

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi ini, penggunaan internet tidak hanya untuk mencari informasi saja, tetapi juga untuk transaksi ekonomi yang disebut dengan *ecommerce*. Perkembangan *e-commerce* tersebut berdampak terhadap industri perbankan, dimana terjadinya perubahan besar dari sistem perbankan tradisional menjadi *electronic banking*. Minat masyarakat Indonesia dalam menggunakan layanan elektronik perbankan sangat tinggi Hal ini dapat dilihat dari masuknya situs-situs perbankan seperti Bank BCA, Bank BNI dan Bank Mandiri ke dalam peringkat situs 100 top website Indonesia versi Alexa.com (layanan pemeringkat situs) (Fadhli, 2016: 264).

Internet dan website telah menjadi perkembangan yang paling menarik di bidang teknologi informasi, komunikasi, dan pemasaran dalam beberapa tahun terakhir. Saluran informasi dan komunikasi menjadi berkembang sangat ccepat dan mudah seiring dengan perkembangan teknologi. Sementara itu dalam lingkup pemasaran pemanfaatan akses internet ini salah satunya dalam kegiatan *e-commerce* yang termasuk salah satu kegiatan transaksi secara online. Banyaknya masyarakat yang membeli produk dan meningkatnya pembelian melalui *e-commerce* dikarenakan banyaknya keuntungan yang dirasakan oleh pihak penjual dan konsumen (Purbasari, 2017: 39).

Menurut Medah (2009: 74) *E-commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan prosesbisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Menurut M. Suyanto (Medah, 2009: 74) mengatakan, *e-commerce* (EC) merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai

proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web* internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet. Sementara itu Tjiptono (Kinasih, 2012: 26) mengelompokkan lingkup *e-commerce* menjadi 5 perspektif berikut: (1) *online purchasing*, yang berkaitan dengan sistem pembelian dan penjualan dan informasi melalui internet dan jasa online lainnya, (2) *digital communication*, berhubungan dengan sistem pengiriman informasi digital, produk, jasa dan pembayaran online, (3) *service*, berupa suatu sistem yang berupaya menekan biaya, menyempurnakan kualitas produk dan informasi instan terkini, dan meningkatkan kecepatan penyampaian jasa, (4) *business process*, berhubungan dengan sistem untuk otomisasi transaksi bisnis dan aliran kerja, dan (5) *market-on-one*, lebih banyak berupa sistem untuk proses customization produk dan jasa yang diadaptasikan pada kebutuhan dan keinginan setiap pelanggan secara efisien.

Tabel 1.1 Tingkat Pengguna Internet di 25 negara tahun 2013-2018

Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018						
<i>millions</i>						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
Worldwide***	2,692.9	2,892.7	3,072.6	3,246.3	3,419.9	3,600.2

*Note: individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; *excludes Hong Kong; **forecast from Aug 2014; ***includes countries not listed*
Source: eMarketer, Nov 2014

181948 www.eMarketer.com

Sumber: eMarketer.com

Menurut eMarketer.com, selama 5 tahun terakhir pengguna internet di Indonesia semakin meningkat. Pada tahun 2013 pengguna internet di Indonesia mencapai adalah 72.8 juta. Pada tahun 2014, pengguna internet di Indonesia mencapai 83.7 juta. Pada tahun 2015, pengguna internet di Indonesia mencapai 93.4 juta. Pada tahun 2016,

pengguna internet di Indonesia mencapai 102.8 juta. Pada tahun 2017, pengguna internet di Indonesia mencapai 112.6 juta.

Pengaruh lembaga keuangan dalam era informasi ini sangat kuat karena dengan adanya lembaga keuangan yang memberikan layanan secara online menimbulkan sebuah aktifitas baru yaitu transaksi secara online. Transaksi *online* merupakan cara baru dalam melakukan kegiatan jual beli dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Transaksi *online* berkembang dimasyarakat sebagai dampak dari adanya perkembangan teknologi serta semakin meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia (Nugraha, 2015: 91).

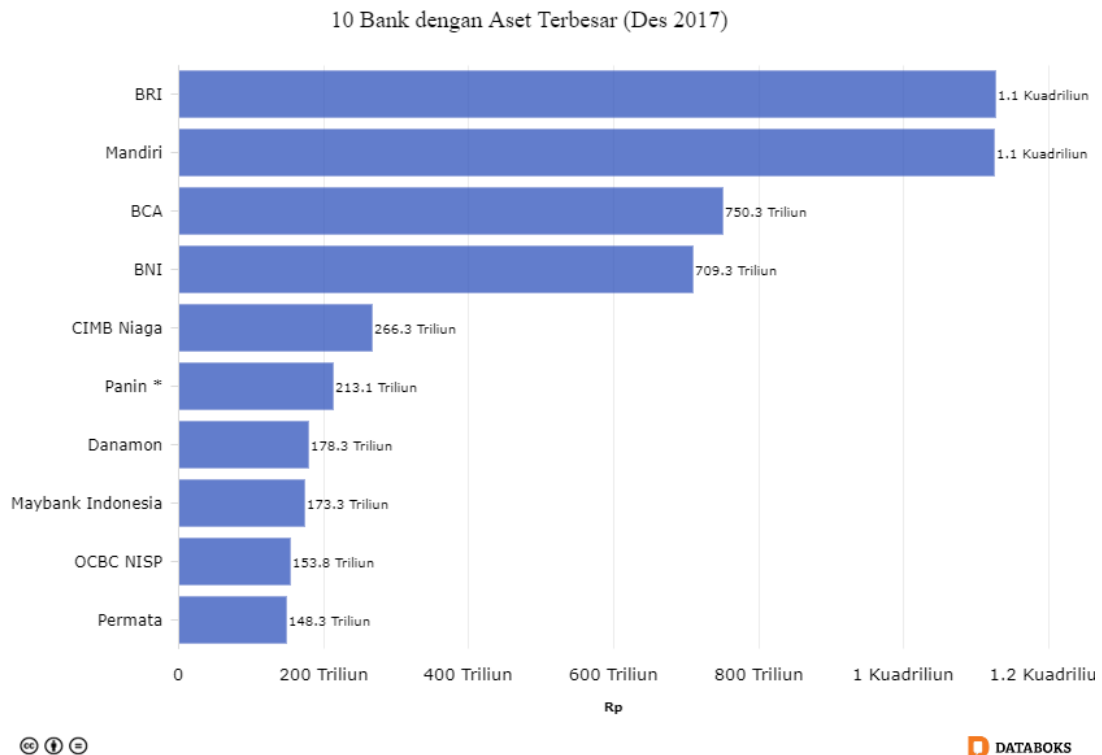
Menurut Nurastuti (Fadhli, 2016: 264) Teknologi informasi yang dijadikan pembahasan dalam penelitian ini adalah teknologi internet *banking*. Internet *banking* merupakan salah satu jasa layanan bank melalui internet yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan jasa dan layanan perbankan seperti memperoleh informasi dan melakukan transaksi perbankan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil studi pada jasa layanan perbankan *Internet Banking* dari Bank Mandiri. Bank Mandiri memiliki layanan perbankan secara online yang dinamakan Mandiri *Online*. Berdasarkan hal yang tercantum pada website Bank Mandiri www.bankmandiri.co.id, dengan menggunakan Mandiri *Online*, nasabah Bank Mandiri dapat melakukan pengecekan saldo, transfer uang, pembayaran nonkartu kredit, pembayaran kartu kredit isi ulang pulsa dan lainnya

Bank Mandiri adalah bank milik pemerintah dan merupakan bank yang terbesar dalam hal asset, pinjaman, dan deposit, didirikan pada 2 Oktober 1998 yang merupakan hasil merge dari 4 bank yaitu Bank Dagang Negara, Bank Exim, Bank Bumi Daya, dan Bank Pembangunan Indonesia dengan alamat websitenya www.bankmandiri.co.id. (Bank Mandiri, 2009)

Dikutip dari bisnis.tempo.co dijelaskan bahwa PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk membukukan pertumbuhan laba bersih sebesar Rp 20,6 triliun atau naik 49,5 persen

secara year on year pada akhir tahun 2017. Direktur Utama Bank Mandiri Kartika Wirjoatmodjo mengatakan pertumbuhan itu disokong oleh kenaikan pendapatan bunga bersih (net interest income) dan peningkatan atas jasa (*fee-based income*).

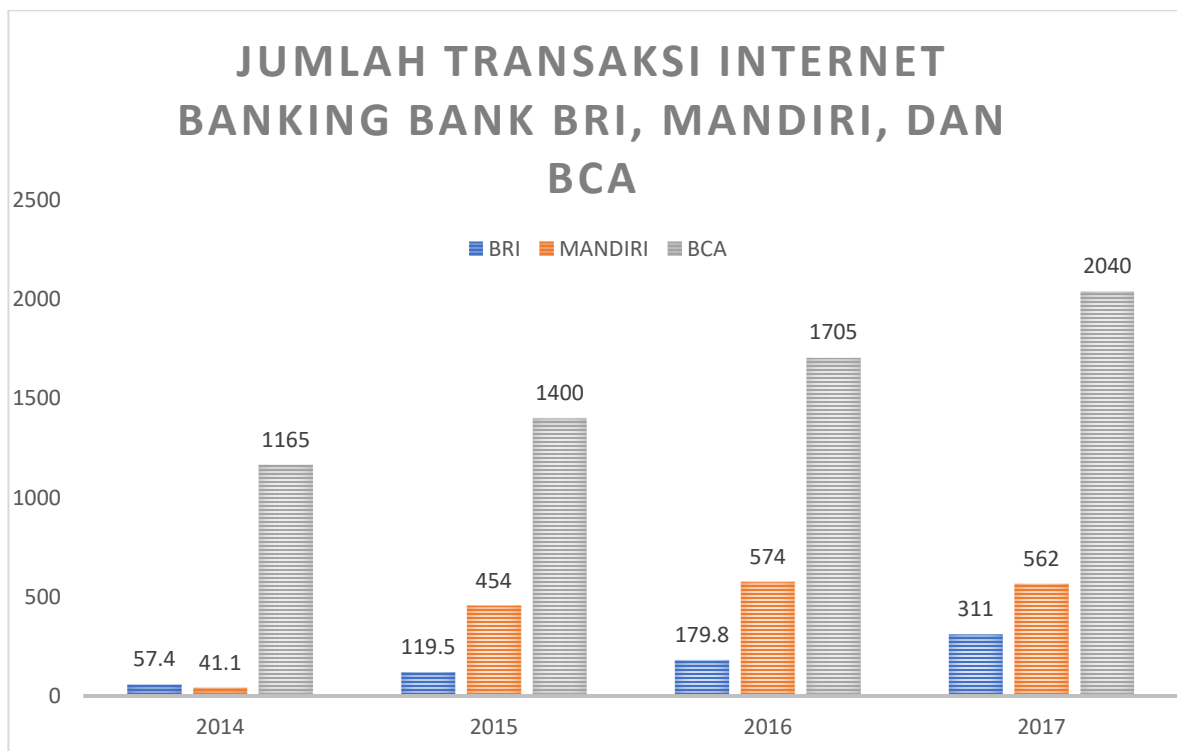


Gambar 1.1 10 Bank Dengan Aset Terbesar

Sumber: DATABOKS

Menurut databoks.katadata.co.id, Bank Mandiri menjadi bagian dari 10 bank dengan Aset terbesar di Indonesia per Desember 2017. PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk masih memimpin bank dengan aset terbesar di tanah air. Dua Badan Usaha Milik Negara (BUMN) tersebut memiliki aset di atas Rp 1000 triliun. Sementara PT Bank Central Asia Tbk yang merupakan bank swasta dengan aset terbesar berada di urutan ketiga.

Bank Mandiri mendapatkan penghargaan *Banking Service Excellence* selama 5 tahun berturut-turut dari tahun 2013 sampai 2017 dengan kategori *The Best Internet Banking* yang menduduki urutan pertama (Bank Mandiri, 2013-2017). Menjadi peraih penghargaan dengan urutan pertama merupakan sebuah keberhasilan yang patut dibanggakan. Namun adapula yang menjadi perhatian utama untuk menjaga penghargaan itu agar selalu dipertahankan oleh Bank Mandiri. Tanpa adanya upaya peningkatan kualitas layanan, maka tingkat penggunaan layanan *internet banking* Bank Mandiri akan terganggu.



Gambar 1.2 Jumlah Transaksi *Internet Banking* Bank BRI, Mandiri, dan BCA

Sumber: Laporan Tahunan Bank BRI, Mandiri, dan BCA 2014-2017 (telah diolah untuk penelitian).

Berdasarkan gambar 1.2 tentang jumlah transaksi *internet banking* Bank Mandiri, pada tahun 2014, 2015 dan 2016 jumlah transaksi *internet banking* mengalami peningkatan. Namun pada tahun 2016 ke 2017 terjadi penurunan jumlah transaksi pada *internet banking*. Dikutip dari finance.detik.com, Rohan mengatakan bahwa dalam *me-monitoring*, mereka menemukan adanya sedikit perbaikan yang perlu dilakukan terhadap sistem, yang diduga *system corrupt*. Untuk itu, bila beberapa nasabah mengalami perbedaan saldo, akan dikembalikan sebagaimana saldo awal dan juga pastikan dana nasabah aman. Hal kesalahan dalam sistem keamanan pada tahun 2017 yang mengakibatkan dana para nasabahnya hilang.

Dalam penelitian ini digunakan parameter persepsi dari risiko dan kepercayaan. Persepsi risiko merupakan suatu permasalahan yang sangat mendasar dalam pemanfaatan teknologi khususnya fasilitas *internet banking*. Persepsi risiko sangat berdampak terhadap keamanan dan kenyamanan dari para nasabah, pada saat sekarang sering terjadinya permasalahan eksternal seperti serangan hacker dan lain sebagainya dan dengan adanya antisipasi dan jaminan dari bank terkait risiko tersebut, diharapkan dapat melahirkan sikap kepercayaan dari para nasabah untuk mencoba fasilitas *internet banking*, sehingga nasabah dapat menerima manfaatnya. Manfaat tersebut salah satunya dapat memotivasi nasabah dalam menggunakan fasilitas *internet banking* tersebut. (Fadhli, 2016: 264-265)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka dapat diketahui bahwa masalah yang dihadapi Bank Mandiri dalam mengatur layanan *internet banking*-nya adalah adanya risiko keamanan yang menunjukkan kurangnya keamanan sistem informasi dalam jaringan layanan *internet banking*. Sehingga mengakibatkan informasi nasabah menjadi terganggu.

Sehingga akan adanya timbul suatu persepsi terhadap resiko dan kepercayaan terhadap suatu system informasi. Namun keempat hal tersebut memiliki pengaruh

masing-masing dalam tingkat penggunaan layanan *internet banking*. Sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui pengaruhnya. Dengan ini penulis mengambil judul **“PENGARUH PERSEPSI NASABAH ATAS RISIKO, KEPERCAYAAN, MANFAAT, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN INTERNET *BANKING* (Survey Pada Nasabah Bank Mandiri).”**

1.3 Pertanyaan Penelitian

Selanjutnya, rumusan pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi risiko, kepercayaan, manfaat, dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking*?
2. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking*?
3. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking*?
4. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking*?
5. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko, kepercayaan, manfaat, dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking*.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap penggunaan *internet banking*.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kepercayaan terhadap penggunaan *internet banking*.

4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan *internet banking*.
5. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh persepsi risiko, kepercayaan, manfaat, dan kemudahan terhadap penggunaan *internet banking*.
 - b. Menjadi bahan referensi atau bacaan, khususnya bagi pihak yang mengadakan penelitian sejenis
2. Manfaat praktis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis yang bermanfaat untuk perusahaan perbankan khususnya Bank Mandiri agar dapat mengembangkan layanan internet bankinnya.
 - b. Membantu manajemen perusahaan perbankan dalam mengembangkan strategi pemasaran untuk menarik nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking*.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini adalah tentang pengaruh persepsi risiko, kepercayaan, manfaat, dan kemudahan terhadap penggunaan layanan *internet banking*. *Internet banking* disini adalah layanan yang diberikan oleh perbankan untuk mempermudah nasabah dalam mengakses kegiatan-kegiatan perbankan. Bank Mandiri yang dijadikan sampel pada

penelitian ini karena bank Mandiri merupakan salah satu dari 4 Bank besar yang memiliki aset dan nasabah dalam jumlah yang tinggi.

Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variable independen pertama (X_1) yang merupakan risiko, variable independen kedua (X_2) yang merupakan kepercayaan, variabel independen ketiga (X_3) yang merupakan manfaat, dan variabel independen keempat (X_4) yang merupakan kemudahan dengan variable dependennya (Y_1) adalah penggunaan *internet banking*.

1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, peneliti terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Pada bab ini diuraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan

