

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin modern seperti saat ini mendorong teknologi informasi, telekomunikasi dan internet untuk terus berkembang dan menyebabkan munculnya bisnis online. Tidak hanya itu, teknologi ini terus berkembang dengan inovasi-inovasi terbaru yang memudahkan manusia dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari, sehingga saat ini teknologi sudah menjadi bagian dari gaya hidup kita. Perkembangan teknologi informasi tersebut meliputi dari berkembangnya infrastruktur TI seperti perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), teknologi penyimpanan data (*storage*), serta teknologi komunikasi. Dengan berkembangnya teknologi banyak aspek kehidupan yang dipengaruhi, seperti aspek ekonomi dan bisnis, sosial, dan budaya.(Sulastini & Warmika, 2014)

Sektor yang paling berpengaruh terhadap internet, teknologi dan komunikasi adalah sektor ekonomi dan bisnis dalam *e-commerce*. Menurut Laudon dan Laudon, 1998 dalam (Heru, 2015) *e-commerce* atau disebut juga perdagangan elektronik merupakan sebuah aktivitas jual-beli yang dilakukan secara online dengan menggunakan sistem elektronik seperti internet ataupun jaringan komputer.

Mendukung perkembangan teknologi informasi dan penjualan online, layanan yang disediakan oleh pihak perbakan juga mengalami evolusi. semua

bank di Indonesia menyediakan layanan e-Banking untuk para nasabahnya. Menurut Tampubolon, 2009 dalam (Indah, 2016). *Electronic banking* merupakan salah satu jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan. Layanan ini bertujuan meningkatkan efisiensi kegiatan operasional dan mutu pelayanan bank kepada nasabahnya. Oleh karena itu, Saat ini bank-bank yang ada di Indonesia cenderung menginvestasikan dananya untuk pengembangan teknologi. Hal ini dapat dilihat dari data OJK yang mencatat bahwa investasi bank-bank di Indonesia untuk teknologi meningkat menjadi Rp 7,74 triliun per September 2018 dari yang sebelumnya hanya Rp 6,06 triliun per September 2016. (Kamalina, 2018)

E-banking yang dibuat oleh bank untuk memudahkan kita dalam melakukan transaksi karena dilakukan menggunakan media elektronik yang disambungkan dengan jaringan internet untuk dapat mengaksesnya. Menurut Tampubolon, 2009 dalam (Indah, 2016), e-banking terdiri dari ATM, Phone Banking, internet banking, sms banking dan mobile banking. Dalam perkembangannya, e-banking dipertimbangkan menjadi suatu strategi yang nantinya dapat meningkatkan efisiensi, efektifitas dan produktifitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih baik, karena e-banking ini memudahkan penggunaanya dalam melakukan transaksi *online* dimana para pengguna dapat melakukan pembayaran atau transaksi apapun seperti mengecek saldo, pembelian dan jika kita mempunyai deposito juga dapat dilihat tanpa harus pergi keluar rumah, sehingga dapat menghemat waktu.

Berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah pengguna *e-banking* meningkatkan sebesar 270%, dari 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016. Jumlah ini meningkat seiring adanya perubahan perilaku dan kebutuhan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk melakukan aktivitas perbankan. Sementara untuk frekuensi transaksi pengguna *e-banking* meningkat 169%, dari 150,8 juta transaksi pada tahun 2012 menjadi 405,4 juta transaksi pada tahun 2016.(Putra, 2017)

Dibandingkan layanan *e-banking* lainnya, perkembangan Mobile Banking (M-Banking) terbilang paling cepat. Perkembangan ini hadir karena layanan M-Banking mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang sangat mengedepankan kecepatan mobilitas. Dengan satu sentuhan, M-Banking menciptakan kemudahan layanan perbankan yang terbilang cukup kompleks. Meningkatnya transaksi melalui elektronik, berdampak pada penurunan jumlah transaksi yang dilakukan nasabah secara offline. Hal ini menunjukkan adanya perubahan perilaku dan kebiasaan nasabah yang mulai mengarah kepada transaksi *e-banking* melalui perangkat digital yang memberikan kemudahan bagi nasabah.(OJK, 2016)

Dalam memberikan kemudahan serta kenyamanan kepada pelanggan, Pihak perbankan ataupun pihak lainnya melakukan kerjasama bisnis dengan pelaku bisnis online untuk menawarkan berbagai macam sistem ataupun kebijakan seperti sistem verifikasi bukti serta otorisasi yang dilakukan pihak perbankan dengan pelaku bisnis agar dapat memudahkan pelanggan dan tidak

perlu memberikan bukti tranfer lagi (Kalakota & Whiston, 1997 dalam Winingsih,2017)

Perkembangan Teknologi yang sangat maju seperti saat ini, mendukung pola hidup konsumtif pada masyarakat karena saat ini hampir semua orang dapat mengakses internet dan berbelanja online. Semua barang kebutuhan dijual dengan lengkap, Selain itu harga yang ditawarkan oleh bisnis online biasanya lebih murah daripada harga ditoko karena adanya pemotongan biaya sewa stand dan SPG sehingga mendorong kita untuk belanja, ditambah dengan banyaknya iklan pada media online ini terkadang membuat konsumen membeli barang yang tidak dibutuhkan. Sistem pemasaran saat ini mayoritas dilakukan secara *online* dengan *e-commerce* yang berbentuk media sosial seperti instagram, twitter, facebook melalui beberapa influencer ataupun selebgram. Sistem pembayarannya pun dapat dilakukan secara elektronik atau *online* tanpa perlu keluar rumah.

Konsumtivisme adalah pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh keinginan untuk memenuhi kesenangan (Grinder, 1978 dalam Rosyid, 1997). Penelitian ini menggunakan konsumtivisme sebagai variabel dependen karena pada era globalisasi saat ini semakin berkembang bisnis online dan didukung oleh proses pembayarannya yang mudah sehingga cenderung mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan pembelian. Konsumtivisme merupakan sebuah gaya hidup seseorang yang mempunyai keinginan membeli ataupun menggunakan barang secara berlebihan, tanpa memikirkan kebutuhan atau manfaatnya sehingga mengakibatkan pemborosan.

Penelitian ini menggunakan penggunaan e-banking sebagai variabel intervening karena dengan berbagai kemudahan dan manfaat yang diberikan oleh e-banking dapat mempengaruhi penggunaan dan keputusan pembelian. Penggunaan e-banking sendiri dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti yang digunakan dalam penelitian ini sebagai variabel independen yaitu, ketersediaan fitur, kualitas layanan, kepercayaan, dan pengaruh sosial yang sesuai dengan teori TAM. TAM merupakan suatu teori yang menjelaskan mengenai penerimaan teknologi.

Ketersediaan fitur dipilih karena kelengkapan fitur merupakan hal yang sangat dipertimbangkan dalam melakukan transaksi maya karena jarak, kemampuan teknologi dalam memfasilitasi transaksi dan layanan yang tidak bertatap muka dengan teller. Kualitas layanan dipilih karena saat ini para perusahaan jasa berlomba-lomba menawarkan pelayanan yang beragam dan terbaik untuk meningkatkan nilai kegunaannya. Kepercayaan dipilih karena menggunakan layanan e-banking tidak berarti bahwa bebas dari risiko, pada dasarnya transaksi e-banking semakin meninggalkan transaksi berwujud fisik dan mengedepankan transaksi yang semakin fana. Pengaruh sosial dipilih karena sebagai makhluk sosial pengambilan keputusan dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang menggunakan sistem pembayaran e-Banking karena mahasiswa saat ini merupakan mahasiswa milenial yang mengutamakan teknologi untuk membantu aktivitasnya, dan lingkungan terdekat untuk melakukan

penelitian ini adalah mahasiswa FE UII. Penelitian ini meneliti Pengaruh ketersediaan fitur, kualitas layanan, kepercayaan dan pengaruh sosial dalam penggunaan *e-banking* terhadap konsumtivisme.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah yang ada pada penelitian ini adalah:

1. Apakah ketersediaan ketersediaan fitur berpengaruh terhadap penggunaan *e-banking*?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap penggunaan *e-banking*?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *e-banking*?
4. Apakah pengaruh sosial berpengaruh terhadap penggunaan *e-banking*?
5. Apakah penggunaan *e-banking* mempengaruhi Konsumtivisme?

1.3. Tujuan penelitian

Tujuan Penelitian pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh ketersediaan fitur terhadap penggunaan *e-banking*
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap penggunaan *e-banking*
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan *e-banking*
4. Untuk mengetahui pengaruh sosial terhadap penggunaan *e-banking*
5. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-banking* terhadap Konsumtivisme

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teori

Hasil penelitian tentang penggunaan sistem pembayaran e-Banking yang berpengaruh terhadap konsumtivisme, sehingga diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan pengembangan pada faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-banking* terhadap konsumtivisme.

2. Manfaat Praktek

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dalam upaya meningkatkan kinerja. Selanjutnya untuk para nasabah dengan kemudahan yang telah diberikan diharapkan dapat mengatur pengeluarannya dengan baik.

1.5. Sistematika Penulisan

Skripsi ini disajikan dalam 5 (lima) bab, dimana setiap bab akan disusun secara sistematis sehingga dapat memudahkan untuk memahami hubungan antara satu bab dengan bab lainnya. Adapun sistematika yang dimaksud adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori yang didapat dari literatur-literatur untuk mendasari tiap-tiap variabel, serta bahasan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis. Dalam bab ini diterangkan pula kerangka pemikiran dan hipotesis yang akan diuji.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang deskripsi operasional variabel-variabel penelitian, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objektif penelitian, analisis data, interpretasi hasil dan pendapat terhadap hasil penelitian

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya serta implikasinya dan saran-saran yang diberikan kepada berbagai pihak yang berkepentingan atas hasil penelitian. bagian ini juga menjelaskan mengenai keterbatasan penelitian.