

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era perkembangan zaman yang canggih ini, Masyarakat mulai berkembang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Internet yang saat ini mudah diakses semua orang turut berkembang dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Perkembangan teknologi saat ini banyak digunakan di berbagai bidang untuk menunjang kemudahan manusia dalam menjalankan hidupnya. Salah satu bidang yang ikut mengembangkan teknologi adalah dunia perbankan.

Salah satu perkembangan yang paling melesat saat ini adalah perbankan elektronik (*E-Banking*). Dahulu, jika seseorang ingin melakukan transaksi perbankan seperti mengambil uang, mengirim uang harus datang ke bank atau pergi ke ATM. Sekarang banyak orang melakukan transaksi melalui laptop atau *smartphone* mereka tanpa harus keluar rumah untuk bertransaksi perbankan.

E-banking merupakan sebuah layanan atau jasa yang disediakan perbankan yang dilakukan melalui saluran elektronik digunakan untuk melakukan transaksi perbankan. Layanan *electronic banking* atau *e-banking* saat ini banyak digunakan oleh banyak kalangan. Penggunaan layanan *e-banking* saat ini hanya digunakan bank umum Indonesia, BPR sendiri saat ini

belum menggunakan layanan *e-banking* mengingat ruang lingkup kinerjanya terbatas dan jangkauan wilayah yang terbatas.

Electronic Banking masuk pertama kali di Indonesia pada tahun 1998 dan dikenalkan oleh Bank Internasional Indonesia (BII) tepatnya pada bulan September. Kemudian diikuti oleh bank-bank lain yang ada di Indonesia seperti Bank BCA, Bank Mandiri, Bank Bukopin dan lain-lain. *E-banking* sendiri bertujuan untuk mempermudah para nasabah bank dalam bertransaksi hanya dengan menggunakan koneksi internet. Lewat sarana *e-banking* ini nasabah dapat melakukan pengecekan rekening nasabah, *transfer*, sampai pembayaran tagihan-tagihan rutin (air, listrik, telpon dan lain-lain). Jelas banyak sekali keuntungan yang didapat nasabah dengan menggunakan layanan *e-banking*. Menghemat waktu dan tenaga nasabah, karena nasabah tidak perlu mengantri dan *e-banking* dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja sepanjang nasabah menghubungkan dengan jaringan internet.

Undang-undang No. 11 tahun 2008 tentang ITE telah menjadi payung hukum bagi penyelenggaraan kegiatan transaksi elektronik, yang diselenggarakan oleh bank. Undang-undang NO. 11 tahun 2008 mengenai ITE telah menjadi pedoman hukum bagi penyelenggara kegiatan transaksi elektronik di Indonesia, diselenggarakan oleh bank-bank. Undang-Undang ITE telah mengatur tanggung jawab yang *fair* antara penyelenggara sistem elektronik bank dan nasabah. Peraturan Bank Indonesia No.5/8/PBI/2003 mengenai Penerapan Manajemen Risiko Bank Umum dan Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/8/DPNP, tanggal 20 April 2004 ini memaparkan mengenai

penerapan Manajemen Risiko pada kegiatan pelayanan jasa Bank melalui *e-banking*.

Mekanisme dari *e-banking* sendiri cukup mudah diakses yang terpenting *e-banking* terkoneksi dengan internet. Nasabah harus memiliki *user name id, password, one time password (OTP)*. *User name id*, atau token nasabah harus memiliki *user id, password, token* atau *One Time Password (OTP)*, dan jaringan internet. Semua itu dapat diperoleh dengan mendaftarkan ke bank masing-masing nasabah. Saat nasabah ingin menggunakan harus memastikan *website* yang akan diakses adalah *website* internet milik bank nasabah, kemudian akan diminta untuk memasukkan *user name id* dan *password* pada halaman *login* atau masuk. Pada saat nasabah melakukan transaksi, nasabah akan diminta memasukkan *OTP* mereka. Setelah transaksi selesai, nasabah harus memastikan bahwa telah *log out* atau keluar dari halaman *e-banking*. Bank akan mengirimkan notifikasi sebagai bukti bahwa nasabah telah melakukan transaksi dan dinyatakan berhasil.

Tabel 1.1
Daftar Bank Di Indonesia yang menerapkan *E-Banking*

No	Tahun	Nama Bank	Situs
1.	1998	Bank Internasional Indonesia	https://www.bankbii.com/
2.	2000	Bank Niaga	https://secure.bank2home.com/ib-niaga/Login.html
3.	2001	Bank Bukopin	https://secure.bank2home.com/appbukopin/login.jsp
4.	2001	Bank Central Asia (BCA)	https://ibank.klikbca.com/
5.	2003	Bank Mandiri	https://ib.bankmandiri.co.id/
6.	2005	Bank PermataNet	https://www.permatanet.com/
7.	2006	Bank Permata e-Business	https://www.permatae-business.com/
8.	2007	Bank Negara Indonesia	https://ibank.bni.co.id/
9.	-	Bank Lippo	https://ebanking.lippobank.co.id/

Sumber : Wiki Buku-Sejarah Internet Indonesia/e-banking, 2017

Penggunaan *e-banking* sendiri saat ini tidak hanya digunakan kalangan orang tua namun saat ini banyak kalangan remaja atau mahasiswa merupakan pengguna *e-banking*. Penggunaan *e-banking* ini, mereka dimudahkan untuk melakukan transaksi perbankan mereka dengan mudah, cepat dan aman. Jumlah pengguna *e-banking* saat ini mengalami peningkatan dengan diiringi pertumbuhan jumlah pengguna internet aktif pada tahun 2020 yang saat ini mencapai 175,4 juta orang. Kepala Eksekutif Pengawas Perbankan OJK Heru Kristiyana memaparkan bahwa transaksi menggunakan *e-banking* atau secara daring pada bulan Maret 2020 mengalami kenaikan secara signifikan, kenaikan sebesar 320% dan pada bulan April 2020 naik menjadi 480% (Husen Miftahudi, 2020).

Banyak mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB) Unisbank menggunakan *e-banking*. Kondisi keuangan menjadi alasan Mahasiswa FEB Unisbank menggunakan *e-banking*, kebanyakan bank memiliki ketentuan saldo minimum hanya sebesar Rp. 50.000.-. Mahasiswa FEB rutin melakukan kegiatan transaksi untuk pembayaran spp kuliah setiap bulan dan pembayaran lainnya untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa. Khususnya mahasiswa anak rantau dan mahasiswa yang memiliki usaha *online shop*, mereka akan lebih sering bertransaksi *e-banking*. Masa pandemi *covid-19* juga menjadi alasan mahasiswa untuk menggunakan fasilitas *e-banking*, karena dengan menggunakan *e-banking* mahasiswa tidak lagi harus ke ATM dan mengantri untuk melakukan pembayaran hal ini dapat mengurangi kontak langsung dengan orang lain dan menjaga kesehatan nasabah.

Penggunaan *e-banking* di kalangan mahasiswa FEB sendiri sudah sering digunakan. Tidak jarang mahasiswa yang membicarakan mengenai penggunaan dan kemudahan dalam penggunaan *e-banking*. Saat mahasiswa memiliki kegiatan jual beli banyak memanfaatkan penggunaan *e-banking* untuk mempermudah kegiatan jual beli mereka. Tak hanya itu banyak manfaat lain yang didapat ketika menggunakan *e-banking*, salah satunya tidak ada biaya administrasi dan dapat digunakan di mana saja sehingga dapat mempermudah dalam transaksi.

Peneliti melakukan prasurvei kepada 15 mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang mengenai *e-banking*, berikut hasil prasurvei dan penjelasanya

Tabel 1.2
 Hasil Prasurvei Tentang *E-Banking*

No	Menggunakan		Keyakinan		Wom		Motivasi		Menggunakan	
	Pake	Tidak	Yakin	Tidak	Sering	Jarang	Kuat	Kecil	Mudah	Sulit
1	Ya		Ya		Sering		Kuat		Mudah	
2		Tidak	Ya			Jarang	Kuat		Mudah	
3		Tidak	Ya			Jarang	Kuat		Mudah	
4	Ya		Ya		Sering		Kuat		Mudah	
5		Tidak	Ya			Jarang		Kecil	Mudah	
6	Ya		Ya			Jarang	Kuat		Mudah	
7		Tidak	Ya		Sering		Kuat		Mudah	
8	Ya		Ya			Jarang	Kuat		Mudah	
9	Ya		Ya		Sering		Kuat		Mudah	
10	Ya		Ya		Sering		Kuat		Mudah	
11	Ya		Ya		Sering		Kuat		Mudah	
12	Ya		Ya		Sering		Kuat		Mudah	
13	Ya		Ya		Sering		Kuat		Mudah	
14	Ya		Ya			Jarang	Kuat		Mudah	
15	Ya		Ya		Sering		Kuat		Mudah	

Sumber: Prasurvei via *google form*, 2021

Berdasarkan prasurvei kepada 15 mahasiswa FEB Universitas Stikubank Semarang terdapat 73,3% telah menggunakan dan 26,7% tidak menggunakan *e-banking*. Besarnya keyakinan mahasiswa memiliki

persentase 100% menunjukkan besarnya kepercayaan dan sikap mahasiswa terhadap layanan *e-banking*. Di kalangan mahasiswa FEB Universitas Stikubank Semarang pengaruh dari *word of mouth* (WOM) atau komunikasi dari mulut ke mulut antar mahasiswa hanya memiliki persentase sebesar 60% dan terhadap 40% mahasiswa tidak terpengaruh oleh *word of mouth* 40%. Motivasi mahasiswa dalam penggunaan *e-banking* memiliki kekuatan sebesar 93,3% sisanya sebesar 0,67% tidak memiliki motivasi untuk menggunakan *e-banking*. Untuk kemudahan menggunakan mempengaruhi penggunaan *e-banking* kepada mahasiswa FEB Universitas Stikubank Semarang memiliki persentase sebesar 100%.

Sepertinya dari prasurvei ini kepercayaan menggunakan *e-banking* dipengaruhi oleh motivasi, kemudahan menggunakan dan *word of mouth*. Namun kesimpulan yang diperoleh dari prasurvei ini masih belum meyakinkan dengan terbatasnya responden. Oleh karenanya agar dugaan tentang adanya keyakinan yang besar yang menunjukkan bahwa motivasi mahasiswa, anggapan tentang operasionalisasi yang mudah dari *e-banking* dan banyaknya kemudahan yang dirasakan tentang *e-banking* itu mempengaruhi kepercayaan dan sikap mahasiswa FEB dalam menggunakan *e-banking*, mendapatkan kekuatan secara statistik, memberi motivasi kuat pada penulis untuk melakukan penelitian.

Dari riset gap penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ather Akhlaq (2013) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa variabel motivasi berpengaruh terhadap variabel kepercayaan. Diperkuat dengan penelitian

yang telah dilakukan oleh Ali A. (2015) juga menyatakan bahwa motivasi berpengaruh terhadap kepercayaan. Berbeda dengan studi yang dilakukan oleh Hikmatul Masykuroh (2019) Variabel motivasi berpengaruh positif namun tidak signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Benamat, *et al.* (2010) penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap variabel kepercayaan. Diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadyan Farizi, Syaefullah, MM., Ak. (2014) dan Fita (2014) menjelaskan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepercayaan. Berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Preethi Sheshadri, *et al.* (2013), Mohamad Irfan Bagastia (2018) dan Fernanda (2018) menunjukkan bahwa variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap variabel kepercayaan.

Penelitian dari Long-Yi Lin dan Ching-Yuh Lu (2010) menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* berpengaruh terhadap kepercayaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Smith, R.E. *et al.* (1995) menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Dita Nur Hidayah (2020) menunjukkan bahwa variabel *e-word of mouth* tidak berpengaruh terhadap variabel kepercayaan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Shaizatulaqma Kamalul, *et al.* (2018) menunjukkan hasil bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Sikap. Studi ini didukung juga oleh

penelitian dari Mirzha, *et al.* (2016), dan Nurul Hidayat (2018) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Nischay K., *et al.* (2012) dan Fatima Mazhar, *et al.* (2014) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap variabel sikap.

Dengan adanya riset gap dalam penelitian ini, diperlukan adanya penelitian lanjutan. Berdasarkan riset gap, temuan dari berbagai studi tersebut menunjukkan masih belum jelasnya hubungan antara variabel-variabel motivasi, kemudahan menggunakan dan *word of mouth* dengan kepercayaan. Begitu pula hubungan antara kepercayaan dengan sikap. Hal demikian semakin memantapkan penulis dalam mengambil judul: **“PENGARUH MOTIVASI, KEMUDAHAN MENGGUNAKAN, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPERCAYAAN DAN DAMPAKNYA, TERHADAP SIKAP DALAM MENGGUNAKAN E-BANKING.**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah subyek adalah :

1. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap kepercayaan ?
2. Bagaimana pengaruh kemudahan menggunakan terhadap kepercayaan ?
3. Bagaimana pengaruh *word of mouth* terhadap kepercayaan ?
4. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap sikap ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi terhadap kepercayaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan menggunakan terhadap kepercayaan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap kepercayaan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap sikap.

1.4 Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini akan menggali konsep teoritis motivasi, kemudahan mengoperasionalkan, *word of mouth* terhadap kepercayaan dan dampak, terhadap sikap mahasiswa dalam menggunakan *e-banking*. Hasil penelitian ini dapat memberikan khasanah pengetahuan di bidang pemasaran, khususnya *e-banking* perbankan.

2. Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi manajemen.

- b. perusahaan dalam menentukan kebijakan atau sebagai bahan evaluasi dalam melayani pengguna *e-banking* yang ingin menggunakan jasa *e-banking* yang ditawarkan.
- c. Penelitian ini diharapkan bisa sebagai masukan bagi *e-banking* perbankan untuk selanjutnya agar lebih meningkatkan kualitas layanannya.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai manajemen pemasaran khususnya tentang pemasaran jasa layanan.