

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran umum objek penelitian

1.1.1. Profil perusahaan



Gambar 1.1 Logo PT. Bank Rakyat Indonesia

Sumber: bri.co.id

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank terbesar yang dimiliki oleh pemerintah Indonesia. Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan tanggal 6 Desember 1895 di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* atau “Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priayi Purwokerto”.

Pada periode kemerdekaan Republik Indonesia, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti karena perang mempertahankan kemerdekaan dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat. Melalui PERPU Nomor 41 tahun 1960 dibentuklah Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan *Nederlandsche Maatschappij* (NHM). Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) Nomor 9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam

Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan.

pada tahun 1965, keluar Penpres Nomor 17 tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 14 tahun 1967 tentang Undang-Undang Pokok Perbankan dan Undang-Undang Nomor 13 tahun 1968 tentang Undang-Undang Bank Sentral, yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia unit II bidang Rular dan Ekspor Impor masing-masing menjadi dua bagian yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia. selanjutnya berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok BRI sebagai bank umum.

Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan Nomor 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia. pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham BRI, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang masih digunakan sampai saat ini.

BRI memiliki *tagline* “melayani dengan setulus hati” yang dibuktikan dengan konsentrasi BRI untuk memfasilitasi kredit pada golongan pengusaha kecil. Salah satu contohnya adalah Kredit Modal Kerja atau Kredit Investasi sampai dengan Rp. 500 juta untuk usaha mikro, kecil dan koperasi yang mempunyai usaha produktif. Kredit Usaha Rakyat (KUR) mempunyai tujuan untuk meningkatkan akses pembiayaan UMKM dan K kepada bank. KUR juga mempunyai tujuan untuk membuat UMKM sebuah pembelajaran untuk menjadi *bankable* sehingga dan dapat

dilayani sesuai ketentuan komersial bank. KUR BRI juga diharapkan bisa menjadi usaha yang dibiayai yang tumbuh dan berkelanjutan.

Hingga saat ini, BRI berhasil menyalurkan KUR kepada 686.831 nasabah per akhir November 2015. Sejak ditunjuk oleh pemerintah sebagai salah satu bank BUMN yang menjadi penyalur KUR dengan total target Rp 21,4 triliun, BRI telah mengimplementasikan berbagai strategi pemasaran untuk meningkatkan serapan KUR di Indonesia. Salah satunya dengan melakukan *refreshment training* kepada lebih dari 9.000 Mantri KUR BRI.

Dedikasi BRI dalam menyalurkan KUR kepada UMKM berbuah manis dengan terpilihnya BRI sebagai Bank Umum Terbaik Pendukung 2016 dari Bank Indonesia. selain itu, Menurut hasil penilaian dalam pemilihan *World's Best Emerging Markets Bank in Asia Pasific 2016* menunjukkan bahwa BRI memiliki daya saing yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Dalam kurun lima tahun terakhir, BRI tumbuh sehat dan berkelanjutan dan dapat digambarkan sebagai berikut, laba bersih sebesar Rp. 25,2 triliun, dengan rata-rata pertumbuhan tahunan sebanyak 13,7% dan asset BRI tercatat sebesar Rp. 846 triliun atau tumbuh rata-rata 16,7% per tahun, yakni lebih dari 85% merupakan asset produktif.

1.1.2. Visi dan misi

Berikut visi dan misi yang diterapkan dan dijalankan oleh PT Bank Rakyat Indonesia Tbk:

Visi

“Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah”

Misi

- a) Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.

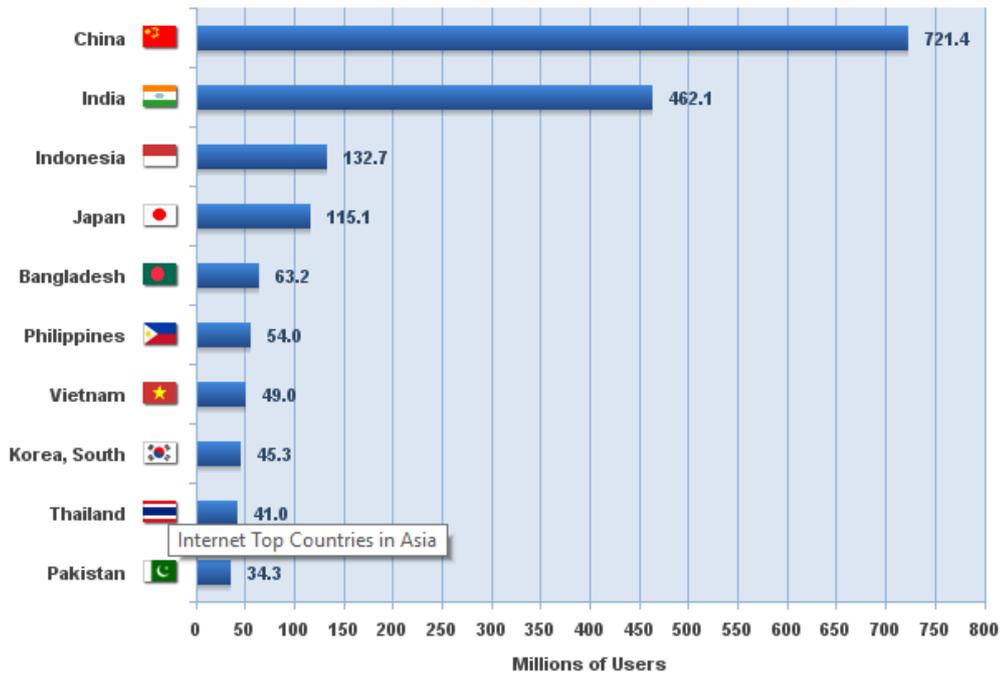
- b) Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dan teknologi informasi yang handal dengan melaksanakan manajemen risiko serta praktek *Good Corporate Governance (GCG)* yang sangat baik.
- c) Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*). (bri.co.id, 2016)

1.2. Latar belakang penelitian

Menurut data yang dihimpun dari *Internet World Stats*, 2016, benua Asia merupakan pengguna internet tertinggi di dunia. Asia memiliki 1.846.212.654 pengguna internet dengan persentase sebesar 50,2%, berbanding tipis dengan total sisa keseluruhan di dunia yang memiliki pengguna internet sebesar 1.829.612.159 dengan persentase sebesar 49,8%. Data tersebut menunjukkan bahwa benua Asia adalah pangsa pasar yang tepat untuk mengembangkan produk digital. Sedangkan perkembangan Internet di Indonesia dari tahun 2000-2016 ini terus meningkat signifikan dari tahun ke tahun. Penetrasi internet di Indonesia sebesar 51%. Saat ini tercatat sebanyak 132,7 juta jiwa dari total keseluruhan populasi di Indonesia sebesar 258.316.051 dapat mengakses internet. Hasil tersebut membuat Indonesia berada di posisi ketiga di benua Asia dengan pengguna aktif internet terbanyak setelah Cina yang berada di posisi pertama dan India yang berada di posisi kedua. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara di ASEAN yang memiliki pengguna internet aktif terbanyak dan memiliki potensi pasar digital yang besar.

Dengan data tersebut, banyak perusahaan memanfaatkan internet sebagai media untuk mengembangkan produk dan jasa mereka untuk memuaskan pelanggan dan memasarkan produk melalui internet.

Top Ten Internet Countries in Asia June 30, 2016



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats3.htm
 1,846,212,654 Internet users in Asia estimated for June 30, 2016
 Copyright © 2016, Miniwatts Marketing Group

Gambar 1.2 sepuluh besar negara dengan pengguna internet di Asia.
sumber: Internet World Stats, 2016



Gambar 1.3 data pengguna aktif *Smartphone* di Indonesia
Sumber: Tech In Asia, 2014

Gambar 1.3 menunjukkan adanya peningkatan pengguna aktif *Smartphone* di Indonesia. Dari tahun 2013-2016 tercatat peningkatan pengguna aktif *Smartphone* di Indonesia sebesar 42 juta dengan tingkat penetrasi sebesar 60,51%. Menurut data yang dihimpun dari website beritasatu.com (2014) menyebutkan bahwa pengguna internet yang mengakses melalui *smartphone* sebesar 85%. Kominfo menambahkan bahwa Indonesia adalah raksasa teknologi digital Asia yang sedang tertidur. Jumlah penduduk Indonesia mencapai 250 juta jiwa merupakan pasar yang besar. Pengguna aktif *Smarphone* di Indonesia juga bertumbuh dengan pesat. Lembaga riset digital Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif *Smartphone* di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah sebesar itu, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna aktif *Smartphone* terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika.

Pertumbuhan pengguna aktif *Smartphone* yang terkoneksi internet, membuat kehidupan manusia berubah Saat ini manusia sangat dimanjakan dengan teknologi. Semua hal dituntut untuk serba lebih cepat dengan memanfaatkan teknologi. Dengan teknologi manusia dapat bekerja cepat yang membuat semua pekerjaan semakin ringkas dan tidak perlu waktu banyak untuk menyelesaikannya.

Perubahan gaya hidup manusia yang cenderung menginginkan fleksibilitas dan mobilitas yang cepat dengan adanya teknologi yang sudah jamak di kalangan masyarakat, perusahaan penyedia layanan pun harus mengintegrasikan produknya dengan teknologi. Perkembangan teknologi ikut menambah tantangan yang dihadapi oleh perbankan. Di Indonesia tercatat ada 118 bank umum dengan jenis dan layanan yang berbeda namun memiliki karakteristik produk yang sama (Bank Indonesia, 2016). Namun setiap bank memiliki caranya masing-masing untuk memasarkan produk dan jasanya kepada calon nasabahnya.

Setiap bank memiliki pelayanan yang berbeda dalam melayani nasabah. Dengan harapan nasabah terhadap kenyamanan dan keamanan saat

bertransaksi, banyak perusahaan perbankan melakukan investasi untuk meningkatkan layanan Teknologi yang diharapkan dapat mampu memenuhi keinginan nasabah dan tetap menggunakan produk, dan jasa serta layanan dari bank tersebut (Almilia & Giarta, 2010).

Mobile Banking adalah contoh produk perbankan dalam pemanfaatan teknologi Informasi. *Mobile Banking* adalah fasilitas yang dikeluarkan oleh bank untuk nasabahnya yang dapat diakses melalui *Smartphone* untuk menggantikan fungsi dari ATM. Di zaman yang serba cepat seperti ini, *Mobile Banking* hadir untuk memberikan kemudahan kepada nasabah untuk mengakses informasi akun secara aktual dan dapat mempercepat mobilitas manusia. Menggunakan *Mobile Banking*, dapat menurunkan resiko penipuan nasabah yang kerap kali terjadi di ATM center karena *Mobile Banking* dapat diakses kapanpun dan dimanapun sehingga membuat *Mobile Banking* adalah fasilitas perbankan untuk yang cukup aman.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah Bank pertama yang dimiliki oleh negara Indonesia. Menurut data yang dirilis majalah investor Sebanyak 15 bank umum nasional terpilih menjadi Bank Terbaik Tahun 2016 versi Majalah Investor. Bank-bank tersebut mendapat predikat sebagai yang terbaik setelah lolos seleksi pemeringkatan dan terbukti unggul di kelasnya. Pada kelas aset di atas Rp 100 triliun, PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI) tampil sebagai yang terbaik. BRI merupakan bank terbesar pertama di Indonesia menurut majalah Forbes dengan total asset sebesar Rp. 835 triliun. Perkembangan teknologi Informasi juga dimanfaatkan BRI untuk mengembangkan layanan untuk memfasilitas nasabahnya dalam bertransaksi dengan mengeluarkan BRI Mobile. BRI Mobile adalah suatu aplikasi yang mengintegrasikan beberapa aplikasi *e-banking* BRI yang dapat diakses melalui *smartphone* beserta aplikasi tambahan lainnya. Aplikasi yang terdapat dalam BRI Mobile di antaranya adalah Mobile Banking BRI, Internet Banking, Call BRI, dan Info BRI. Penggabungan dua aplikasi Mobile Banking dan Internet Banking BRI menjadi satu aplikasi BRI

Mobile memberikan keleluasaan dan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan seperti informasi saldo, mutasi rekening, pembayaran tagihan (kartu kredit semua bank di Indonesia, pinjaman, asuransi, telepon, dll), isi ulang (pulsa, PLN, TBANK, E-money), transfer ke bank lain secara online (antar rekening BRI atau rekening lain. Dengan aplikasi terbaru dan fungsional, nasabah BRI lebih mudah melakukan transaksi perbankan di mana pun dan kapan pun, dan tentu lebih fleksibel melalui BRI Mobile.

Pengguna layanan BRI Mobile per Oktober 2015 telah melebihi target yang ditetapkan pada akhir tahun. Executive Vice President Electronic Banking Division BRI Dicky Rozano mengatakan nasabah yang menggunakan fasilitas tersebut mencapai 10,8 juta nasabah dari total pemegang kartu ATM BRI sebanyak 32,8 juta nasabah dengan total transaksi sebanyak 2,1 miliar. Hal tersebut menunjukkan adanya peningkatan sebesar 18,51% dari triwulan IV/2014 (Bisnis Finansial, 2015)

Dari hasil pemaparan data di atas, diketahui bahwa penetrasi layanan BRI Mobile pada nasabah BRI sebesar 30%. dari total nasabah BRI di seluruh Indonesia. jika dibandingkan dengan data pengguna internet di Indonesia, pengguna layanan BRI Mobile hanya sebesar 8,13%. Sedangkan jika dibandingkan dengan pengguna *smartphone* yang terhubung dengan internet di Indonesia, penetrasi layanan BRI mobile sebesar 15,4%. Ada banyak faktor yang mengakibatkan kurangnya adopsi layanan BRI Mobile di Indonesia. Faktor-faktor tersebut perlu diidentifikasi untuk mengetahui faktor apa yang paling mempengaruhi nasabah BRI menggunakan layanan BRI Mobile.

Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran *Unfied Theory of Acceptance and Use of Tehnology* (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh *et. al.*, 2003. Menurut Venkatesh *et. al.*, 2003, UTAUT adalah pengembangan dari delapan model kerangka pemikiran teknologi informasi

dan penerimaan terhadap teknologi informasi, serta menggabungkan variable penting untuk menunjukkan penggunaan aktual (*Actual Usage*), minat penggunaan (*Intention Use*), dan kondisi fasilitas (*Facilitating Condition*). Feras dan Mohammad, 2012 menyatakan model UTAUT adalah model yang paling bagus untuk menginvestigasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan layanan mobile banking.

Tan dan Lau, (2016) dalam penelitiannya menyebutkan minat pengguna mobile banking generasi millennium semakin bertambah karena mobile banking dapat di akses dimana saja, secara real time dan fleksibel. Evon & Jasmine, 2016 menambahkan indikator terpenting dalam penelitiannya adalah variable *Performance Expectancy* (PE) yang mempengaruhi pengguna untuk mengadopsi layanan mobile banking diikuti oleh variable *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Percieved risk*.

Untuk itu perlu diadakan penelitian untuk mengetahui faktor apa yang berpengaruh terhadap adopsi layanan BRI mobile dengan judul “PREDIKSI FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA MENGADOPSI LAYANAN BRI MOBILE MENGGUNAKAN *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT)”.

1.3. Perumusan masalah

Dapat diketahui bahwa pengguna internet di Indonesia tahun 2016 sebanyak 132,7 juta dan pengguna *smartphone* mencapai 69.4 juta orang. Akan tetapi pengguna BRI mobile hanya sekitar 10,8 juta dari total pemegang kartu ATM BRI sebesar 32,8 juta dengan tingkat penetrasi adopsi layanan BRI mobile hanya sebesar 30%.

Dengan mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nasabah, dapat memudahkan BRI untuk mengembangkan layanan BRI

Mobile agar seluruh nasabah BRI dapat sepenuhnya mengadopsi layanan BRI Mobile yang dirasa mampu meningkatkan mobilitas dan fleksibilitas nasabah dalam bertansaksi dan penerapan adopsi layanan BRI Mobile juga dapat mengurangi antrian yang mengulur di ATM BRI serta penerapan BRI Mobile ini juga dapat mengurangi persentase penipuan nasabah di ATM.

Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran *Unfied Theory of Acceptance and Use of Tehnology* (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh *et. al.*, 2003. Menurut Venkatesh *et. al.*, 2003 dengan empat variabel Independen yaitu *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Conditions* (FC). Menurut Venkatesh *et. al.*, 2003, UTAUT adalah pengembangan dari delapan model kerangka pemikiran teknologi informasi dan penerimaan terhadap teknologi informasi, serta menggabungkan variabel penting untuk menunjukkan penggunaan aktual (*Actual Usage*), minat penggunaan (*Intention Use*), dan kondisi fasilitas (*Faciliting Condition*). Feras dan Mohammad, 2012 menyatakan model UTAUT adalah model yang paling bagus untuk menginvestigasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan layanan mobile banking.

1.4. Pertanyaan penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan model UTAUT yang dikembangkan oleh Venkatesh, 2003, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Apakah *Performance Expectancy* (PE) berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (BI)?

2. *Effort Expectancy* (EE)) berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (BI)?
3. *Social Influence* (SI)) berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (BI)?
4. *Facilitating Conditions* (FC)) berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* (UB)?
5. Apakah *Behavior Intention* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* (UB)?

1.5. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh hubungan *Performance Expectancy* (PE) terhadap *Behavior Intention* (BI).
2. Untuk mengetahui pengaruh hubungan *Effort Expectancy* (EE)) terhadap *Behavior Intention* (BI).
3. Untuk mengetahui pengaruh hubungan *Social Influence* (SI) terhadap *Behavior Intention* (BI).
4. Untuk mengetahui pengaruh hubungan *Facilitating Conditions* (FC) terhadap *Use Behavior* (UB).
5. Untuk mengetahui pengaruh hubungan *Behavior Intention* terhadap *Use Behavior* (UB).

1.6. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk perusahaan BRI yang notabennya adalah bank milik Negara Indonesia dalam mengembangkan layanan BRI Mobile dengan mempertimbangkan faktor demografi agar seluruh nasabah BRI dapat menggunakan layanan BRI Mobile. Sedangkan manfaat untuk nasabah saat membaca penelitian ini, diharapkan dapat

menerapkan layanan Mobile Banking dari bank apapun untuk mempercepat mobilitas dan fleksibilitas nasabah dan tentunya dapat menimbulkan rasa aman saat bertransaksi karena Mobile Banking dapat di akses kapan pun dan dimana pun.

1.7. Ruang lingkup penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah Provinsi D.K.I Jakarta. Selain menjadi Ibukota Negara Indonesia dan pusat perekonomian Indonesia, D.K.I Jakarta menjadi Kota dengan pengguna internet Terbanyak Sebesar 3,5 juta pengguna dan juga sebagai kota dengan penetrasi Internet terbesar dari seluruh provinsi yang ada di Indonesia sebesar 56% (APJII, 2014)

1.8. Sistematika penulisan

Untuk memudahkan pembaca saat membaca penelitian ini, peneliti menggunakan sistematika penulisan yang dianjurkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Telkom University. Berikut sistematika penulisan penelitiannya.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan penjelasan mengenai hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan masalah yang akan diteliti, penelitian terdahulu dan jurnal-jurnal yang mendukung penelitian ini, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang karakteristik penelitian, alat pengumpulan data yang digunakan, tahapan pelaksanaan penelitian, populasi dan sampel yang dipilih oleh penulis dalam penelitian ini, pengumpulan data dan sumber data, uji validitas, teknik analisis data dan pengujian hipotesis yang akan digunakan untuk penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan 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

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dari penelitian dan saran-saran yang diberikan oleh penulis untuk keperluan penelitian selanjutnya.