

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dalam era globalisasi seperti sekarang perkembangan teknologi yang semakin pesat menimbulkan persaingan di industri perbankan, khususnya bank dalam menyediakan layanan *Internet Banking* guna mempermudah nasabahnya dalam memanfaatkan fasilitas *Internet Banking* sekarang ini menjadi semakin ketat. Hal tersebut terjadi seiring dengan tuntutan pada tersedianya kemudahan dan kesederhanaan prosedur, yang makin lama semakin meningkat. Beberapa waktu sebelumnya nasabah sudah cukup puas bertransaksi dengan menggunakan Anjungan Tunai Mandiri (ATM), tetapi belakangan ini bertansaksi dengan menggunakan ATM tidak jauh berbeda dengan datang ke bank, karena nasabah harus tetap antri menunggu giliran untuk bertransaksi. Situasi semacam itu berbanding terbalik dengan keinginan nasabah yang semakin menuntut kepraktisan dalam bertransaksi.

Hal tersebut dapat langsung terjawab seiring dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi khususnya teknologi internet, sehingga dapat memunculkan berbagai aplikasi baru ternasuk dalam bidang perbankan. Pada bidang perbankan, internet dimanfaatkan sebagai sarana informasi dan transaksi untuk para nasabahnya. Teknologi semacam ini dinamakan atau biasa dikenal dengan nama *Internet Banking*, dimana informasi yang dibutuhkan oleh para nasabah dapat diakses melalui internet dengan menggunakan *Internet Banking*.

Bahkan nasabah dengan menggunakan *Internet Banking* akan sangat diuntungkan karena dapat melakukan beberapa transaksi sekaligus dalam satu waktu dan satu tempat, misalnya dapat melakukan transfer uang, cek saldo, melakukan pembayaran tagihan, pembelian *voucher* prabayar dan masih banyak lagi yang dapat dilakukan, dimana saja dan kapan saja, asalkan memiliki koneksi internet. Kemudahan lain dengan menggunakan *Internet Banking* karena situs ini sama seperti situs-situs lain pada umumnya, sehingga nasabah dapat secara langsung mengakses.

Berbeda dengan bertansaksi melalui ATM, yang mana kehadirannya tetap menjadi faktor utama. Nasabah harus tetap datang untuk melakukan transaksi perbankan didepan mesin ATM. Dengan menggunakan *Internet Banking* nasabah tidak harus datang langsung ke bank jika nasabah ingin melakukan transaksi, cukup dengan melakukan akses internet dan masuk ke situs bank yang bersangkutan dan transaksi yang diinginkan nasabah dapat dilakukan dengan mudah dan cepat.

Selain bermanfaat bagi nasabah, penggunaan *Internet Banking* juga bermanfaat bagi pihak bank. Manfaat internet pada pihak bank adalah sebagai berikut (<http://budi.insan.co.id>):

1. *Business Expansion*. Dahulu sebuah bank harus memiliki sebuah kantor cabang untuk beroperasi di tempat tertentu. Usaha ini memerlukan biaya yang tidak kecil. Kemudian hal ini dipermudah dengan hanya meletakkan mesin ATM di berbagai tempat. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, muncul teknologi *Internet Banking* dan *Phone Banking* dengan

menggunakan teknologi tersebut mulai menghilangkan batas fisik, batas ruang dan waktu. Layanan perbankan dapat diakses dari mana saja di seluruh Indonesia, dan bahkan di seluruh dunia.

2. *Customer Loyalty*. Nasabah, khususnya yang sering bergerak (*mobile*), akan merasa lebih nyaman untuk melakukan aktivitas perbankannya tanpa harus membuka *account* di bank yang berbeda-beda di berbagai tempat. Nasabah dapat menggunakan satu bank saja.
3. *Revenue and Cost Improvement*. Biaya untuk memberikan pelayanan perbankan melalui *Internet Banking* dapat lebih murah daripada membuka kantor cabang.
4. *Competitive Advantage*. Bank yang tidak memiliki mesin ATM akan sukar berkompetisi dengan bank yang memiliki banyak mesin ATM. Demikian pula bank yang memiliki *Internet Banking* akan memiliki keuntungan dibandingkan dengan bank yang tidak memiliki *Internet Banking*. Dalam waktu dekat, orang tidak ingin membuka akun di bank yang tidak memiliki fasilitas *Internet Banking*.
5. *New Business Model*. *Internet Banking* memungkinkan adanya bisnis model yang baru. Layanan perbankan baru dapat diluncurkan melalui *web* dengan cepat.

*Internet Banking* pertama kali muncul di Amerika Serikat pada pertengahan tahun 1990-an, di mana lembaga keuangan di Amerika Serikat

memperkenalkan dan mempromosikan *Internet Banking* untuk menyediakan layanan perbankan yang lebih baik. *Internet Banking* menjadi salah satu strategi yang digunakan oleh industri perbankan untuk bersaing.

Sehubungan dengan persepsi seseorang untuk dapat memanfaatkan atau menggunakan teknologi informasi, maka terdapat sebuah model yang dikembangkan oleh Davis (1989) dengan nama *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM dapat diartikan sebagai sebuah model penelitian yang menjelaskan perilaku adopsi sistem informasi atau teknologi informasi. TAM merupakan adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein & Ajzen Sanjaya (2005), Venkatesh dan Morris dalam Sanjaya (2005). Dalam konteks pemberdayaan penerimaan teknologi komputer, menyatakan bahwa : TAM merupakan salah satu model yang baku (*established*) karena telah diuji.

Menurut Gefen dan Straub (1997) bahwa dalam perbedaan kebangsaan/etnis dan gender terdapat faktor sosial budaya yang mempengaruhi persepsi dan perilaku. Gefen dan Straub (1997) menambahkan bahwa terdapat dua konstruk penting yang menerima perhatian sangat kecil dalam konteks penelitian TAM adalah pengaruh sosial dan gender. Dalam berkomunikasi wanita lebih cenderung untuk mengungkapkan perasaannya secara mendalam, sedangkan pria lebih cenderung menginginkan kebebasan dalam berkomunikasi dan cenderung menyembunyikan perasaannya.

Penelitian tentang minat berperilaku (*Behavioral Intention*) dalam penggunaan teknologi dilakukan dengan menggunakan *Technology*

*Acceptance Model (TAM)*, yaitu teori sistem informasi yang membentuk bagaimana penggunaan untuk menerima dan menggunakan teknologi. Venkatesh dan Morris (2000) mengungkapkan bahwa ada dua konsep utama dalam TAM yaitu rasa manfaat dan kemudahan. Manfaat (*Perceived Usefulness*) didefinisikan sebagai seberapa jauh seseorang percaya bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya. Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) didefinisikan sebagai tingkat seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi informasi akan mudah dan tidak membutuhkan usaha yang keras. Penelitian yang dilakukan ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya, diantaranya oleh Sanjaya (2005) yang berjudul "Pengaruh Rasa Manfaat dan Kemudahan terhadap Minat Berperilaku (*Behavioral Intention*) Para Mahasiswa dan Mahasiswi dalam Penggunaan Internet". Dalam hal ini, peneliti memasukkan satu unsur penting tentang teknologi informasi yaitu internet. Dari hal tersebut maka peneliti ingin manguji apakah manfaat (*Perceived Usefulness*) dan kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh terhadap minat berperilaku (*Behavioral Intention*) sebagai mediasi perilaku (*Actual Use*) nasabah dalam menggunakan *Internet Banking*.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN TERHADAP PERILAKU NASABAH BANK DALAM MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* DENGAN MINAT BERPERILAKU SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.**

## B. Rumusan Masalah

Dunia perbankan di Indonesia yang memiliki banyak pesaing mengharuskan bank untuk mengembangkan fasilitas-fasilitas layanan kepada para nasabahnya. Salah satu alternatif adalah dikembangkannya sistem *Internet Banking* yang bisa memberi banyak keuntungan bagi para nasabahnya. Berdasarkan uraian di atas, maka dalam penelitian ini peneliti mengidentifikasi beberapa masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah manfaat (*Perceived Usefulness*) menggunakan *Internet Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berperilaku nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* untuk transaksi perbankan?
2. Apakah kemudahan (*Perceived Ease of Use*) menggunakan *Internet Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berperilaku nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* untuk transaksi perbankan?
3. Apakah manfaat (*Perceived Usefulness*) menggunakan *Internet Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* untuk transaksi perbankan?
4. Apakah minat berperilaku menggunakan *Internet Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* untuk transaksi perbankan?

### C. Tujuan Penelitian

Hal ini disesuaikan dengan konsep rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, adapun target pencapaian tujuan penelitian yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi pengaruh manfaat penggunaan *Internet Banking* terhadap minat berperilaku nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* untuk transaksi perbankan.
2. Mengidentifikasi pengaruh kemudahan penggunaan *Internet Banking* terhadap minat berperilaku nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* untuk transaksi perbankan.
3. Mengidentifikasi pengaruh manfaat terhadap perilaku dalam menggunakan *Internet Banking* untuk transaksi perbankan.
4. Mengidentifikasi pengaruh minat berperilaku penggunaan *internet banking* terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* untuk transaksi perbankan.

### D. Manfaat Penelitian

1. Bidang Teoritis

Memberikan penjelasan dan bukti empiris tentang pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan pada nasabah bank dalam memanfaatkan teknologi *Internet Banking*. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar pemikiran untuk penelitian berikutnya, yang berkaitan

dengan minat berperilaku dalam penggunaan suatu teknologi sistem informasi.

## 2. Bidang Praktis

### a. Bagi Peneliti

Untuk mengaktualisasikan ilmu pengetahuan ekonomi khususnya di bangku kuliah dan pengetahuan manajemen sistem informasi yang telah didapat secara umum serta memberikan pemahaman tentang pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat nasabah bank dalam memanfaatkan teknologi *Internet Banking*.

### b. Bagi Kalangan Perbankan

Diharapkan informasi yang dihasilkan dari penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi lembaga perbankan yang ingin menerapkan *Internet Banking* sebagai fasilitas layanan untuk nasabahnya. Dapat memberikan sumbangan berupa pemikiran dan ide tentang penggunaan dan penerapan *Internet Banking*.

### c. Bagi Pembaca dan Kalangan Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah pengetahuan tentang perilaku pengguna teknologi *Internet Banking* dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.