

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil Perusahaan**

##### **1. PT Bank Rakyat Indonesia (BRI)**

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah suatu lembaga keuangan yang melayani masyarakat Indonesia dan salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja tanggal 16 Desember 1895. Serta BRI mengembangkan layanan *e-banking* yang dapat diakses melalui internet, maupun melalui layanan *e-channel*. (bri.co.id)



**Gambar 1.1 Logo Bank BRI**

*Sumber : bri.co.id*

##### **2. PT. Bank Mandiri**

Bank Mandiri merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang produk dan jasa perbankan sesuai dengan ketentuan dalam peraturan perundangan. PT Bank Mandiri Tbk didirikan pada 2 Oktober 1998 sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia. (bankmandiri.co.id)



**Gambar 1.2 Logo Bank Mandiri**

*Sumber : bankmandiri.co.id*

### **3. PT Bank Central Asia (BCA)**

Bank BCA berdiri sejak 1957 hadir di tengah masyarakat Indonesia, selama 60 tahun tidak pernah berhenti menawarkan beragam solusi perbankan yang menjawab kebutuhan finansial nasabah dari berbagai kalangan.

Melalui beragam produk dan layanan yang berkualitas dan tepat sasaran, solusi finansial BCA mendukung perencanaan keuangan pribadi dan perkembangan nasabah bisnis. Didukung jaringan antar cabang, luasnya jaringan ATM, serta jaringan perbankan elektronik lainnya. (bca.co.id)



**Gambar 1.3 Logo Bank BCA**

*Sumber: bca.co.id*

### **4. PT Bank Negara Indonesia (BNI)**

Bank BNI didirikan di Indonesia sebagai Bank sentral dengan nama “Bank Negara Indonesia” berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 tahun 1946 tanggal 5 Juli 1946. Selanjutnya, berdasarkan Undang-Undang No. 17 tahun 1968, BNI ditetapkan menjadi “Bank Negara Indonesia 1946”, dan statusnya menjadi Bank Umum Milik Negara, peran BNI sebagai Bank untuk memperbaiki ekonomi rakyat dan berpartisipasi dalam pembangunan nasional. (bni.co.id)



**Gambar 1.4 Logo Bank BNI**

*Sumber: bni.co.id*

### **5. PT Bank CIMB Niaga**

Bank CIMB Niaga adalah sebuah bank yang berdiri pada tahun 1995, saat ini CIMB Niaga memasuki kategori bank terbesar Indonesia dilihat dari sisi aset dan diakui prestasi dan keunggulannya di bidang pelayanan nasabah dan pengembangan manajemen, pada tahun 1987 CIMB Niaga membedakan dengan para pesaingnya di pasar domestic dengan menjadi bank yang pertama menawarkan nasabahnya layanan perbankan melalui mesin ATM di Indonesia. (cimbniaga.com)



**Gambar 1.5 Logo CIMB Niaga**

*Sumber: cimbniaga.com*

Bank adalah segala sesuatu yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses melaksanakan kegiatan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. (OJK, 2017).

Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa kegiatan di dalam industri keuangan khususnya bank selalu berkaitan dengan masalah keuangan yaitu menghimpun dana dan menyalurkan dana. Bank harus menjaga kepercayaan masyarakat dengan memberikan jaminan tingkat likuiditas beroperasi secara efektif dan efisien untuk mencapai profitabilitas yang tinggi agar masyarakat mendapatkan keuntungan dalam menggunakan layanan perbankan. Menurut Latumaerissa (2011:227), mengatakan bahwa dalam memenuhi kebutuhan nasabah jelas merupakan alasan mengapa bank harus menyediakan layanan *internet banking*.

Transaksi nasabah perbankan *e-commerce* semakin meningkatkan pertumbuhan pembayaran di situs belanja online. Dibuktikan bahwa bank mandiri mencapai 6 juta transaksi dengan volume transaksi sebesar 17,5 triliun pada tahun 2018. Lalu bank BCA pada tahun 2018 meningkat menjadi 40% dari tahun sebelumnya yang hanya 11%, BCA tersebut sudah bekerja sama dengan situs *e-commerce* untuk penyelenggaraan pembayaran maupun promosi. Selanjutnya bank BNI pada tahun 2018 meningkat menjadi 25% dari tahun sebelumnya, BNI juga sudah bekerja sama dengan beberapa pelaku *e-commerce* di antaranya adalah Jd.id, Lazada, Blibli, Traveloka dan Tiket.com. Pada CIMB Niaga pertumbuhannya hanya mencapai 25% pada tahun 2018, dan akan meningkatkan transaksi *e-commerce* baik lagi di tahun-tahun berikutnya. Yakni pada pembayaran situs *e-commerce* menggunakan transaksi online seperti internet banking, mobile banking, e-cash, dan kartu kredit.

Urutan 5 bank dengan total aset terbesar pada akhir bulan Maret 2018 yaitu Bank Rakyat Indonesia, Bank Mandiri, Bank Central Asia, Bank Negara Indonesia dan Bank CIMB Niaga. Jumlah besaran aset 5 bank tersebut ditunjukkan pada tabel 1.1 sebagai berikut

**Tabel 1.1 Total Aset Bank Di Indonesia tahun 2018 Pada Akhir Bulan Maret**

No	Nama Bank	Total Aset (IDR Tn)
1	Bank Rakyat Indonesia	1.064,73
2	Bank Mandiri	945,62
3	Bank Central Asia	745,04
4	Bank Negara Indonesia	648,57
5	Bank CIMB Niaga	255,69

Sumber: *keuangankontan.co.id* 2018

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan perubahan dibidang ekonomi dan *financial* yang berlangsung dengan cepat. Dengan adanya perkembangan teknologi yang sangat maju, bidang *financial* memiliki perkembangan ke arah yang lebih *modern*. Salah satu kemajuan yang dilakukan pada sektor keuangan adalah dengan adanya transaksi *e-banking*.

Menurut Agus sebagai Deputy Komisioner pengawasan terintegrasi OJK mengatakan bahwa “frekuensi transaksi pengguna *e-banking* meningkat 169% dari 150,8 juta transaksi pada tahun 2012 menjadi 405,4 juta transaksi pada tahun 2016” yang artinya bahwa peningkatan tersebut sebagai peluang untuk perbankan meningkatkan pelayanan yang disediakan (Putra,2018)

Perkembangan internet di Indonesia sangat pesat dengan disebutkan bahwa Indonesia sebagai Negara dengan jumlah pertumbuhan pengguna internet terbesar di dunia, berdasarkan *We Are Social* pada tahun 2016, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat sebanyak 15% sejak tahun sebelumnya dan pada tahun 2017, jumlah pengguna internet meningkat sebesar 51% ditunjukkan pada gambar 1.6 sebagai berikut.

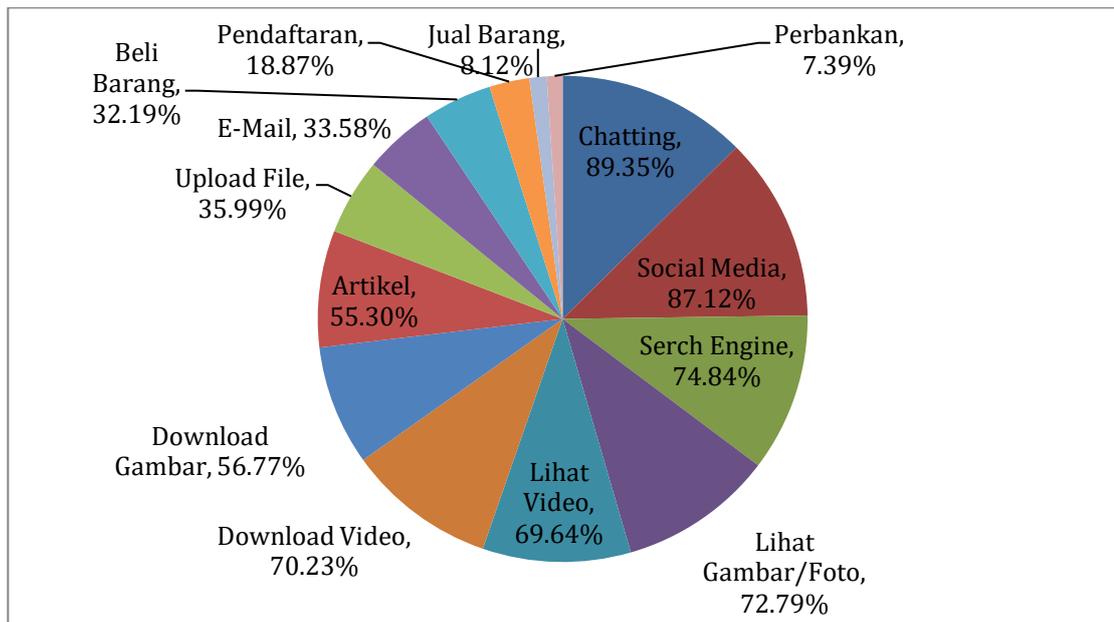


Gambar 1.6 Indikator Statistik Digital Indonesia Januari 2017

Sumber : *wearesocial.com* 2017

Berdasarkan gambar 1.6 menunjukkan bahwa pada Januari 2017 ada 132,7 juta pengguna internet di Indonesia dan jumlah tersebut membuktikan bahwa jumlah pengguna layanan internet di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun, tahun 2014 perkembangan perbankan di Indonesia cukup pesat, jumlah penduduk dewasa di Indonesia yang memiliki rekening di bank sebanyak 90 juta penduduk dan jumlah tersebut meningkat dua kali lipat dibandingkan tahun 2011. Hal tersebut menunjukkan semakin pentingnya fungsi bank bagi masyarakat Indonesia, Bank Indonesia menargetkan sekitar 188 juta atau 75% penduduk di Indonesia akan memiliki rekening bank pada tahun 2019. (Nurfakihiswara, 2017)

Namun berdasarkan hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah layanan perbankan yang diakses terbilang cukup rendah pada tahun 2017, ditunjukkan pada gambar 1.7 sebagai berikut.



**Gambar 1.7 Layanan Yang Diakses Tahun 2017**

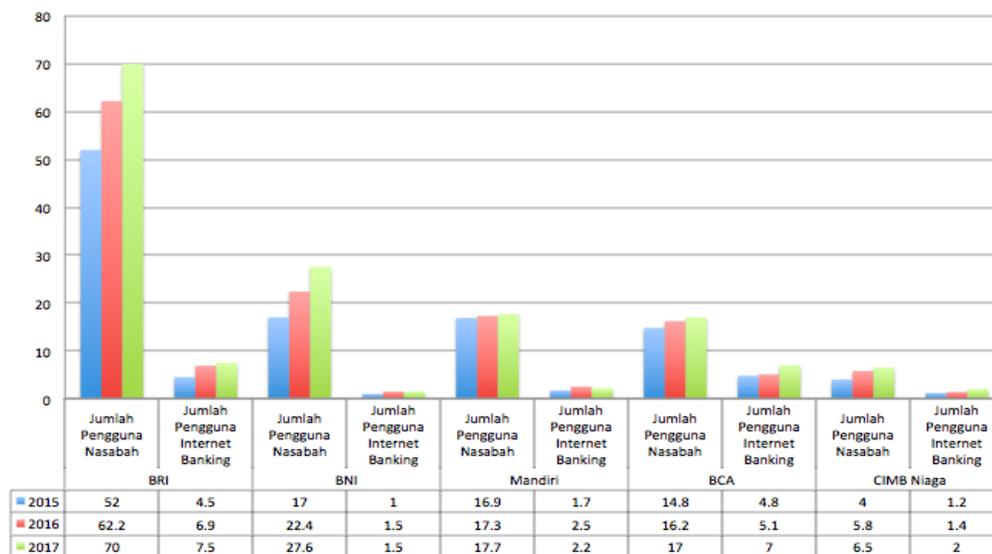
*Sumber : Asoiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2017*

Berdasarkan dari jumlah jenis layanan yang diakses aktivitas paling terkecil dari hasil survei adalah mengakses perbankan dengan jumlah (7,39%) dari 143,26 juta jiwa yang menggunakan internet di Indonesia pada tahun 2017,

jumlah presentase yang hanya mencapai angka tujuh dan yang mengakses perbankan dalam kegiatan onlinenya hanya sebesar 10,48 juta jiwa.

Masyarakat belum sadar akan adanya layanan perbankan seperti *mobile banking* dan *internet banking*, dan dapat membuka peluang bagi perbankan untuk bertumbuh serta semakin berkembang dan meningkatkan layanan perbankan untuk nasabah, seperti layanan transaksi berbasis *online* dan mudah untuk digunakan salah satunya yaitu layanan *internet banking* dan *mobile banking* yang hanya membutuhkan jaringan internet serta *mobile phone* maka nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan lebih menghemat waktu.

Pada gambar 1.8 menunjukkan perbandingan jumlah nasabah dan pengguna IB pada 5 bank terbesar di Indonesia tahun 2015, 2016, dan 2017 sebagai berikut :



**Gambar 1.8 Perbandingan Jumlah Nasabah Dan Pengguna IB Pada 5 Bank Terbesar Di Indonesia**

Sumber : *Kontan.co.id* dan *Annual Report* Dari setiap Bank Tahun 2015-2017

Berdasarkan gambar 1.8 merupakan perbandingan jumlah nasabah serta pengguna internet *banking* BRI, BNI, Mandiri, BCA, dan CIMB Niaga dari tahun 2015-2017. Dapat dilihat berdasarkan informasi yang di dapat bahwa setiap bank tersebut mengalami peningkatan yang signifikan di setiap tahunnya untuk jumlah

nasabah maupun jumlah pengguna internet *banking*, akan tetapi pada jumlah nasabah yang terus meningkat di setiap tahunnya jika dibandingkan dengan jumlah pengguna internet *banking* tidak sebesar jumlah nasabah yang artinya jumlah pengguna internet *banking* masih rendah.

Pada tahun 2017 berdasarkan tabel 1.2, Bank BRI menempati posisi pertama, menurut Direktur Konsumer BRI Handayani mengatakan “saat ini transaksi digital BRI belum sampai 30% dari total transaksi pertahunnya.” Jumlah pengguna *mobile banking* BRI 17 juta nasabah dan internet *banking* 7,5 juta dari total sebanyak 70 juta nasabah. (Sihite,2017). Selanjutnya BNI jumlah pengguna nasabah di tahun 2017 sebanyak 27,6 juta, akan tetapi jumlah pengguna internet *banking* terbilang cukup rendah yaitu hanya 1,5 juta.

**Tabel 1.2 Perbandingan 5 Bank Terbesar Di Indonesia**

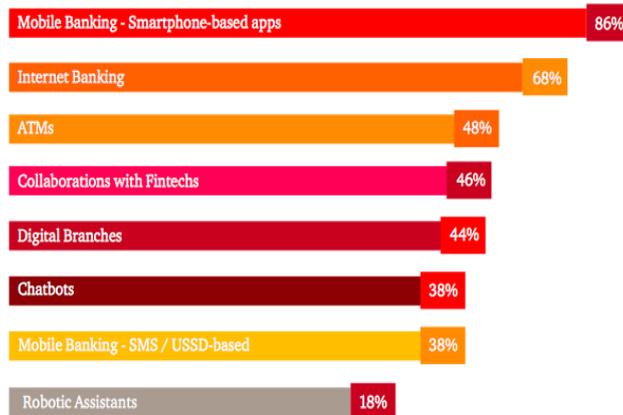
No.	Nama Bank	Jumlah Nasabah 2015	Jumlah Pengguna Internet Banking 2015	Jumlah Nasabah 2016	Jumlah Pengguna Internet Banking 2016	Jumlah Nasabah 2017	Jumlah Pengguna Internet Banking 2017
1.	BRI	52 juta	4.5 juta	62.2 juta	6.9 juta	70 juta	7.5 juta
2.	BNI	17 juta	1 juta	22.4 juta	1.5 juta	27.6 juta	1.5 juta
3.	Mandiri	16.9 juta	1.7 juta	17.3 juta	2.5 juta	17.7 juta	2.2 juta
4.	BCA	14.8 juta	4.8 juta	16.2 juta	5.1 juta	17 juta	7 juta
5.	CimbNiaga	4 juta	1.2 juta	5.8 juta	1.4 juta	6.5 juta	2 juta

Sumber : [kontan.co.id](http://kontan.co.id) dan Annual Report Setiap Bank 2015,2016, dan 2017

Dapat dilihat dari tabel 1.2 bahwa posisi ketiga ditempati oleh bank mandiri yang jumlah nasabahnya 17,7 juta di tahun 2017, Sementara itu jumlah pengguna layanan internet *banking* mencapai 2,2 juta. (Setiawan,2017). Pada bank BCA jumlah nasabah 17 juta pengguna di tahun 2017, menurut Wakil Direktur Utama Bank Central Asia Armand Hartono mengatakan bahwa “hampir setengahnya sudah menggunakan “*mobile banking*” maupun “*internet banking*”, dimana jumlah internet *banking* meningkat menjadi 7 juta dari tahun sebelumnya yang bernilai 6 juta pengguna internet *banking*. (Sucipto,2017).

Bank CIMB Niaga yang berjumlah 6,5 juta nasabah, lewat *digital banking* nasabah dapat dimudahkan mengakses layanan perbankan, saat ini sekitar 88% transaksi nasabah CIMB Niaga sudah menggunakan *digital banking*. Dan ada rekening ponsel, ATM, internet *banking*, *mobile banking* dan lainnya. (Sitanggang,2017). Berdasarkan data dari tabel 1.3, dapat dilihat bahwa masih sedikit yang menggunakan layanan internet *banking* jika dibandingkan dengan total nasabah yang jumlahnya terus meningkat setiap tahunnya dari setiap 5 bank tersebut.

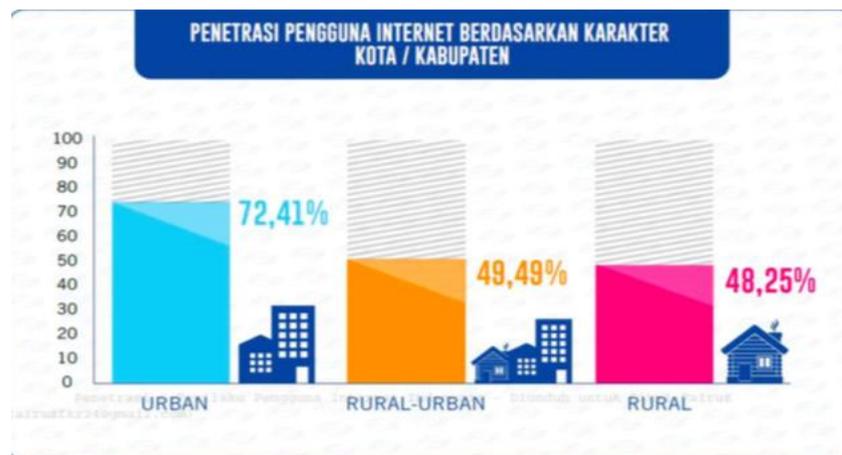
Dengan adanya layanan internet *banking*, nasabah bank mendapatkan keuntungan berupa kemudahan melakukan transaksi melalui internet yang lebih efektif. Menurut Nurastuti (2011) Internet *banking* juga merupakan salah satu pelayanan bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. *Indonesia Banking Survey* mengatakan bahwa di tahun 2018 transaksi melalui *mobile banking* mendominasi masyarakat dibandingkan tahun 2017, akan tetapi masyarakat masih menggunakan transaksi melalui internet *banking* ditunjukkan pada gambar 1.9 sebagai berikut.



**Gambar 1.9 Transaksi Konsumen Melalui Saluran Yang Diakses**

*Sumber: PWC Indonesia Banking Survey 2018*

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia sangat pesat dan merupakan peluang untuk penyedia layanan internet banking untuk terus meningkatkan layanan serta kualitasnya. Pada Gambar 1.10 dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2017 menunjukkan data penetrasi internet di Indonesia dengan jumlah pengguna internet sebesar 143,26 juta jiwa. Daerah urban sebesar 72,41% , daerah urban-rural sebesar 49,49% dan daerah rural 48,25%.



**Gambar 1.10 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia Berdasarkan Karakter Kota Atau Kabupaten 2017**

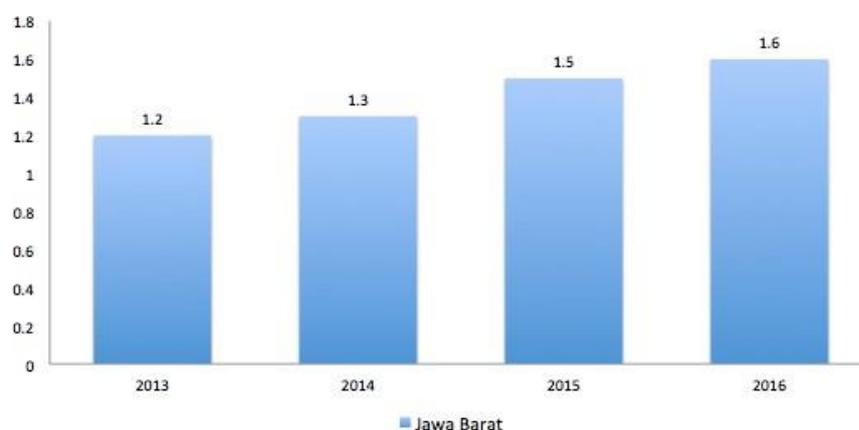
*Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2017*

Menurut Bank Indonesia (BI), lajur pertumbuhan ekonomi (LPE) di Jawa Barat meningkat dari 5,32% *year on year* (yoy) pada 2017 menjadi 6,02% *year on year* (yoy) pada triwulan I 2018. Terutama di daerah Sukabumi membentuk Taman Digital dimana di dalam Taman tersebut pengguna dapat mengakses jaringan internet dan upaya tersebut untuk memperluas akses masyarakat terhadap internet yang bermanfaat serta produktif. (Rayadie,2017)

Peran Bank Indonesia, khususnya kantor perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat di daerah Cianjur dan Bogor dalam memajukan Sistem Resi Gudang (SRG), SRG merupakan instrumen yang dapat digunakan untuk menjaga kestabilan harga atau inflasi komoditas pangan dengan mekanisme tunda jual. Selain itu, Resi Gudang dapat digunakan sebagai jaminan untuk memperoleh pembiayaan dari lembaga keuangan, sehingga dapat meningkatkan pembiayaan kepada pelaku usaha khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), petani dan koperasi. (Kajian Ekonomi Keuangan Regional Provinsi Jawa Barat 2018, Bank Indonesia).

Serta melakukan pengumpulan informasi ekonomi strategis menyusun rekomendasi kebijakan ekonomi, keuangan daerah, kegiatan koordinasi program kerjasama dalam rangka pengembangan ekonomi daerah terkait dengan Sistem Resi Gudang dan melakukan *monitoring*. Lalu dalam pelaporan kegiatan melakukan rangkaian peningkatan akses keuangan, melalui penguatan infrastruktur keuangan dan melaksanakan program penggunaan alat transaksi non-tunai. (Kajian Ekonomi Keuangan Regional Provinsi Jawa Barat 2018, Bank Indonesia).

Gambar 1.11 PDRB Jawa Barat menunjukkan bahwa dalam perekonomian Jawa Barat meningkat di setiap tahunnya, ditunjukkan pada gambar sebagai berikut. Angka tersebut dalam satuan miliar:

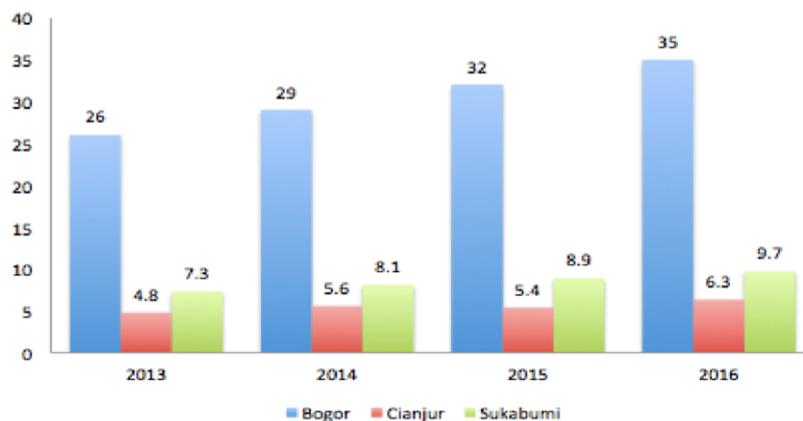


### Gambar 1.11 PDRB Jawa Barat

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2013, 2014, 2015, Dan 2016

Dengan meningkatnya jumlah pengeluaran Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Jawa Barat mengukur kemajuan perekonomian daerah dengan mengamati seberapa besar laju pertumbuhan ekonomi yang dicapai daerah tersebut yang tercermin dari kenaikan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) (Bank Indonesia, 2017)

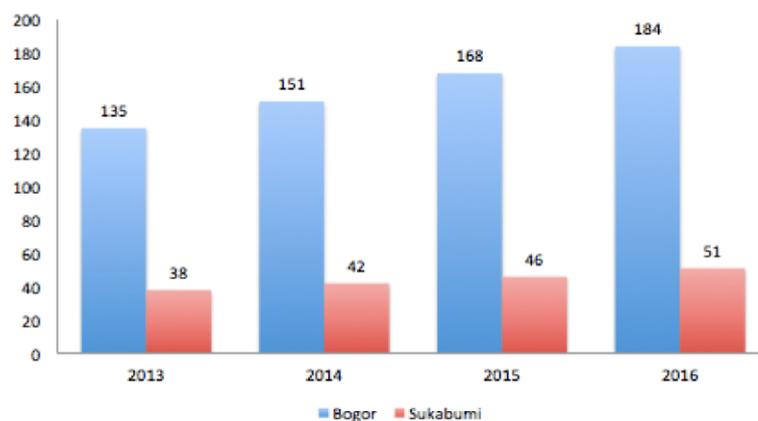
Pengeluaran Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dalam satuan juta di kota Bogor, Cianjur, Sukabumi pada tahun 2013 sampai dengan 2016, Kota Bogor paling unggul diantara kabupaten Cianjur dan kota Sukabumi, yaitu ditahun 2016 Bogor menempati angka 35 Juta. Lalu ditahun 2016 Cianjur hanya mendapatkan 6.3 Juta, angka tersebut sangat rendah dibandingkan dengan kota Bogor dan Sukabumi dengan jumlah 9.7 Juta pengeluaran PDRB, ditunjukkan pada gambar 1.12 berikut:



Gambar 1.12 PDRB Kota Bogor Cianjur Sukabumi

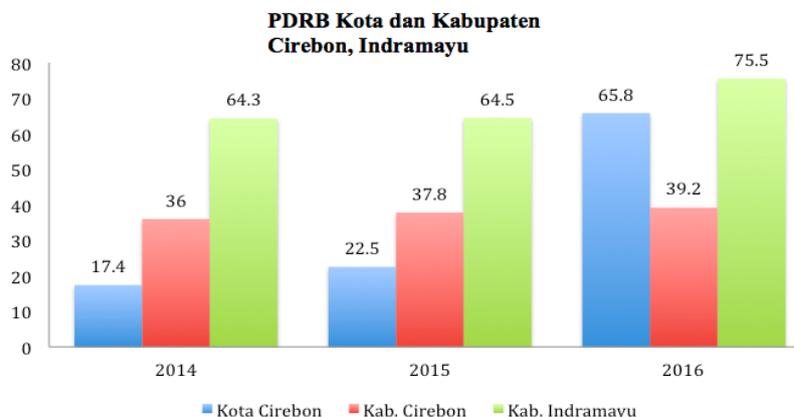
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2013, 2014, 2015, Dan 2016

Berdasarkan Gambar 1.13 ditunjukkan bahwa PDRB berada dikabupaten Sukabumi dan Bogor dengan satuan juta sebagai berikut:



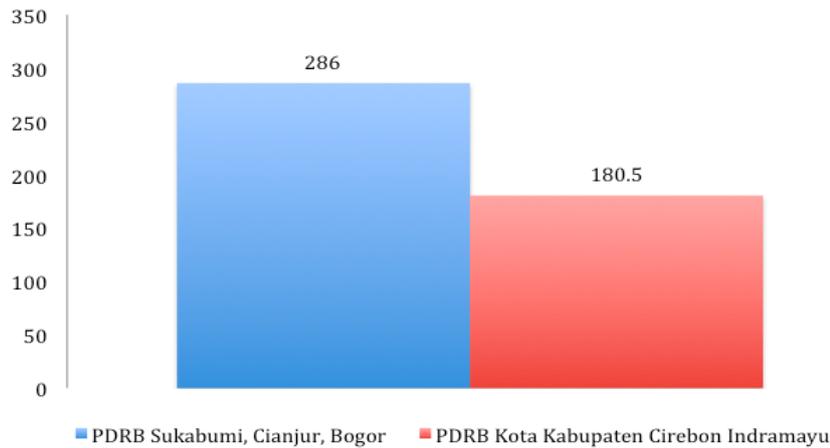
**Gambar 1.13 PDRB Kabupaten Bogor Dan Sukabumi**  
*Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2013, 2014, 2015, Dan 2016*

Gambar 1.13 menunjukkan bahwa yang menempati posisi pertama tetap kabupaten Bogor dimana setiap tahunnya terus mengalami kenaikan, begitu juga dengan Sukabumi. Sukabumi, Cianjur dan Bogor berefek cukup signifikan dalam perekonomian Jawa Barat walaupun mengalami *gap* antara PDRB dengan Sukabumi, Cianjur, dan Bogor.



**Gambar 1.14 PDRB Kota dan Kabupaten Cirebon, Indramayu**  
*Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2014, 2015, 2016*

Pada gambar 1.14 dapat dilihat bahwa PDRB Kota Cirebon, Kabupaten Cirebon Serta Kabupaten Indramayu mengalami peningkatan yang signifikan dalam satuan juta. Akan tetapi masih rendah dibandingkan PDRB Sukabumi, Cianjur, Bogor.



**Gambar 1.15 Perbandingan PDRB Sukabumi, Cianjur, Bogor Dan PDRB Kota Kabupaten Cirebon Indramayu**

*Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS 2016)*

Pada gambar 1.15 menunjukkan PDRB Sukabumi, Cianjur, Bogor dan PDRB Kota Kabupaten Cirebon Indramayu. Nilai PDRB Sukabumi, Cianjur, Bogor dalam satuan juta lebih besar dibandingkan kota kabupaten Cirebon Indramayu. Maka dari itu daerah Sukabumi, Cianjur, Bogor memiliki peluang yang lebih besar dalam mengadopsi internet banking dibandingkan daerah Cirebon dan Indramayu.



**Gambar 1.16 Perbandingan PDRB Jawa Barat dan Sukabumi, Cianjur, Bogor**

*Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2016*

Menurut Sri Mulyani dalam detik*finance.com* yang disusun oleh Mochamad Solehudin (2017), saat ini sektor usaha bidang jasa cukup tinggi dibandingkan sektor usaha di bidang lainnya. Adanya generasi milenial dengan segala kebutuhan dan daya belinya membuat pergeseran pola ekonomi dari tradisional menjadi *online*, contohnya toko jual beli *online*. Jika membahas jual beli online maka berkaitan dengan cara pembayarannya. Dalam penelitian yang dilakukan APJII (2018) tentang penetrasi pengguna internet di Indonesia menyebutkan, pembayaran dengan *internet banking* menempati peringkat ke tiga sebagai teknik pembayaran yang diminati.

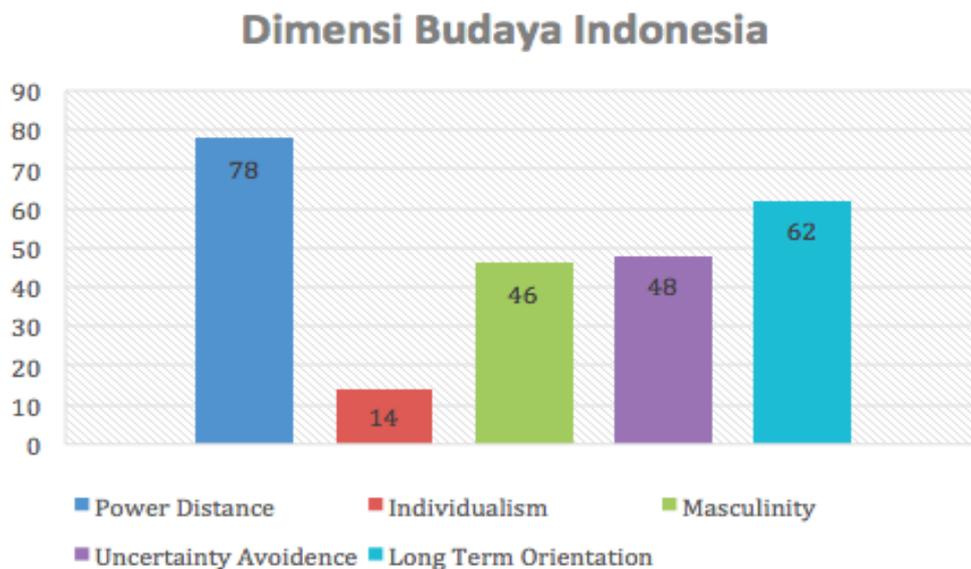
Disimpulkan dari kedua paragraf tersebut bahwa perekonomian saat ini meningkat dipicu oleh daya beli generasi milenial yang terbilang tinggi, selain itu generasi milenial juga mempengaruhi pola ekonomi yang awalnya terjalin secara tradisional menjadi serba *online*, contohnya toko jual beli *online* yang salah satu pembayarannya dilakukan dengan metode *internet banking*. Oleh karena itu pada gambar 1.16 dengan peran PDRB Sukabumi, Cianjur, Bogor yang sebesar Rp 286 juta dengan presentase 17,8% dari PDRB keseluruhan Jawa Barat, diharapkan dapat meningkatkan pola ekonomi online yang ikut berdampak juga dalam penetrasi penggunaan internet banking.

Setelah adanya peningkatan lajur pertumbuhan ekonomi di Sukabumi dengan adanya taman digital yang dapat mengakses layanan internet diharapkan juga dapat berpengaruh terhadap mengadopsi layanan internet banking. Untuk daerah Cianjur dan Bogor, dengan melakukan Sistem Resi Gudang serta akan melaksanakan program alat pembayaran non-tunai akan menjadi peluang besar terhadap adopsi layanan internet banking terutama wilayah rural yang nantinya berdampak pada jumlah pengguna internet banking.

Salah satu model yang banyak digunakan untuk mengetahui karakteristik perilaku terhadap adopsi teknologi baru yaitu model *Unified Theory of Acceptance and User of Technology* (UTAUT) yang dibuat oleh Venkatesh et al(2003). Selain itu penelitian yang telah dilakukan oleh Giri & Saad (2015)

menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel-variabel *internet skill*, *prior experience*, *trust*, *website quality* dalam model UTAUT untuk mengetahui perilaku dalam mengadopsi layanan internet *banking* di Bandung.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, terlihat bahwa Sukabumi, Cianjur dan Bogor mempunyai potensi besar dalam pengadopsian internet banking, tetapi ada faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam adopsi teknologi baru, seperti kemampuan menggunakan internet, kepercayaan, dan budaya di setiap daerah. Dalam Penelitian Giri & Pratama, (2016) menunjukkan perilaku online nasabah di perkotaan (*urban*) terhadap adopsi internet di Indonesia, akan tetapi setiap daerah di Indonesia memiliki akses internet yang dapat digunakan di setiap daerah termasuk daerah pedesaan (*rural*) juga telah diidentifikasi sebagai faktor kunci untuk pembangunan. (APJII & PUSAKAKOM, 2014)



**Gambar 1.17 Dimensi Budaya Indonesia**

*Sumber: Hofstade 2010*

Dari gambar 1.17 tersebut adanya pengaruh budaya (*culture*) dalam membentuk persepsi masyarakat akan memberikan pengaruh paling besar dalam pengambilan keputusan, dan perilaku sebagai bentuk dari nilai budaya yang sangat mempengaruhi proses pengambilan keputusan.(Robins,1996). Penetrasi

internet banking di Indonesia, Menurut (Hofstede, 2010) dalam Baptista & Oliveira, 2015.

Dapat dilihat *Power Distance* memiliki skor yang tinggi yaitu 78, dan dapat diartikan bahwa hak yang tidak sama antara pemegang kekuasaan dan yang tidak. Kekuasaan yang terpusat dan manajer mengandalkan ketaatan anggota timnya, karyawan berharap untuk diberitahu apa yang harus dikerjakan. Sedangkan skor pada *individualism* memiliki skor yang rendah yaitu 14, hal tersebut menunjukkan ada preferensi tinggi terhadap kerangka sosial yang kuat, yang dimana individu menyesuaikan diri pada apa yang di harapkan masyarakat atau kelompoknya (Hofstede,2010).

Dalam dimensi masculinity Indonesia juga mendapatkan skor rendah yaitu 46, menunjukkan bahwa masyarakat di Indonesia masih didorong oleh kompetisi, prestasi dan keberhasilan pada sesuatu.(Hofstede,2010). Pada dimensi *uncertainty avoidance* bernilai 48 poin, yang menunjukkan adanya kebiasaan yang kuat di Indonesia terhadap kegiatan yang sudah ada. Dimana orang Indonesia jika marah lebih memilih menahan emosi nya sendiri karena lebih mudah, dibanding harus menyampaikan ketidak sukannya yang membutuhkan diskusi panjang (Hofstede, 2010). Dan dimensi *long term orietantion* mendapatkan skor 62 yang menunjukkan Indonesia memiliki budaya pragmatis yaitu masyarakat percaya bahwa kebenaran tergantung padaa situasi, konteks dan waktu. (Hofstede,2010)

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini berjudul **“ANALISIS MODEL UTAUT MODIFIKASI DENGAN BUDAYA SEBAGAI MODERATOR DALAM MENGADOPSI LAYANAN INTERNET BANKING PADA MASYARAKAT PEDESAAN SUKABUMI CIANJUR BOGOR”**

### **1.3 Perumusan Masalah**

Jumlah pertumbuhan pengguna internet di Indonesia sangat besar, tetapi minat dalam menggunakan internet banking masih rendah, akan tetapi jumlah total nasabah serta layanan internet banking dalam Bank meningkat dari tahun sebelumnya. Layanan internet banking memberikan kemudahan bagi penggunanya, seperti pengguna tidak harus mengunjungi ATM untuk melakukan transaksi sehingga pengguna dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun hanya melalui internet, hal tersebut memberikan kemudahan pada pengguna internet banking.

Dalam penelitian terdahulu yang di lakukan (Giri & Pratama, 2016) dan (Giri & Putra 2016) hanya ingin mengetahui perilaku online masyarakat yang ada di Indonesia bagian kota (urban) untuk adopsi internet banking, penelitian tersebut tidak meneliti masyarakat pedesaan (rural) di Indonesia yang juga berpotensi sebagai masyarakat yang sadar akan teknologi seperti internet banking. Pada penelitian ini peneliti ingin menguji model tersebut untuk memprediksi niat hingga perilaku online nasabah yang ada di pedesaan (rural) dalam adopsi internet banking di Sukabumi Cianjur Bogor dengan dimensi budaya (culture) sebagai moderator. Faktor-faktor lain yang membuat nasabah bank di daerah pedesaan (rural) di Sukabumi Cianjur Bogor belum mengadopsi layanan internet banking belum bisa dipastikan. Beberapa hasil pencarian literatur, masih sedikit penelitian tentang perilaku *online* dalam mengadopsi internet *banking* karena lingkup penelitian yang terbatas.

### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu mengenai adopsi teknologi dalam internet banking diketahui bahwa model *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang memiliki empat variabel yaitu harapan kerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi memfasilitasi sebagai penentu langsung dari niat perilaku dan perilaku penggunaan (Venkatesh et al., 2003). UTAUT merupakan model yang tepat sebagai dasar penelitian mengenai internet

banking, dalam mengukur budaya (*Culture*) sebagai moderator dalam adopsi internet banking. Sehingga penggunaan model (UTAUT) modifikasi yang di gunakan dalam penelitian ini berdasarkan penelitian terdahulu. Pertanyaan untuk penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *prior experience* (EXP) dengan *internet skill* (IS)?
2. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *prior experience* (EXP) dengan *website quality* (WQ)?
3. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *internet skill* (IS) dengan *trust* (T)?
4. Apakah terdapat hubungan positif dan signifikan antara *website quality* (WQ) dengan *performance expectancy* (PE)?
5. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *website quality* (WQ) dengan *effort expectancy* (EE)?
6. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *prior experience* (EXP) dengan *effort expectancy* (EE).?
7. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *prior experience* (EXP) dengan *social influence* (SI)?
8. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *internet skill* (IS) dengan *performance expectancy* (PE)?
9. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *effort expectancy* (EE) dengan *behavioral intention* (BI)?
10. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *social influence* (SI) dengan *behavioral intention* (BI)?
11. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *trust* (T) dengan *behavioral intention* (BI)?
12. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *performance expectancy* (PE) dengan *behavioral intention* (BI)?

13. Apakah *Long Term Orientation* (LTO) memiliki pengaruh yang signifikan dalam hubungan *social influence* (SI) dengan *behavioral intention* (BI)?
14. Apakah *Power Distance* (PD) memiliki pengaruh yang signifikan dalam hubungan *social influence* (SI) dengan *behavioral intention* (BI)?
15. Apakah *Individualism* (IDV) memiliki pengaruh yang signifikan dalam hubungan *social influence* (SI) dengan *behavioral intention* (BI)?
16. Apakah *Uncertainty Avoidance* (UA) memiliki pengaruh yang signifikan dalam hubungan *effort expectancy* (EE) dengan *behavioral intention* (BI)?
17. Apakah *Masculinity* (MAS) memiliki pengaruh yang signifikan dalam hubungan *effort expectancy* (EE) dengan *behavioral intention* (BI)?

H17b: *Masculinity* (MAS) memiliki pengaruh yang signifikan dalam hubungan *performance expectancy* (PE) dengan *behavioral intention* (BI)

### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan online dalam mengadopsi internet *banking* pada masyarakat *rural* di Sukabumi, Cianjur, Bogor.
2. Mengidentifikasi faktor yang paling berpengaruh terhadap perilaku penggunaan online dalam mengadopsi internet *banking* pada masyarakat *rural* di Sukabumi, Cianjur, Bogor.
3. Mengidentifikasi apakah variabel budaya (*culture*) sebagai moderator dapat mempengaruhi niat dalam menggunakan internet *banking*

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Dengan dilakukan penelitian terhadap pengaruh model utaut modifikasi budaya sebagai moderator pada masyarakat rural di Sukabumi Cianjur Bogor dalam mengadopsi layanan internet banking maka peniltian ini diharapkan mendapat hasil yang berupa manfaat, baik manfaat praktis dan teoritis dari penelitian ini yaitu:

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat penelitian ini yaitu menguji dan menggabungkan model penelitian Giri & Pratama (2016) dengan Giri & Putra (2016) untuk mengetahui perilaku online dalam adopsi internet banking di Indonesia dapat diterapkan pada masyarakat rural agar dapat memprediksi perilaku online dalam mengadopsi internet banking di Indonesia. Penelitian ini diharapkan mendapatkan pemahaman tentang ilmu dan teori pada bidang pemasaran. Terutama yang berkaitan dengan Behavioural Intention dalam mengadopsi layanan internet banking terhadap masyarakat rural Sukabumi Cianjur dan Bogor.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Dapat digunakan oleh penyedia layanan internet banking untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi niat mengadopsi internet banking, sehingga pihak Bank dapat meningkatkan layanan serta dapat menarik minat pengguna untuk bertransaksi menggunakan internet banking, terutama minat masyarakat rural dimana tingkat penggunaan internet banking masih rendah.

### **1.7 Ruang Lingkup Penelitian**

Lingkup penelitian ini adalah mengetahui faktor yang mempengaruhi nasabah Bank di Sukabumi, Cianjur, dan Bogor dalam mengadopsi layanan internet banking, khususnya masyarakat pedesaan (rural).

### **1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Dalam penulisan tugas akhir ini yang merupakan laporan dari hasil penelitian, terdiri dari lima bab dan ada sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **A. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum mengenai objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan

#### **B. BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Bab ini merupakan penjelasan mengenai hasil kajian kepustakaan

yang terkait dengan masalah yang diteliti. Bab ini meliputi uraian tentang tinjauan pustaka penelitian yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, serta ruang lingkup penelitian,

#### C. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan uraian tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, serta teknis analisis data, dan pengujian hipotesis.

#### D. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta sesuai dengan tujuan penelitian

#### E. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan disertai dengan rekomendasi dan saran.