

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Teknologi merupakan suatu sistem yang digunakan sebagai sarana untuk memudahkan manusia dalam melakukan berbagai kegiatan. Teknologi dari tahun ke tahun selalu berkembang. Teknologi sekarang ini menjadi salah satu persaingan antar perusahaan. Salah satu teknologi yang menjadi persaingan antar perusahaan yaitu teknologi informasi. Teknologi informasi akan menghasilkan suatu output berupa informasi yang sangat dibutuhkan individu yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi informasi mencakup secara keseluruhan bentuk teknologi yang digunakan untuk memproses informasi. Teknologi informasi didukung oleh perangkat lunak yang sesuai dengan pengolahan informasi tersebut.

Teknologi informasi ini memiliki peran yang sangat penting dalam suatu perusahaan guna menjalankan strategis bisnis yang akan dicapai oleh suatu perusahaan tersebut. Teknologi informasi dapat mendukung suatu perusahaan untuk meningkatkan kinerja suatu perusahaan tersebut. Teknologi informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat sehingga menimbulkan persaingan antar perusahaan. Salah satu persaingan antar perusahaan dalam hal teknologi informasi, khususnya di dunia perbankan.

Melihat potensi dengan adanya perkembangan teknologi tersebut maka banyak bank di Indonesia yang semakin gencar untuk mempromosikan layanan perbankannya secara *online*, yaitu dengan menggunakan media internet. Di Indonesia, jumlah pengguna internet naik dari 71,9 juta di tahun 2013 menjadi 88,1 juta pengguna hingga akhir 2014 atau sekitar 34,9 persen dari total jumlah penduduk saat ini ([www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com)).

Perkembangan teknologi informasi dapat dirasakan oleh masyarakat, salah satunya yaitu kehadiran teknologi internet yang digunakan sebagai sarana informasi dan transaksi untuk semua masyarakat sehingga dapat memudahkan pengguna. Teknologi informasi yang semakin pesat ini banyak peluang bagi perusahaan swasta maupun pemerintah untuk memberikan inovasi dalam pengembangan. Perusahaan dalam memberikan inovasi dalam pembangunan memiliki tujuan yaitu untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah dimana perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Era globalisasi saat ini, teknologi informasi telah banyak mengalami modernisasi. Hal ini menandakan bahwa teknologi informasi semakin canggih. Seiring pesatnya teknologi informasi yang diterapkan dalam dunia perbankan membawa kemudahan bagi pengguna. Salah satunya yaitu kehadiran internet yang digunakan sebagai sarana informasi dan transaksi untuk masyarakat.

Kehadiran teknologi internet ini memberikan manfaat komunikasi tanpa batas waktu. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di dunia perbankan relatif lebih maju dibandingkan dengan sektor lainnya (Fullah dan Seventri, 2012). Kemajuan sistem teknologi komunikasi sekarang ini mempunyai pengaruh pada pengembangan pengolahan data. Data dari suatu tempat dapat dikirim ke tempat lain dengan alat komunikasi. Perkembangan sistem teknologi informasi itupun berpengaruh pada berbagai bidang, salah satunya bidang perbankan.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat inilah yang dijadikan peluang bagi bank-bank di Indonesia baik bank pemerintah maupun bank swasta, karena media internet adalah suatu inovasi yang cukup memberikan peluang dalam pengembangannya. Persaingan yang begitu kuat dan ketat seperti sekarang ini, menuntut perusahaan untuk lebih agresif dan berani dalam mengambil keputusan dan menerapkan strategi perusahaan agar lebih unggul dari para pesaing (Setyanto, 2011).

Perusahaan harus mampu memberikan produk berupa barang dan jasa yang berkualitas. Dunia perbankan dituntut untuk menunjukkan kinerja dan pelayanan yang semakin baik. Sehingga kemajuan teknologi informasi yang semakin meningkat dapat menjadikan teknologi informasi sebagai suatu kebutuhan yang tidak dapat ditinggalkan. Meningkatnya persaingan dan usaha untuk menekan biaya operasional seefisien mungkin mendorong bank-bank untuk memanfaatkan internet dalam menjalankan bisnisnya (Wijayanti, 2009).

Para pelaku usaha dalam industri perbankan sangat merasakan peningkatan persaingan yang terjadi. Perbankan merupakan salah satu industri yang mengalami perubahan lingkungan yang cepat dan menuntut kemampuan menyesuaikan diri yang cepat pula (Maulidah, 2011).

Teknologi informasi (TI) berperan signifikan dalam menunjang daya saing setiap perusahaan, misalnya dalam hal penciptaan atau penyampaian jasa baru, peningkatan keterlibatan pelanggan dalam operasional, pembentukan departemen layanan pelanggan tersentralisasi, dan pengembangan *database marketing* yang akurat. Salah satu bentuk penggunaan TI adalah *Internet banking*. Dunia perbankan memanfaatkan perkembangan teknologi dengan menghadirkan layanan perbankan dalam bentuk *Internet banking* (Pranidana, 2009). *Internet banking* yaitu salah satu pelayanan jasa bank yang menginginkan para nasabahnya untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet (Maharsi dan Fenny, 2006).

Adanya *Internet banking* bagi nasabah memberikan keuntungan karena dapat melakukan transaksi dalam satu waktu dan satu tempat, misalnya transfer uang, cek saldo, melakukan pembayaran tagihan, pembelian voucher Prabayar dan masih banyak lagi yang dapat dilakukan. Selain memberikan keuntungan bagi pihak nasabah, *Internet banking* juga memberikan keuntungan bagi pihak perbankan, yaitu *Internet banking* dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, produktivitas dan probabilitas (Kusumaningrum, 2015).

*Internet banking* dapat digunakan untuk bermacam-macam transaksi *online*, beberapa diantaranya antara lain untuk mengecek saldo rekening dan *history* transaksi bank; membayar macam-macam tagihan; transfer antar *account*. Diharapkan transaksi yang ditawarkan oleh bank semakin berkembang sesuai dengan kebutuhan setiap nasabah, karena *Internet banking* adalah *customer based* sehingga pangsa pasar yang dilayani diharapkan akan semakin luas (Amijaya, 2010).

Fasilitas *Internet banking* tergolong baru bagi masyarakat mengetahui faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi konsumen menggunakan fasilitas yang telah disediakan bank, diharapkan mampu memberikan nilai tambah yang maksimal bagi konsumen sehingga dapat memberikan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) bagi perusahaan. Dalam tujuan meningkatkan pertumbuhan dan mempertahankan eksistensi, suatu perusahaan harus secara berkelanjutan melakukan inovasi terhadap produk yang sudah ada dan secara periodik mengembangkan produk baru (Amijaya, 2010).

Keberhasilan *Internet banking* tergantung dari bagaimana masyarakat menerima sistem tersebut. Oleh karena itu, penting bagi pihak bank untuk mengetahui bagaimana para konsumennya mengapresiasi jasa *Internet banking* agar dapat membantu menemukan rencana strategis dan meningkatkan pangsa pasar. Dengan kata lain, isu penting bagi pihak bank ketika menerapkan *Internet banking* adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan para pengguna dalam

menggunakan jasa pelayanan *Internet banking*. Hal ini dengan mengetahui faktor-faktor tersebut maka pihak bank penyedia layanan *Internet banking* dapat mendorong minat nasabah dalam menggunakan fasilitas untuk mengakses *Internet banking* sehingga mereka mau menggunakan *Internet banking* (Wijayanti, 2009).

Seiring maraknya kejahatan internet seperti pembobolan data, maka diperlukan suatu keamanan. Faktor keamanan merupakan isu utama dalam penggunaan *Internet banking* yang dilakukan melalui internet. Transaksi perbankan di internet juga rawan terhadap pengintaian dan penyalahgunaan oleh tangan-tangan yang tidak bertanggung jawab. Sehingga dari sinilah penting suatu kepercayaan terhadap perilaku nasabah untuk menggunakan fasilitas yang diberikan oleh bank. Kepercayaan berarti nasabah percaya terhadap keterandalan pihak bank yang dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akan data tersebut (Kusumaningrum, 2015). Aspek kepercayaan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi perilaku penggunaan teknologi.

Nasabah dapat melakukan berbagai kegiatan perbankan hanya perlu terhubung dengan koneksi internet. Sehingga nasabah beranggapan bahwa fasilitas *Internet banking* memiliki manfaat yang dapat memenuhi kebutuhannya dan memberikan manfaat untuknya di masa depan. Namun, nasabah cenderung mempunyai minat untuk menggunakannya. Sehingga nasabah beranggapan bahwa manfaat fasilitas *Internet banking* kurang memberikan manfaat, maka nasabah akan beralih menggunakan jasa teller

dibandingkan dengan menggunakan fasilitas *Internet banking*. Kebermanfaatan teknologi informasi diartikan tingkat dimana seorang percaya dimana seseorang percaya bahwa penggunaan *Internet banking* dapat meningkatkan kinerja nasabah dan merupakan manfaat yang diharapkan oleh para nasabah dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya (Kusumaningru, 2015).

*Internet banking* memberikan banyak layanan yang memberikan keuntungan, tetapi *Internet banking* juga memiliki risiko-risiko yang dirasakan oleh nasabah. Risiko (*risk*) transaksi dan kelengkapan fitur layanan *Internet banking* merupakan hal yang sangat dipertimbangkan dalam melakukan transaksi maya (*virtual*) karena jarak, kemampuan teknologi dalam memfasilitasi transaksi, layanan yang tidak bertatap muka dengan *teller/customer service* dan banyak hal yang dipertimbangkan nasabah bank dalam transaksi melalui *Internet banking*. Variabel risiko ditambahkan untuk melihat bagaimana perilaku nasabah bank untuk menggunakan *Internet banking* (Amijaya, 2010).

Perkembangan teknologi internet yang sangat cepat, komunikasi melalui internet telah diadopsi oleh sektor bisnis sebagai alat yang penting untuk memberikan informasi. Perkembangan tersebut telah mempengaruhi bentuk tradisional penyajian informasi perusahaan. Selain cara tradisional yang digunakan seperti kertas, internet dipandang sebagai salah satu media pelaporan yang penting. Sehingga informasi tentang kinerja perusahaan dapat dijangkau oleh seluruh investor secara global, selain melalui cara-

cara tradisional oleh berbagai pihak seperti kreditor, pemegang saham dan lain sebagainya (Hargyantoro, 2010).

Internet juga menawarkan suatu bentuk unik pengungkapan yang menjadi media bagi perusahaan dalam menyediakan informasi kepada masyarakat luas sesegera mungkin. Atas dasar itulah muncul suatu media tambahan dalam penyajian laporan keuangan melalui internet atau *website* yang lazim disebut *Internet Financial Reporting* (IFR). Pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan (*Internet Financial Reporting/IFR*) merupakan suatu bentuk pengungkapan sukarela yang telah dipraktekkan oleh berbagai perusahaan (Hargyantoro, 2010).

Persepsi kemudahan yaitu tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memberikan usaha keras dari pemakainya untuk dapat melaksanakannya (Farizi, 2014). Menggunakan *Internet banking* tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal. *Internet banking* dapat digunakan kapan saja dan dimanapun. Sehingga masyarakat akan termotivasi menggunakan *Internet banking*. Dengan adanya *Internet banking* yang disediakan oleh perbankan memberikan kemudahan untuk memebuhi kebutuhannya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka kiranya perlu dilakukan penelitian dengan judul “FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* PADA PERBANKAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Kusumaningrum (2015). Perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah dengan menambah variabel independen yaitu persepsi kemudahan (Farizi, 2014). Alasan dilakukannya penelitian ini yaitu terdapat ketidakkonsistenan pada penelitian-penelitian sebelumnya, maka penulis meneliti ulang kembali mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat menggunakan *Internet banking* pada perbankan.

## **B. Batasan Masalah Penelitian**

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang fokus dan menghindari penafsiran yang tidak diinginkan atas hasil penelitian, maka penelitian ini dititikberatkan kepada pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kebermanfaatan teknologi informasi, Persepsi Risiko, Pelaporan Keuangan di Internet, Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap minat menggunakan *Internet banking*.

## **C. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penelitian merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Internet banking*?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Internet banking*?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Internet banking*?

4. Apakah kebermanfaatan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Internet banking*?
5. Apakah pelaporan keuangan di internet berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Internet banking*?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini mempunyai beberapa tujuan antara lain:

1. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris pengaruh dari kepercayaan terhadap minat untuk menggunakan *Internet banking*.
2. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris pengaruh dari persepsi kemudahan terhadap minat untuk menggunakan *Internet banking*.
3. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris pengaruh dari persepsi resiko terhadap minat untuk menggunakan *Internet banking*.
4. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris pengaruh dari kebermanfaatan teknologi informasi terhadap minat untuk menggunakan *Internet banking*.
5. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris pengaruh dari pelaporan keuangan di internet terhadap minat untuk menggunakan *Internet banking*.

## **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini mempunyai beberapa manfaat yaitu berupa :

### 1. Bidang Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar pemikiran untuk penelitian berikutnya, yang berkaitan dengan minat menggunakan *Internet banking*.

### 2. Bidang Praktis

Bagi pihak perbankan diharapkan menjadi bahan pertimbangan yang menerapkan *Internet banking* sebagai fasilitas layanan untuk nasabahnya. Selain itu, dapat menjadi kajian bersama agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat menggunakan *Internet banking*.