

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini sangat meningkat dengan pesat dalam industri perbankan. Secara umum layanan perbankan ini sangat membantu nasabah dalam melakukan berbagai transaksi keuangan, salah satunya adalah *E-Banking*. *E-Banking* yang juga dikenal dengan istilah *Internet Banking* ini adalah kegiatan melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui Internet dengan Website milik Bank yang dilengkapi sistem keamanan. Adapun tujuan *E-Banking* bagi nasabah yaitu : mempermudah nasabah dalam bertransaksi perbankan, karena dengan *E-Banking* akses perbankan dapat dilakukan di komputer pribadi ataupun *smartphone* nasabah itu sendiri tanpa membuang-buang waktu untuk datang dan mengisi formulir di kantor cabang. Dalam penggunaan sehari-hari layanan *E-Banking* dapat meningkatkan kepuasan nasabah apabila diterapkan sesuai dengan tujuan dari *E-Banking* itu sendiri. Kepuasan nasabah adalah sebuah pengukuran umum yang digunakan untuk mengukur kesuksesan dari implementasi sebuah sistem informasi. Layanan *E-Banking* sudah banyak diterapkan oleh beberapa bank yang ada di Indonesia salah satunya adalah Bank Mandiri.

Bank Mandiri didirikan pada 2 Oktober 1998, sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank pemerintah -- yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia -- dilebur menjadi Bank Mandiri, dimana masing-masing bank tersebut memiliki peran yang tak terpisahkan dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Sampai dengan hari ini, Bank Mandiri meneruskan tradisi selama lebih dari 140 tahun memberikan kontribusi dalam dunia perbankan dan perekonomian Indonesia [1].

Pada Bank Mandiri Stabat saat ini mempunyai nasabah lebih kurang 6.000 orang, 80% diantaranya menggunakan layanan *E-Banking* Bank Mandiri [2]. *E-Banking* Bank Mandiri terbagi atas 4 bagian yaitu : ATM (*Automated Teller Machine*), *SMS Banking*, *Internet Banking*, dan *Mandiri Call* [2]. Fokus penelitian

ini adalah *Internet Banking*. Adapun masalah yang sering dirasakan para nasabah Bank Mandiri dalam menggunakan layanan *Internet Banking* adalah seringnya terjadi *offline server* dalam penggunaan *Internet Banking* sehingga mengurangi minat nasabah dalam penggunaan sistem tersebut. Berdasarkan masalah tersebut, peneliti tertarik untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *E-Banking* yang diterapkan pada Bank Mandiri cabang Stabat. Untuk mengukur tingkat teknologi penerimaan sebuah sistem dibutuhkan sebuah model yang tepat, yaitu menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). Model ini menggunakan 5 variabel dalam mengukur teknologi penerimaan suatu sistem. Ke 5 variabel tersebut adalah Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*), Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*), Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*), Minat Pengguna (*Behaviour Intention*), dan Penggunaan Nyata (*Actual Use*).

Dari penelitian yang pernah dilakukan oleh Joni Hendra, Ahmad Iskandar pada tahun 2016 [3], aplikasi model TAM terhadap pengguna layanan *Internet Banking* di kantor Bank JATIM. Hasilnya menunjukkan bahwa Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh signifikan terhadap Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*), Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh signifikan terhadap Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*), Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah (*Behavioral Intention*), Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*) berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah (*Behaviour Intention*), Minat Nasabah (*Behaviour Intention*) berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Aktual (*Actual Use*).

Dari penelitian yang pernah dilakukan oleh Flourensia Spty Rahayu, Djoko Budiyanto, David Palyama pada tahun 2017 [4], analisis penerimaan *e-Learning* menggunakan metode TAM. Hasilnya menunjukkan bahwa Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh signifikan terhadap Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*), Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh signifikan terhadap Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*), Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh signifikan terhadap Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*), Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*) berpengaruh signifikan terhadap Minat perilaku (*Behaviour Intention*), Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat berperilaku (*Behavioral Intention*), Minat

Berperilaku (*Behaviour Intention*) berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Nyata (*Actual Use*).

Dari penelitian yang pernah dilakukan oleh Asriany pada tahun 2017 [5], analisis penerapan sistem keuangan menggunakan metode TAM. Hasilnya menunjukkan bahwa Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Behaviour*) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Perilaku (*Behaviour Intention*), Minat Perilaku (*Behaviour Intention*) tidak berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Nyata (*Actual Use*), Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) tidak berpengaruh signifikan terhadap Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Behaviour*), Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh positif terhadap Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*), Kemudahan (*Perceived Usefulness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Nyata (*Actual Use*), Kemudahan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh signifikan terhadap Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Behaviour*), Kemudahan (*Perceived Usefulness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat perilaku (*Behaviour Intention*).

Dengan ini peneliti tertarik untuk mengukur kembali bagaimana pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Sikap Penggunaan, Minat Nasabah dan Penggunaan Nyata di Bank Mandiri. Berdasarkan hal tersebut peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN E-BANKING PADA BANK MANDIRI CABANG STABAT”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, permasalahan yang di angkat dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan *E-banking* pada Bank Mandiri cabang Stabat dengan menggunakan model TAM, yaitu dengan cara menganalisis hubungan antar variabel yang ada dalam model.

1.3. Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup dari pembahasan diatas adalah :

1. Penelitian ini berfokus ditujukan kepada nasabah Bank Mandiri cabang Stabat, yang menggunakan *Internet Banking*.
2. Penelitian ini berfokus pada Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*), Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*), Sikap Penggunaan (*Attitude Towards Use*), Minat Nasabah (*Behavioural Intention to Use*) dan Penggunaan Nyata (*Actual Use*) Bank Mandiri cabang Stabat.
3. Fokus penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM).
4. Penelitian ini menggunakan software *SPSS for Windows Version 19.0*.

1.4. Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *E-banking* pada Bank Mandiri cabang Stabat dengan menggunakan model TAM

Manfaat dari Penelitian ini adalah :

Manfaat Teoritis:

Sebagai bahan informasi perusahaan untuk melihat pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Sikap Penggunaan, Minat Nasabah dan Penggunaan Nyata yang diterima para nasabahnya.

Manfaat Praktis:

Bisa dijadikan sebagai saran untuk penunjang perusahaan dalam mengembangkan strategi investasi untuk dapat meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan layanan *E-Banking* di masa yang akan datang.