

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya (Kasmir, 2008:11). *Internet banking* adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet (Maharsi dan Fenny, 2006). Jumlah total rekening bank di Indonesia sekitar 163,59 juta akun rekening dari sekitar 60 juta orang dari total populasi penduduk di Indonesia yang berkisar 250 juta jiwa dengan asumsi setiap orang lebih dominan memiliki dua akun rekening bank (Bisnis.com, 2015).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Teknologi memiliki peran penting pada pasar saat ini. Beragam inovasi teknologi secara signifikan mengubah cara layanan jasa diberikan kepada konsumen pada berbagai sektor pasar (Bitner *et al.*, 2000; dalam Guerrero *et al.*, 2005). Perubahan ini dibuktikan pada sektor perbankan yang mana ditandai dengan integrasi progresif dengan layanan yang berhubungan dengan internet (Guerrero *et al.*, 2005). Reaksi terhadap perubahan teknologi dilakukan bank dengan memperluas layanan jasa yang ditawarkan kepada konsumen dan meningkatkan ketergantungan layanan terhadap teknologi (Al-Smadi dan Al-Wabel, 2011; dalam Al-Smadi, 2015).

Bank mengembangkan layanan-layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup (Irmadhani dan Nugroho, 2012). Untuk menunjang keberhasilan operasional sebuah lembaga keuangan atau

perbankan seperti bank, sudah pasti diperlukan sistem informasi yang handal yang dapat diakses dengan mudah oleh nasabahnya, yang pada akhirnya akan bergantung pada teknologi informasi online atau sering disebut dengan *Internet banking*. *Internet banking* merupakan suatu cara untuk melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan jaringan internet yang memudahkan nasabah untuk bertransaksi (Tjini dan Baridwan, 2013). Bank telah menggunakan internet sebagai salah satu kanal distribusi jasa karena layanan jasa *Internet banking* menguntungkan kedua pihak yaitu bank itu sendiri dan konsumen dari bank. *Internet banking* telah menjadi kanal distribusi jasa yang paling menguntungkan bagi bank karena dapat menghemat biaya operasional dan juga memberi kemudahan bagi konsumen untuk melakukan transaksi bank atau menghubungi pihak bank secara cepat, kapanpun dan dimanapun (Nasri, 2011).

Penerapan layanan *Internet banking* di Indonesia telah dimulai sejak tahun 1998 dimana Bank Internasional Indonesia (BII) menjadi bank pertama di Indonesia yang menerapkan sistem informasi *Internet banking*. Kemudian penerapan *Internet banking* tersebut juga dilakukan oleh Bank Niaga pada tahun 2000, Bank Central Asia dan Bank Bukopin pada tahun 2001, Bank Mandiri pada tahun 2003, Bank Permata pada tahun 2005, Bank Negara Indonesia pada tahun 2007, Bank Danamon pada tahun 2008, Bank Rakyat Indonesia pada tahun 2009, dan yang terakhir Bank Mega pada tahun 2010 (Gunawan, 2014). Berikut Tabel 1.1 yang berisi daftar bank di Indonesia yang sudah menerapkan *Internet banking*:

Tabel 1.1 Bank dengan *Internet Banking* di Indonesia

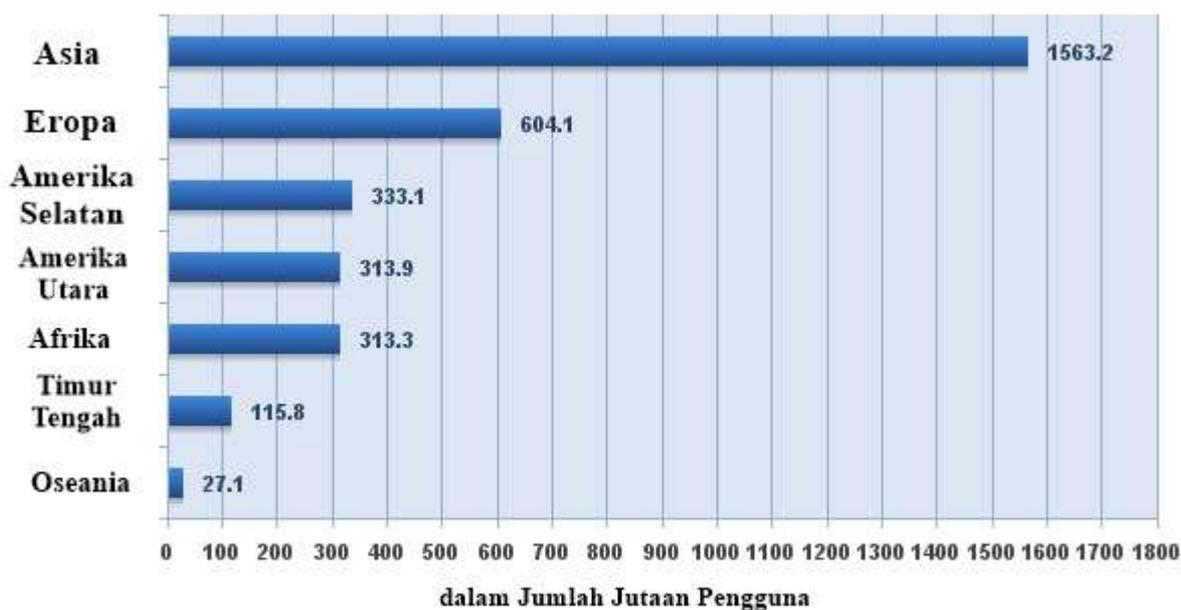
No.	Nama Bank	Situs <i>Internet Banking</i>	Tahun Penerapan
1.	Bank Internasional Indonesia	https://www.bankbii.com/	1998
2.	Bank Niaga	https://secure.bank2home.com/ib-	2000

No.	Nama Bank	Situs <i>Internet Banking</i>	Tahun Penerapan
		niaga/Login.html	
3.	Bank Central Asia	https://secure.bank2home.com/appbukopin/login.jsp	2001
4.	Bank Bukopin	https://ibank.klikbca.com/	2001
5.	Bank Mandiri	https://ib.bankmandiri.co.id/	2003
6.	Bank Permata	https://www.permatanet.com/	2005
7.	Bank Negara Indonesia	https://ibank.bni.co.id/	2007
8.	Bank Danamon	https://www.danamonline.com/	2008
9.	Bank Rakyat Indonesia	https://ib.bri.co.id/ib-bri/Login.html	2009
10.	Bank Mega	https://ibank.bankmega.com/business/common2/login.do?action=loginRequest	2010

Sumber: Gunawan (2014) & Situs internet banking masing-masing bank

Data yang ditampilkan pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa terdapat sepuluh bank di Indonesia yang telah menerapkan *Internet banking* di Indonesia dalam rentang waktu dari tahun 1998 sampai dengan 2010 dengan Bank Internasional Indonesia sebagai bank yang pertama kali mengimplementasikan penggunaan layanan *internet banking* di Indonesia disusul dengan sembilan bank lainnya dengan Bank Mega menjadi yang terbaru dalam menerapkan layanan *internet banking*.

Terkait jumlah pengguna internet di dunia, berdasarkan data yang dirilis *Internetworldstats.com* (2015) memberikan penggambaran bahwa pada area benua Asia terdapat jumlah pengguna internet yang paling banyak sehingga menjadikan Asia sebagai benua dengan jumlah pengguna internet terbesar di dunia dengan total jumlah pengguna yang perbedaannya sangat signifikan yang dapat dilihat dengan perbandingan jumlah pengguna dengan benua lain pada Gambar 1.1:

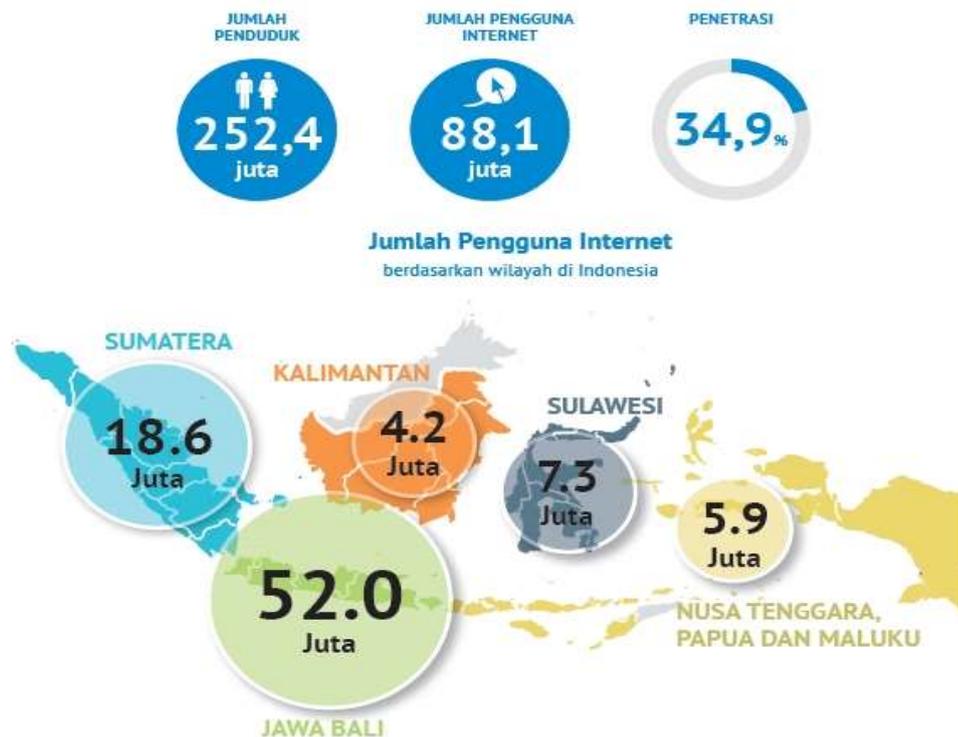


Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet Dunia Berdasarkan Geografis

Sumber: Internetworldstats.com (2015)

Jumlah pengguna internet dunia di benua Asia menjadi yang paling besar sebanyak 1563,2 juta orang mengungguli benua Eropa dengan jumlah 604,1 juta dan 333,1 juta pengguna internet di benua Amerika Selatan di peringkat tiga dunia. Asia menjadi penyumbang pengguna *internet* terbesar dunia hingga sekitar 47% dari total seluruh pengguna internet dunia. Selanjutnya terkait jumlah pengguna internet di Indonesia menurut *Internetworldstats.com* (2015) bahwa indonesia memiliki proporsi sebesar 4,7% dari total pengguna internet di Asia.

Data pengguna internet di Indonesia yang dirilis pada akhir tahun 2014 oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menunjukkan hasil pada riset nasional di Indonesia tersebut merilis data jumlah pengguna internet di Indonesia yaitu sebesar 88,1 juta orang dengan tingkat penetrasi atau tingkat penggunaan dibandingkan populasi penduduk yaitu sebesar 34,9% penduduk Indonesia sudah menggunakan internet dan pada peta persebaran wilayah penggunaan internet di Indonesia menempatkan wilayah pulau Jawa-Bali sebagai wilayah dengan



jumlah pengguna internet terbesar di Indonesia yang datanya dapat dilihat pada Gambar 1.2:

Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Berdasarkan Geografis

Sumber: APJII (2014)

Gambar 1.2 merupakan data hasil survey APJII mengenai peta persebaran pengguna internet di Indonesia dimana mayoritas pengguna internet di Indonesia berada di pulau Jawa-Bali dan pulau Sumatera. Terkait dengan jumlah pengguna *internet banking* di Indonesia, tingkat penggunaannya masih rendah yang dapat dilihat pada tabel 1.2

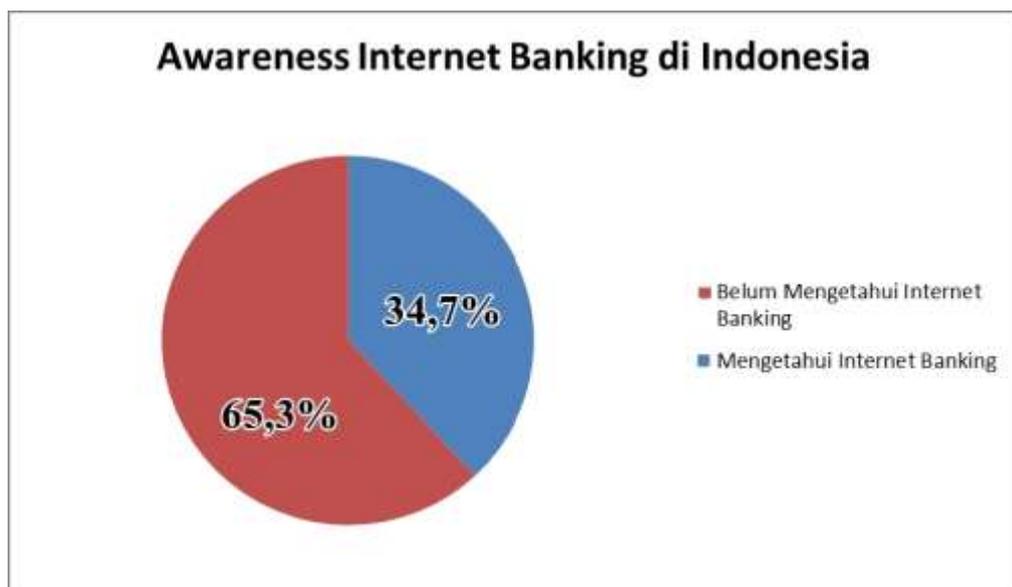
Tabel 1.2 Persentase Penggunaan *Internet Banking* pada 5 Bank Terbesar di Indonesia

No	Nama Bank	Jumlah Nasabah	Pengguna <i>Internet banking</i>	Persentase Penggunaan
1	BRI	49 juta	2,1 juta	4,2 %
2	BNI	18,9 juta	618.000	4,5 %
3	Bank Mandiri	15,7 juta	1,2 juta	7,6 %

No	Nama Bank	Jumlah Nasabah	Pengguna <i>Internet banking</i>	Persentase Penggunaan
4	BCA	13 juta	4,5 juta	34,6 %
5	CIMB Niaga	3 juta	1,01 juta	33,6 %

Sumber: Laporan tahunan Bank BRI, BNI, Mandiri, BCA dan CIMB Niaga (2014)

Tabel 1.2 menunjukkan data persentase penggunaan *internet banking* pada lima bank terbesar di Indonesia yang menunjukkan masih rendahnya penggunaan *internet banking* di Indonesia. Mengenai *awareness* atau tingkat kesadaran masyarakat Indonesia terhadap layanan *Internet banking*, Lembaga *survey* MARS Indonesia mengungkapkan hasil *survey*nya yang dilakukan pada 1.710 nasabah di 5 kota (Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan) yang dipilih karena merupakan kota besar yang dapat mewakili Indonesia dan hasil yang didapatkan dari *survey* menyatakan bahwa sebanyak 34,7% responden menyatakan *aware* atau mengetahui akan adanya layanan *Internet banking* (Marsindonesia, 2013) yang datanya dapat dilihat pada Gambar 1.3 :

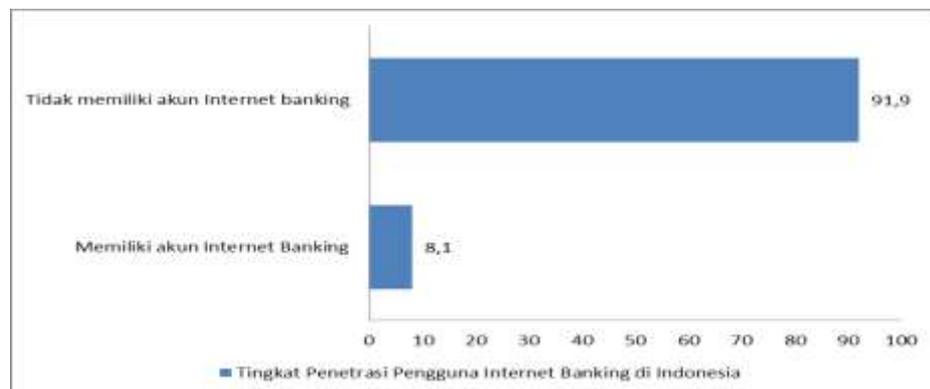


Gambar 1.3 Awareness terhadap Internet Banking di Indonesia

Sumber: Marsindonesia.com (2013)

Gambar 1.3 menjelaskan tentang *Awareness* terhadap internet *banking* di Indonesia. Data yang tertera menunjukkan bahwa masyarakat yang mengetahui *internet banking* di Indonesia sebanyak 34,7%. Sedangkan masyarakat yang belum mengetahui internet *banking* sebanyak 65,3%.

Survey tingkat *awareness internet banking* yang mendapatkan hasil hingga 34,7% *aware* tidak sebanding tingkat penetrasinya atau penggunaan layanan yang hanya mencapai 8,1%. Masih ada 91,9% nasabah yang belum menggunakan atau memiliki akun internet banking (Marsindonesia, 2013) dilihat pada Gambar 1.4:



Gambar 1.4 Penetrasi Internet Banking di Indonesia

Sumber: Marsindonesia.com (2013)

Rendahnya tingkat penetrasi penggunaan internet banking pada nasabah bank di Indonesia ditunjukkan pada Gambar 1.4 dimana hanya sekitar 8.1% nasabah bank yang menggunakan *internet banking* menggambarkan bahwa konsumen tidak cepat dalam merubah preferensi layanan bank mereka terhadap layanan baru. *Internet banking* sebagai layanan jasa perbankan baru tidak secara langsung menggantikan layanan tradisional bank atau layanan non elektronik. Internet Banking masih belum merata dan terdapat hambatan dalam mengadopsi layanan tersebut (Hojjati *et al.*, 2015). Faktor penghambat dalam perubahan preferensi konsumen terdapat pada model teori *Consumer Resistance to innovation* oleh Ram dan Sheth. *Consumer Resistance to innovation* atau Resistansi konsumen terhadap inovasi merupakan respon yang biasa bagi konsumen

karena inovasi membutuhkan perubahan pada kebiasaan dan praktek dalam menggunakan layanan (Ram dan Sheth, 1989; dalam Laukkanen *et al.*, 2007). Resistansi konsumen terhadap inovasi telah dijelaskan dengan beberapa hambatan yang berbeda yang nantinya akan menghambat atau bahkan mencegah adopsi inovasi (Laukkanen *et al.*, 2007)

Seluruh nasabah tidak bereaksi sama terhadap hambatan-hambatan yang ada dan terdapat kelompok nasabah yang tidak ataupun akan menggunakan namun belum mengadopsi internet banking (Brahim, 2015). Perbedaan perilaku konsumen dapat diidentifikasi pada non pengguna itu sendiri dan tidak antara pengguna dan non pengguna (Lee *et al.*, 2005; dalam Brahim, 2015). Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Laukkanen *et al.* (2007) meneliti tentang pengelompokan nasabah yang belum menggunakan *internet banking* dengan menggunakan teori dari Ram dan Sheth yaitu Resistansi konsumen terhadap inovasi yang terdiri dari *Functional Barriers* atau hambatan fungsional dan *Psychological Barriers* atau hambatan psikologis pada nasabah yang belum menggunakan *internet banking* di Finlandia yang hasilnya mengelompokkan nasabah yang belum menggunakan *internet banking* di Finlandia menjadi dua kelompok dan terdapat perbedaan antar kelompok yang mana kelompok pertama nasabah yang nantinya akan menggunakan *internet banking* dan kelompok kedua adalah nasabah yang tidak berminat menggunakan layanan jasa *internet banking*.

Berdasarkan data yang telah diketahui, Penggunaan internet serta tingkat awareness terhadap *internet banking* sudah cukup tinggi di Indonesia namun penetrasi atau tingkat penggunaan layanan *internet banking* masih sangat rendah. Masalah ini membuat perusahaan perbankan harus mengetahui kelompok konsumen berdasarkan hambatan dalam menerapkan penggunaan *internet banking* untuk melakukan pendekatan berbeda kepada nasabah bank yang belum menggunakan *internet banking*. Maka dari itu dilakukan penelitian dengan judul, “Analisis kelompok

nasabah yang belum menggunakan *Internet Banking* dengan pendekatan resistansi konsumen terhadap inovasi di Indonesia”

1.3 Perumusan Masalah

Layanan *Internet Banking* pada dasarnya memberikan kemudahan bagi seluruh nasabah dalam melakukan transaksi perbankan dengan dapat diakses dari mana saja namun pengguna *Internet Banking* masih rendah jika dibandingkan dengan pengguna internet di Indonesia dan dapat dilihat dari tingkat *awareness* masyarakat Indonesia terhadap *internet banking* yang sudah lumayan tinggi namun penetrasi penggunaannya masih rendah. Nasabah bank yang belum menggunakan *internet banking* belum diketahui kelompok jenis nasabahnya, pengelompokan nasabah dilakukan untuk melihat kelompok-kelompok yang ada pada nasabah yang belum menggunakan *internet banking* dilihat dari hambatan yang dialami untuk menggunakan *Internet banking* agar dapat memberikan pandangan bagi industri perbankan untuk meningkatkan penggunaan *internet banking*.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari *literature review* yang telah dilakukan diketahui bahwa untuk mengungkapkan kelompok konsumen dapat dilakukan dengan analisis *Two-Step Cluster* dan untuk mengukur hambatan penggunaan inovasi konsumen dapat menggunakan variabel teori dari penelitian Laukkanen *et al.*(2007) tentang resistansi konsumen terhadap inovasi. Maka pertanyaan penelitian menjadi sebagai berikut :

- 1) Bagaimana pengelompokan nasabah bank yang belum menggunakan *internet banking* di Indonesia berdasarkan teori resistansi konsumen terhadap inovasi?
- 2) Bagaimana profil kelompok nasabah bank yang belum menggunakan *internet banking* di Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengungkapkan kelompok nasabah bank yang belum menggunakan *internet banking* di Indonesia berdasarkan teori resistansi konsumen terhadap inovasi.
- 2) Mengetahui profil nasabah bank yang belum menggunakan *internet banking* di Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian dari pengelompokan nasabah yang belum menggunakan *internet banking* ini diharapkan dapat memberikan informasi penting bagi industri perbankan mengenai adanya kelompok-kelompok nasabah yang belum menggunakan *internet banking* sehingga perusahaan perbankan dapat melakukan pendekatan yang sesuai bagi tiap kelompok nasabah agar secara tepat menarik nasabah untuk menggunakan *internet banking*.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang ruang lingkup penelitian yang mana akan menjadi batasan dari penelitian. Penelitian ini dikhususkan untuk meneliti salah satu layanan pada industri perbankan yaitu *internet banking* dengan tujuan mengelompokkan nasabah yang belum menggunakan *internet banking*.

Pada penelitian ini menggunakan populasi dari seluruh nasabah bank yang ada di Indonesia dan menggunakan sampel nasabah yang belum menggunakan *internet banking*.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penelitian ini menggunakan sistematika penulisan yang akan dijabarkan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I berisi penjelasan secara umum mengenai objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II menguraikan dengan jelas mengenai landasan teori yang akan digunakan pada penelitian, acuan penelitian terdahulu, kerangka penelitian serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III menjelaskan tentang karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, validitas dan reliabilitas serta teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV menguraikan mengenai karakteristik responden, hasil penelitian, serta pembahasan hasil penelitian secara sistematis dan kronologis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan disertai saran.