

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Integrasi antar teknologi semakin membawa kemudahan bagi masyarakat. Salah satunya yang paling mudah dirasakan ialah kehadiran teknologi internet yang memberi manfaat komunikasi tanpa batasan tempat dan waktu. Menurut data statistik yang dikeluarkan oleh Internet World Statistics (IWS) yang melakukan riset berdasarkan data AC Nielsen Net Ratings sebuah lembaga marketing riset di Amerika, International Communication Union dan penyedia jasa internet seluruh dunia (3 Maret 2004) mempublikasikan bahwa, ada peningkatan yang cukup pesat pemakai internet di Indonesia yaitu tumbuh dari 2 juta user menjadi 8 juta user ada tahun 2004 atau meningkat 300% dari tahun 2000.

Penggunaan internet tidak hanya untuk mencari (*searching*) informasi saja, internet juga digunakan sebagai sarana transaksi ekonomi yang disebut dengan *e-commerce*. Teknologi internet semakin berkembang penggunaannya baik untuk jual beli produk, komunikasi global, publikasi, *information sharing*, dan lain sebagainya. Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi, dan internet menyebabkan mulai munculnya aplikasi bisnis yang berbasis internet. Salah satu aplikasi yang mulai mendapat perhatian adalah *internet banking*. *Internet banking* adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan

memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, (Tampubolon 2004).

Perkembangan teknologi internet ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanan. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di Indonesia baik bank pemerintah maupun swasta, karena media internet adalah suatu inovasi yang cukup memberi peluang dan menantang dalam pengembangannya. Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi (*electronic transaction*) dalam bentuk *internet banking*, *mobile banking* yang berbasis *handphone* (*phone banking*), penggunaan ATM (*Authomatic Teller Machine*), *Credit Card* dan lain sebagainya merupakan keharusan bagi bank-bank di Indonesia untuk merebut pangsa pasar. Saat ini *internet banking* menjadi perhatian utama dan senjata yang revolusioner strategis operasional bank, untuk *mendelivery* maupun untuk persaingan antar bank.

Internet banking membuka paradigma baru, struktur baru dan strategi yang baru bagi retail bank, dimana bank menghadapi kesempatan dan tantangan yang baru (Mukherjee dan Nath 2003). Perkembangan membutuhkan suatu pengenalan nilai-nilai konsumen untuk membangun hubungan jangka panjang antara organisasi dengan konsumen di *Electronic-era* (Shergill dan Li 2005). Dalam transaksi ekonomi terdapat interaksi antara penjual dengan pembeli untuk memperkuat hubungan jangka panjang antara penjual dan pembeli begitu juga dalam transaksi *internet banking*, pihak bank berusaha untuk membangun dan menjaga hubungan atau ikatan jangka panjang dengan nasabahnya. Dalam *internet banking*, adanya pemisahan secara fisik antara bank dengan konsumennya

dan tidak adanya interaksi secara fisik antara konsumen dengan karyawan bank dalam *internet banking* menyebabkan situasi yang unik, sehingga kepercayaan dari konsumen adalah yang terpenting bagi bank (Mukherjee dan Nath 2003).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi kemudahan menggunakan *internet banking* berpengaruh terhadap niat nasabah bank untuk menggunakan *internet banking*?
2. Bagaimana persepsi daya guna *internet banking* berpengaruh terhadap niat nasabah bank untuk menggunakan *internet banking*?
3. Bagaimana persepsi kemudahan menggunakan *internet banking* berpengaruh terhadap persepsi daya guna *internet banking*?
4. Bagaimana pengaruh resiko menggunakan *internet banking* berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan *internet banking*?
5. Bagaimana pengaruh antara kepercayaan dalam menggunakan *internet banking* berpengaruh terhadap niat nasabah bank untuk menggunakan *internet banking*?
6. Bagaimana pengaruh antara kepercayaan menggunakan *internet banking* berpengaruh terhadap resiko menggunakan *internet banking*?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah tidak terlalu luas, maka penulis memberikan batasan sebagai berikut :

1. Jenis responden yang tidak mewakili semua bidang pekerjaan, sehingga tanggapan responden terhadap pertanyaan yang mengukur variabel ini tidak dapat digeneralisasi untuk semua nasabah bank.
2. Tidak dilakukan penelitian awal untuk menentukan validitas dari instrumen atau indikator yang digunakan dalam kuesioner, sehingga dalam proses statistic dimungkinkan ada beberapa indikator yang tidak digunakan dalam proses lebih lanjut.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

1. Pengaruh persepsi kemudahan menggunakan *internet banking* terhadap niat nasabah bank untuk menggunakan *internet banking* Bank pada perbankan swasta di Yogyakarta.
2. Pengaruh persepsi pada daya guna *internet banking* terhadap niat nasabah bank untuk menggunakan *internet banking* pada perbankan swasta di Yogyakarta.
3. Pengaruh persepsi kemudahan menggunakan *internet banking* pada persepsi daya guna *internet banking* pada perbankan swasta di Yogyakarta.
4. Pengaruh resiko menggunakan *internet banking* terhadap niat untuk menggunakan *internet banking* pada perbankan swasta di Yogyakarta.

5. Pengaruh kepercayaan dalam menggunakan *internet banking* terhadap niat nasabah bank untuk menggunakan *internet banking* pada perbankan swasta di Yogyakarta.
6. Pengaruh kepercayaan menggunakan *internet banking* terhadap resiko menggunakan *internet banking* pada perbankan swasta di Yogyakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

Secara umum penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Sedangkan secara khusus dapat memberikan manfaat :

a. Bagi Perusahaan

1. Menganalisis potensi pengembangan teknologi baru melalui niat perilaku konsumen untuk menggunakan teknologi informasi baru (tingkat adopsi teknologi informasi)
2. Memberikan informasi tentang keinginan pasar bagi pengembangan teknologi informasi kepada dunia perbankan untuk lebih memantapkan strategi operasional bank.

b. Bagi Penulis

Penulis mengharapkan untuk dapat memperoleh pengetahuan tambahan dan lebih dapat memahami teori serta kegunaannya tentang teknologi informasi perbankan.

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pembandingan hasil penelitian yang masalahnya sama dan berkaitan erat dengan permasalahan ini serta

dapat menambah pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan kepercayaan konsumen terhadap penggunaan *internet banking*.

1.6. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini disusun suatu sistematika penulisan dengan maksud untuk mempermudah pembahasan, adapun sistematika yang disajikan adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisi tentang dasar-dasar teori sebagai acuan dalam menginterpretasikan hasil dari penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang metode yang digunakan penulis untuk melakukan penelitian, mencakup tempat dan waktu penelitian, sumber data, pengambilan dan penghitungan sampel, metode pengumpulan data, metode pengujian instrumen, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA

Pada bab ini akan diuraikan mengenai desain penelitian, metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, metode pengukuran skala, metode pengujian instrumen, metode analisis data.

BAB V : PENUTUP

Berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran yang diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan.

