

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

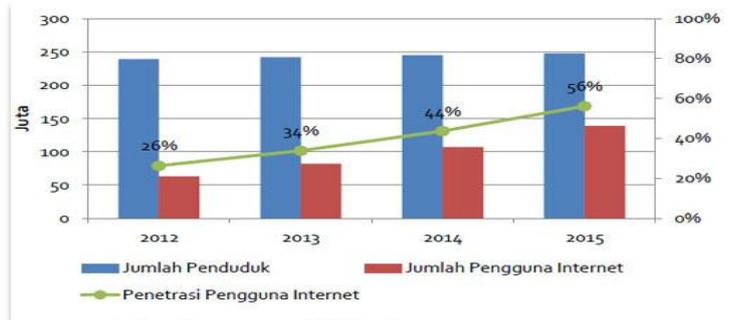
Pada era globalisasi ini Indonesia telah mengalami perkembangan ekonomi dan teknologi yang pesat. Teknologi informasi sudah merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting, bahkan sebagai tuntutan yang mendesak bagi setiap orang untuk menyelesaikan semua permasalahan dengan cepat serta meringankan semua pekerjaannya. Seiring dengan situasi seperti ini, perkembangan teknologi informasi terutama peranan komputer mendapatkan perhatian yang sangat serius. Teknologi informasi ini memberi dampak luar biasa dalam dunia perbankan saat ini. Akhir-akhir ini banyak sekali perubahan pada teknologi informasi, demikian juga di bidang telekomunikasi, kebanyakan disebabkan karena adanya desakan dan dahsyatnya kompetisi di dunia perbankan saat ini. Perkembangan teknologi ini semakin hari semakin pesat, akan tetapi apakah kita siap atau tidak dalam mengikuti perkembangan teknologi tersebut (Hikmah, 2012).

Dalam dunia perbankan, kemajuan sistem teknologi informasi mendorong bank untuk mengikuti arus perubahan. Bank mengembangkan layanan - layanannya dengan berbagai cara dan inovasi, seperti slogan layanan yang aman dan terpercaya, tetapi juga dapat memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Salah satu layanan yang dimiliki dan dikembangkan oleh perbankan yaitu *internet banking*. *Internet banking*,

pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perbankan antara pihak bank dan nasabah dengan menggunakan media internet dan media elektronik.

Bank menyediakan fasilitas *internet banking* untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. *Internet banking* memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa harus mengantri di kantor – kantor bank atau ATM. *Internet banking* memudahkan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui *internet* dengan *website* milik bank yang dilengkapi sistem keamanan. Penyelenggaraan *internet banking* merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan servis cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat, serta dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, komputer, laptop, dan sebagainya.

Jumlah penggunaan *internet banking* semakin tahun semakin meningkat seperti dijelaskan dalam grafik dibawah ini:



Sumber : *sharingvision*, 2013

Gambar 1.1

Jumlah Penggunaan *Internet Banking*

Menurut *sharingvision* pada enam bank besar di Indonesia. Pada tahun 2015 jumlah penggunaan *internet banking* mencapai 147 juta. Jadi, perkiraan angkanya akan bertambah terus seiring pertumbuhan *internet banking*. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), terdapat dua transaksi yang dilakukan penggunaan internet di Indonesia melalui *internet banking*, Yang pertama adalah informasi saldo sekitar 80,2 % dan yang kedua adalah transfer dana sekitar 63%. Bagi pengguna internet di Indonesia aktivitas *internet banking* ini kebanyakan dilakukan melalui aplikasi *mobile banking* sekitar 56,6 %.

Penelitian tentang minat seseorang dalam penggunaan sistem sudah banyak dilakukan peneliti sebelumnya. Davis et al. (1989) mengemukakan bahwa adanya manfaat yang dirasakan oleh pemakai teknologi informasi akan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan teknologi informasi. Sedangkan Thompson et al, (1991) menyatakan bahwa keyakinan seseorang akan kegunaan teknologi informasi akan meningkatkan minat mereka dan pada akhirnya individu tersebut akan menggunakan teknologi informasi dalam pekerjaannya.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami (Davis, 1988). Sikap pada penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu produk. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu produk ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya.

Persepsi manfaat dapat berupa kemanfaatan dengan estimasi faktor, seperti membuat pekerjaan lebih mudah, bermanfaat, meningkatkan produktivitas, mendorong efektivitas, dan meningkatkan kinerja. Dalam konteks *internet banking*, persepsi manfaat dapat diartikan sebagai manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh nasabah dalam melaksanakan tugas atau pekerjaannya. Oleh karena itu, besarnya manfaat *internet banking* mempengaruhi sikap nasabah dalam menggunakan sistem tersebut. (Almuntaha, 2008).

Kepercayaan akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya (Morgan dan Hunt, 1994). Karena itu semakin nasabah dapat percaya pada layanan *internet banking* maka semakin sering nasabah akan menggunakannya, begitu pula sebaliknya semakin nasabah kurang percaya pada layanan *internet banking* maka semakin enggan nasabah untuk menggunakannya.

Abdullah dan Majid (2003) menekankan peranan penting religiusitas dalam membentuk perilaku menabung. Sementara itu,

penelitian yang dilakukan oleh Muafi menunjukkan bahwa motivasi spiritual, yang meliputi motivasi aqidah, motivasi ibadah dan motivasi mu'amalah memiliki pengaruh positif terhadap kinerja religius karyawan di kawasan industri runkut Surabaya. Terdapat kontribusi yang besar tentang pentingnya dimensi spiritual pada psikis seseorang dalam bekerja dan secara signifikan berpengaruh terhadap peningkatan kinerjanya. Di Jepang, terkenal memiliki sikap religiusitas dan etos kerja yang terkenal dengan *Budhisme Zen*. Di Amerika Serikat, sebagian masyarakatnya mulai percayabawa Tuhan adalah kekuatan spiritual yang positif dan aktif. Penelitian yang dilakukan oleh Madlin, sebagaimana dikemukakan oleh Ghazali terhadap 512 manajer dan pemilik perusahaan di Amerika Serikat menunjukkan bahwa tingkat religiusitas mempunyai peran penting di dalam membentuk persepsi dan sikap karyawan maupun pemilik bisnis di Amerika Serikat.

Beberapa penelitian di atas menunjukkan bahwa motivasi spiritual seseorang memiliki peranan penting dalam membentuk sikap dan perilaku manusia. Konsep motivasi spiritual ini dapat digunakan secara ekstensif dalam memprediksi perilaku individual yang beragam, seperti etos kerja, sikap kerja, kinerja, perilaku ekonomi dan perilaku menabung. Dengan demikian, konsep motivasi spiritual ini juga dapat digunakan untuk memberikan penjelasan yang lebih *feasible* terhadap perilaku nasabah bank dalam menerima produk jasa berbasis teknologi informasi (TI). Logikanya seseorang yang memiliki motivasi spiritual yang tinggi akan

mempertimbangkan dimensi spiritual dalam menggunakan produk jasa berbasis TI. Dengan demikian, motivasi spiritual diprediksi sebagai variabel yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa Universitas Islam Indonesia (UII) menggunakan *internet banking* karena mahasiswa UII tingkat religiusnya lebih tinggi.

Universitas Islam Indonesia (UII) titik tujuan dalam pendidikan tidaklah cukup melalui disiplin-disiplin akademik dalam arti perkuliahan semata, tetapi mahasiswa Universitas Islam Indonesia memiliki visi sebagai rahmatan lil'alam, memiliki komitmen pada kesempurnaan (keunggulan), risalah Islamiyah, di bidang pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan dakwah, setingkat universitas yang berkualitas di negara-negara maju.

Dengan Demikian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian kepada mahasiswa UII. Tidak dipungkiri bahwa mahasiswa merupakan salah satu golongan yang sebagian besar menggunakan jasa perbankan dalam hal ini termasuk mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Hal ini dikarenakan sebagian besar mahasiswa berasal dari luar daerah dan secara rutin akan melakukan transaksi keuangan melalui bank. Selain itu mahasiswa tingkat melek teknologi lebih mampu. Walaupun banyak manfaat yang diperoleh dari penggunaan *internet banking*, fasilitas perbankan ini belum dimanfaatkan secara maksimal oleh mahasiswa. Masih banyak mahasiswa yang belum berniat menggunakan *internet banking* untuk aktivitas sehari-hari. Mereka Hanya menggunakan untuk

cek saldo dan tarik tunai melalui ATM. Keenganaan mahasiswa ini dikarenakan takut untuk melakukan transaksi seperti transfer uang melalui *internet banking* atau transaksi lainnya akan mengalami masalah atau kegagalan.

Dari beberapa penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “**Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa UII Menggunakan Internet Banking**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan yang akan menjadi pokok pembahasan yaitu:

1. Apakah motivasi spritual berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*?
3. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan mahasiswa menggunakan *internet banking*?
4. Apakah persepsi sistem teknologi informasi berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan mahasiswa menggunakan *internet banking*?
5. Apakah persepsi sistem teknologi informasi terhadap persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking*?

6. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*?
7. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap persepsi manfaat menggunakan *internet banking* ?

1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh motivasi spritual terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kepercayaan terhadap persepsi kemudahan penggunaan mahasiswa menggunakan *internet banking*.
4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi sistem teknologi informasi terhadap persepsi kemudahan penggunaan mahasiswa menggunakan *internet banking*.
5. Untuk menganalisis pengaruh persepsi sistem teknologi informasi terhadap persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking*.
6. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*.

7. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat menggunakan *internet banking*.

1.3.2 Kegunaan Peneliti

Kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi pihak lain

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi, bahan pembimbing dan bahan informasi untuk penelitian lebih lanjut berkaitan dengan model perilaku mahasiswa terhadap penerimaan internet banking.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana menambah wawasan dan pengetahuan serta penerapan ilmu yang sebelumnya sudah diperoleh pada saat kuliah.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi landasan teori, hubungan antar variabel, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis yang mendukung penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab III ini akan diuraikan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Dalam bab ini dijelaskan mengenai deskripsi obyek penelitian, gambaran umum responden, analisis data dan pembahasannya.

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil pembahasan penelitiandan saran-saran penelitian.

