internet di Jawa Barat dengan melakukan aktivitas *internet banking* mencapai 41,4%. Hal ini membuktikan bahwa *internet banking* sudah mulai digunakan oleh sebagian masyarakat di Jawa Barat. Namun jumlah tersebut masih cukup rendah dibandingkan dengan Maluku Utara dan Papua Barat yang masyarakatnya sudah memilih *internet banking* sebagai salah satu tujuan dari penggunaan internet yang telah mencapai 100%.

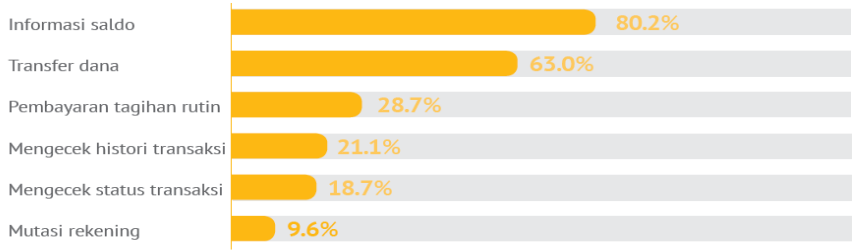
Menurut (crmsindonesia.org, 2012) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi pertumbuhan pengguna *internet banking* masih lamban. Pertama, kualitas layanan *internet banking* belum merata. Hal ini membuat nasabah seringkali menemui kegagalan bertransaksi. Kedua, keandalan dan keamanan, dimana terdapat beberapa modus kejahatan antara lain website forging yaitu pelaku membuat tampilan dan alamat domain website persis dengan website bank yang asli sehingga para nasabah terkecoh dan pelaku mendapatkan username dan password nasabah. Ketiga, *internet banking* belum memiliki regulasi khusus. Sehingga proteksi nasabah kurang dilindungi.

Menurut Rahardjo (Maharsi dan Mulyadi, 2007) *internet banking* memberikan keuntungan yaitu dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan karena dengan menggunakan *internet banking* transaksi perbankan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja (tidak terbatas ruang dan waktu), aman dan lebih cepat bila dibandingkan mengantri di Bank ataupun di mesin ATM. *Internet Banking* juga memungkinkan nasabah bank untuk menggunakan layanan jasa keuangan seperti membayar tagihan, memeriksa informasi saldo, transfer dana dan

memanfaatkan investasi dan memeriksa layanan melalui website bank (Tan and Teo, 2000; dalam P. Hanafizadeh *et al*.,2014).

Gambar 1.3 Transaksi yang dilakukan pengguna internet saat menggunakan *internet banking*

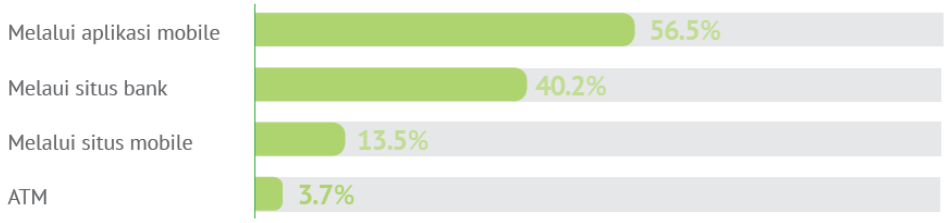
Sumber: APJII,2015



Pada Gambar 1.3 menjelaskan bahwa transaksi yang paling sering dilakukan pengguna internet saat menggunakan *internet banking* adalah melakukan pengecekan informasi saldo yaitu sebesar 80,2%, lalu disusul oleh transaksi transfer dana sebesar 63%, kemudian transaksi pembayaran tagihan rutin sebesar 28,7%, pengecekan histori transaksi sebesar 21,1%, pengecekan status transaksi sebesar 18,7% dan mutasi rekening sebesar 9,6%.

Gambar 1.4 Perangkat untuk mengakses *internet banking*

Sumber: APJII, 2015



Pada Gambar 1.4 menjelaskan perangkat yang paling sering digunakan nasabah untuk mengakses *internet banking* adalah melalui aplikasi mobile sebesar 56,5%, lalu melalui situs bank sebesar 40,2%, kemudian melalui situs mobile sebesar 13,5% dan melalui ATM sebesar 3,7%.

Menurut Prasad dan Arumbaka (2009) dalam (Muzividzi *et al.*, 2013) setiap teknologi baru selalu diawali dengan pengadopsian awal yang memiliki akses internet dan pengetahuan mengenai fasilitas yang disediakan oleh Bank. Namun, beberapa konsumen tidak mengetahui bagaimana untuk menjadi seorang pengguna *internet banking*, dan beberapa konsumen tidak memiliki keterampilan yang diperlukan PC dan fasilitas yang diperlukan untuk melakukan *internet banking*. Menurut Kim *et al.*, (2005) dalam (Muzividzi *et al.*, 2013) konsumen dengan kemampuan komputasi yang meningkat mungkin akan mengadopsi *internet banking* dengan lebih mudah dan kemampuan mereka juga dapat meningkatkan efisiensi mereka dalam penggunaan *internet banking*. Beberapa peneliti telah membahas tentang hal yang dibutuhkan untuk mengadopsi internet. Sebagai contoh, Centeno (2003) dalam (Muzividzi *et al.*, 2013) mengemukakan bahwa *internet banking* mengharuskan pengguna untuk memiliki keterampilan internet. Para peneliti juga telah menunjukkan bahwa pengetahuan dan keterampilan tentang internet dan *internet banking* adalah hal yang paling penting dalam pengadopsian *internet banking*. Jika pengetahuan dan keterampilan tentang internet dan *internet banking* rendah, maka tingkat pengadopsian *internet banking* juga akan rendah. Semakin banyak pengetahuan dan keterampilan konsumen mengenai *internet banking* maka semakin mudah bagi konsumen untuk memanfaatkan *internet banking*. (Muzividzi *et al.*, 2013). Dari pernyataan tersebut penulis melakukan pengadopsian *internet banking* di indonesia dengan menggunakan anteseden *internet skills*.

Menurut Davis (1989) *Theory Acceptance Model* (TAM) adalah model untuk menjelaskan penerimaan teknologi yang akan digunakan oleh pengguna teknologi. Model ini menyebutkan bahwa pengguna teknologi cenderung akan menggunakan apabila teknologi mudah digunakan (*perceived ease of use*) dan bermanfaat baginya (*perceived ease of use*).

Berdasarkan data yang sudah didapat, industri perbankan harus mengetahui faktor apa yang membuat nasabah ingin menggunakan *internet banking* sehingga nasabah lebih memilih bertransaksi menggunakan *internet banking*. Dengan

mengadopsi model TAM, maka penulis membuat judul " Analisis Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* di Jawa Barat Dengan Model TAM"

1.3 Perumusan Masalah

Tingkat penetrasi pengguna internet di Indonesia sangat tinggi khususnya di Jawa Barat. Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi dan internet mempermudah manusia dalam melakukan pekerjaanya. Salah satu aplikasi yang mulai mendapatkan perhatian pada bidang perbankan adalah *internet banking*. Layanan *Internet Banking* telah mampu memberikan layanan yang dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan karena dengan menggunakan *internet banking* transaksi perbankan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja (tidak terbatas ruang dan waktu), aman dan lebih cepat bila dibandingkan mengantri di Bank ataupun di mesin ATM.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, Konstruk *internet skills* mempengaruhi konstruk *perceived usefulness, perceived ease of use* dan *trust* dan konstruk *perceived usefulness, perceived ease of use* dan *trust* yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan layanan *internet banking.*

1.4 Pernyataan Penelitian

1. Apakah *internet skills* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* (PU)?
2. Apakah *internet skills* berpengaruh terhadap *perceived ease of use* (PEOU)?
3. Apakah *internet skills* berpengaruh terhadap *trust*?
4. Apakah *perceived usefulness* (PU) berpengaruh terhadap *intention to use?*
5. Apakah *perceived ease of use* (PEOU) berpengaruh terhadap *intention to use?*
6. Apakah *trust* berpengaruh terhadap *intention to use?*

1.5 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *internet skills* terhadap *perceived usefulness* (PU)
2. Untuk mengetahui pengaruh *internet skills* terhadap *perceived ease of use* (PEOU)

3. Untuk mengetahui pengaruh *internet skills* terhadap *trust*
4. Untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* (PU) terhadap *intention to use*
5. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* (PEOU) terhadap *intention to use*
6. Untuk mengetahui pengaruh *trust* terhadap *intention to use*

1.6 Kegunaan penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan hasil dan kegunaan kepada pihak-pihak yang membutuhkannya. Kegunaan penelitian ini diantaranya :

1.6.1 Aspek Teoritis

a. Mendapatkan gambaran menyeluruh tentang pengaruh *internet skills* terhadap keterkaitan variabel *perceived usefulness, perceived ease of use,* dan *trust* terhadap *intention to use.*
b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dalam pengembangan ilmu manajemen khususnya dalam perbankan

1.6.2 Aspek Praktis

a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi industri perbankan untuk mengetahui alasan nasabah menggunakan fasilitas *internet banking*.
b. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai suatu gambaran tentang layanan *internet banking*, serta memberikan masukan untuk memperbaiki dan meningkatkan penggunaan layanan tersebut, sesuai dengan kebutuhan nasabah.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Pada sub bab ini, peneliti akan menjelaskan mengenai ruang lingkup penelitian dimana sebagai alat batasan untuk penelitian ini.

1.7.1 Variabel dan Sub Variabel Penelitian

Variabel pada penelitian ini adala TAM yang terdiri dari *perceived ease to use* dan *perceived usefulness, trust* dan *internet skills.*

1.7.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Jawa Barat. Objek penelitian adalah nasabah yang terdiri atas beberapa Bank yang belum menggunakan *internet banking*.

1.7.3 Waktu dan Objek Penelitian

Periode dari penelitian ini diperkirakan selama bulan Juni 2015 hingga akhir 2015.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Adanya sistematika penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan. Gambaran tersebut berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum mengenai objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Dalam bab ini dijabarkan dengan jelas mengenai hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan masalah yang akan diteliti. Bab ini meliputi uraian tentang tinjauan pustaka penelitian yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian serta ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, variable operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, serta teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelasakan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta sesuai dengan tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan disertai dengan rekomendasi atau saran.