

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman, komputer dan internet merupakan hal yang tidak terlepas dari kehidupan masyarakat dimanapun dan kapanpun. Dulu internet hanya bisa digunakan oleh sebagian orang, sekarang internet sudah menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari yang dapat mempermudah pekerjaan seseorang. Tingkat perubahan teknologi begitu tingginya sehingga electronic commerce telah mengubah kegiatan ekonomi secara mendasar, yang akan mempengaruhi setiap aspek bisnis yang dilakukan dan yang akan dilakukan. Internet sekarang sudah banyak diaplikasikan oleh institusi swasta maupun pemerintah, perusahaan yang bergerak di sektor jasa maupun manufaktur, diantaranya e-banking, e-government, e-learning, e-shopping, e-booking. Terdapat dua sisi penerapan e-business, yaitu untuk keperluan intern perusahaan dan untuk interface langsung dengan customer, baik untuk menjalin hubungan dengan customer maupun memfasilitasi penjualan. Contoh penerapan e-business untuk proses intern perusahaan adalah pada perusahaan manufaktur, dengan penerapan e-scm, e-procurement. Yang kesemuanya diterapkan untuk memudahkan karyawan maupun konsumen dalam bekerja dan mendapatkan informasi. Adapun contoh penerapan e-business yang berkaitan interface langsung dengan customer seperti e-crm, e-banking dan e-booking, e-ticketing, e-job.

Perkembangan teknologi internet sebagai salah satu pengembangan distribusi jasa, tidak dapat dipungkiri sangat berpengaruh terhadap cara pandang konsumen itu sendiri dalam membeli dan menggunakan suatu produk dan jasa. Perusahaan harus lebih cepat tanggap atas perubahan keinginan pasar, baik produk maupun pelayanan. Lebih dari 15 tahun, pengamat industri telah memprediksikan home electronic banking telah mencapai saat dimana penerimaan konsumen terhadap fasilitas tersebut dan segera akan menjadi sesuatu yang biasa untuk membayar tagihan dan mengakses rekening dari rumah (USWeb, 2012:3). Di zaman ini manusia bergantung pada teknologi, kebutuhan manusia akan teknologi

internet mendorong perkembangan teknologi ini yang sangat pesat. Dengan kondisi meningkatnya pengguna internet dari tahun ke tahun, dunia bisnis termasuk sektor perbankan juga memanfaatkan media internet dalam melakukan kegiatan bisnis. Dalam sektor perbankan, contoh produk atau layanan yang menggunakan media internet adalah internet banking. Pada internet banking perangkat yang digunakan adalah komputer, laptop, tablet, atau smartphone.

Internet banking memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan seperti melihat riwayat transaksi, mengecek saldo tabungan, melakukan transfer dana, pembayaran tagihan kartu kredit dan sebagainya, tanpa dibatasi ruang dan waktu karena dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Selain nasabah adanya internet banking juga memberikan manfaat bagi bank itu sendiri seperti, meningkatkan kualitas pelayanan, mengurangi biaya operasional, menarik nasabah baru, menciptakan image global banking, serta memperluas jangkauan layanan (Andreas, 2017:8). Dalam ruang lingkup akuntansi, internet banking dapat diklasifikasikan sebagai bagian dari Sistem Informasi Akuntansi (SIA) yang ikut melibatkan nasabah dalam sistem pemrosesan transaksi yang terotomatisasi. Sistem pemrosesan transaksi berfungsi untuk merekam berbagai kegiatan ekonomi ke dalam transaksi keuangan, mencatatnya dalam sistem, dan melaporkannya kepada pengguna akhir baik pihak internal maupun eksternal. Sistem ini berperan penting dalam memberikan kemudahan dan kelancaran dalam proses akuntansi (Gunawan, 2014:23).

Industri perbankan sudah banyak mengadopsi teknologi internet dengan online banking dan terus berusaha meningkatkan pelayanan kepada nasabahnya secara mudah, cepat dan nyaman. Penerapan teknologi internet sebagai salah satu usaha bank dalam meningkatkan pelayanannya merupakan aset yang dapat memenangkan persaingan dalam industri perbankan. Perbedaan antara internet banking dengan bentuk jasa perbankan fisik adalah keterlibatan sistem informasi yang lebih bersifat modern dalam berinteraksi dengan nasabahnya. Internet banking digunakan untuk mempermudah nasabah-nasabahnya melakukan transaksi perbankan. Aksesibilitas 24 jam, kenyamanan dalam bertransaksi (tidak perlu antrian), kecepatan aliran informasi merupakan kelebihan yang ditawarkan internet banking. Selain itu, manfaat lainnya adalah kemudahan dalam mengakses

rekening, membayar tagihan, mentransfer dana. Penerapan internet banking juga memberikan manfaat lainnya dari sisi intern bank itu sendiri, yaitu: pengurangan jumlah teller, proses administrasi menjadi lebih sederhana. Bank Sinarmas yang merupakan bank kelas menengah bertekad menawarkan berbagai kemudahan bagi nasabahnya melalui ATM, call center 24 jam dan internet banking. Bank Sinarmas bertekad menjadi the best bank di bank kelas menengah dengan memperhatikan kultur para nasabah, karena nasabah kelas menengah mengadopsi kualitas pelayanan dengan prosentase antara penggunaan sistem dengan personal touch menjadi fifty-fifty (Info Bank, Agustus 2017).

Untuk bertahan dalam lingkungan insustri internet banking, bank perlu memfasilitasi nasabahnya dengan kualitas jasa yang sangat baik untuk mempertahankan nasabah lama maupun mendapatkan nasabah baru. Bank Sinarmas didirikan pada tanggal 18 Agustus 1989 di hadapan Notaris Buniarti Tjandra, SH., di Jakarta, yang pada mulanya bernama Bank Shinta Indonesia. Bank ini memulai kegiatan usaha perbankan pada bulan Maret 1990. Kemudian pada tahun 1994, Bank Shinta Indonesia mendapatkan status sebagai Bank Persepsi, yaitu sebagai bank yang ditunjuk untuk melakukan pembayaran transaksi keuangan pemerintah. Status tersebut kemudian berubah menjadi Bank Devisa pada tahun 1995 dengan surat penunjukkan dari Bank Indonesia, Bank Sinarmas bisa melakukan aktivitas perbankan dalam valuta asing.

Pada tahun 2005, Bank Shinta Indonesia diambil alih kepemilikannya oleh PT. Sinar Mas Mulitarnya Tbk. Kemudian pada bulan Desember 2006 bank tersebut berubah namanya menjadi Bank Sinarmas, pada tanggal 13 Desember 2010, untuk memenuhi arahan dari Bank Indonesia, Bank Sinarmas menjadi perusahaan Go Public dan mencatatkan saham perdana di Bursa Efek Indonesia. Berkat pertumbuhan usaha yang cukup signifikan mempengaruhi sentimen positif harga saham Bank Sinarmas, sehingga tidak mengherankan jika masyarakat pemodal mulai berburu untuk memiliki saham perusahaan tersebut. Perkembangan usaha tersebut terlihat dari total aset yang dimiliki, sehingga akhir desember 2017, bank ini tercatat memiliki aset sebesar 11,2 triliun rupiah dengan jaringan kantor sebanyak 110 unit. Bahkan pada perkembangan selanjutnya hingga awal september

2017 bank ini telah memiliki kantor sebanyak 364 unit yang telah terhubung secara **online** yang dilengkapi teknologi perbankan.

Bahkan Bank Sinarmas telah memiliki teknologi terintegrasi, sehingga tidak mengenal ruang dan waktu dalam memberi pelayanan kepada masyarakat. Beberapa teknologi modern tersebut antara lain, Phone Banking, Internet banking, Dan Automatic Teller Machine (ATM). Bank Sinarmas merupakan pemain baru dalam mengaplikasikan fasilitas internet banking, diperlukan informasi dan pengidentifikasian dimensi kualitas pelayanan apa saja yang dibutuhkan (tingkat kepentingan) oleh nasabah dan bagaimana tingkat penilaian nasabah terhadap kinerja kualitas pelayanan internet banking yang telah berjalan selama ini. Pengidentifikasian ini sebagai dasar pengevaluasian dan perbaikan kualitas pelayanan yang akhirnya akan mendorong kepuasan nasabah pemakai internet banking dan terjalin hubungan yang baik antara bank dengan nasabah.

Aplikasi mobile banking PT Bank Sinarmas Tbk SimobiPlus berhasil menyabet penghargaan Excellence in Mobile banking dalam acara 9th Annual Retail Banker Asia Trailblazer Awards 2018 di Singapura. Mobile banking memungkinkan nasabah melakukan transaksi secara sederhana, cepat, dan fleksibel. Hal ini sejalan dengan visi dan misi perusahaan menjadi payment and transactional Bank dengan berbasis digital financial solution. Di era teknologi yang serba praktis dan simpel, tantangan perbankan bukan lagi hanya sekadar berapa banyak jaringan yang dimiliki. Tetapi, sejauh mana bank berinovasi untuk menjalankan layanan yang dalam hal ini berupa digital banking salah satunya adalah mobile banking. Oleh sebab itu, Bank Sinarmas menghadirkan aplikasi mobile banking yang disebut dengan SimobiPlus. SimobiPlus memiliki berbagai keistimewaan yang memudahkan nasabah seperti Finger Print Login sehingga kita tidak perlu repot-repot memasukkan nomor PIN seperti mobile banking lainnya. Selain itu, nasabah akan dimanjakan dengan fitur View Transaction sehingga memudahkan untuk verifikasi transaksi yang dilakukan

Internet banking menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan. Keuntungan dari menyediakan layanan internet banking bagi bank adalah menghemat biaya pencetakan formulir yang harus diisi nasabah untuk

bertransaksi, brosur, katalog, dan menggantinya dengan data elektronik. Akan tetapi internet banking juga membuka peluang timbulnya kejahatan. Seperti halnya masalah keamanan dan kerahasiaan data pribadi maupun keuangan dalam internet banking seringkali dipertanyakan oleh nasabah sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan internet banking. Internet banking yang mampu meyakinkan nasabahnya akan keamanan dan kerahasiaan data nasabah akan memperoleh kepercayaan dari nasabah.

Kepercayaan akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya. Kepercayaan dipengaruhi oleh nilai lebih, komunikasi dan pengendalian perilaku oportunitis. Kepercayaan secara jelas sangat bermanfaat dan penting untuk membangun hubungan, walaupun menjadi pihak yang terpercaya perbankan tidak mudah untuk meraihnya dan memerlukan usaha bersama, keyakinan satu pihak (konsumen) pada keamanan data pribadi, adanya ruang privasi dan unsur etika pada pihak bank akan memberikan nilai lebih. Nilai lebih merupakan suatu tahap dimana mitra bisnis memiliki keyakinan mengenai tingkah laku, tujuan dan peraturan yang penting atau tidak penting, tepat atau tidak tepat dan benar atau salah (Morgan, et.al 2010: 58). Nilai-nilai yang terkandung dalam suatu produk merupakan hal mendasar untuk mengembangkan kepercayaan. Pihak- pihak dalam relationship yang memiliki perilaku, tujuan dan kebijakan yang sama akan mempengaruhi kemampuan mengembangkan kepercayaan. Pihak- pihak yang terlibat sulit untuk saling percaya apabila ide masing-masing pihak tidak konsisten. Maka dari itu untuk menumbuhkan kepercayaan maka mutlak dibutuhkan nilai lebih. Untuk membangun hubungan jangka panjang dengan nasabahnya maka bank harus selalu berkomunikasi dengan nasabahnya sehingga nasabah merasa aman dan percaya terhadap bank tersebut karena nasabah dapat dengan mudah memperoleh informasi yang mereka inginkan dari bank tersebut. Pada tahap dimana suatu sistem online dapat mempertinggi komunikasinya yang meliputi keterbukaan, kecepatan dalam merespon dan kualitas informasi akan mempengaruhi kemampuan sistem online teknologi GPRS yang dilakukan dari ponsel tersebut untuk memenuhi kebutuhan pengguna internet banking.

Pengendalian perilaku oportunitis dapat terjadi dalam transaksi internet banking dimana ketika pihak bank menghubungkan informasi ke server setelah itu dihubungkan ke nasabah, pihak server bisa dengan mudah memberikan informasi yang tidak lengkap maupun informasi yang tidak mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Konsumen yang tidak mendapatkan informasi yang lengkap tentang kualitas suatu produk, seringkali kehilangan kepercayaan untuk melakukan transaksi online.

Hal ini juga telah dibahas dalam penelitian yang berjudul “Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet banking di Surabaya: oleh Maharsi dan Fenny dalam Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, Vol. 8, NO. 1, Mei 2016: 35-51 ISSN:4425:7411. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan apakah kepercayaan mempengaruhi loyalitas pengguna terhadap internet banking di Surabaya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 106, yang merupakan pengguna internet banking dari bank BCA, Lippo, Mandiri, Niaga, BII, Permata, Bukopin dan Mega. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa pengendalian perilaku oportunitis merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepercayaan nasabah terhadap internet banking, diikuti oleh nilai lebih dan komunikasi, penelitian ini juga membuktikan bahwa kepercayaan berperan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas pengguna internet banking. Dan di penelitian lain yang dilakukan oleh Indah Merina dan Verawaty (2016) dengan judul “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Trust Dan Pengaruh Trust Terhadap Loyalty Pengguna Internet banking”. Jurnal MBiA. ISSN 1411-1616 Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh shared value, communication, opportunistic behaviour control, dan self-efficacy terhadap trust pengguna internet banking dan pengaruh trust terhadap loyalty pengguna internet banking di Palembang. Populasi pada penelitian ini adalah semua nasabah bank pengguna internet banking dan bank yang menerapkan internet banking di Palembang (Bank Mandiri, Bank BNI, Bank BRI, Bank Sumsel Babel, Bank BCA, Bank Mega, Bank Permata, Bank CIMB Niaga, Bank BII, dan Bank Bukopin). Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling yaitu penulis membagikan kuesioner kepada pengguna internet banking dan bank yang menerapkan internet banking. Hasil pengujian yang telah

dilakukan terhadap semua hipotesis menghasilkan kesimpulan bahwa semua faktor berpengaruh secara signifikan terhadap trust dan trust juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna internet banking di Palembang.

Oleh karena itu, harus ada pengendalian perilaku oportunitis. Semakin banyaknya jumlah bank baik konvensional maupun syariah yang menawarkan fasilitas internet banking menyebabkan terjadinya persaingan yang kompetitif antar bank. Kondisi ini memicu bank untuk meningkatkan loyalitas nasabahnya dan salah satunya yaitu kepercayaan nasabah terhadap penggunaan internet banking.

Semakin banyaknya jumlah bank baik konvensional maupun syariah yang menawarkan fasilitas internet banking menyebabkan terjadinya persaingan yang kompetitif antar bank. Kondisi ini memicu bank terlebih bank untuk meningkatkan loyalitas nasabahnya dan salah satunya yaitu kepercayaan nasabah terhadap penggunaan internet banking. Untuk meningkatkan kepercayaan nasabah pengguna internet banking maka sangat penting bagi bank untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah pengguna internet banking. Pentingnya bagi bank untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan nasabah pengguna internet banking menimbulkan ketertarikan penulis untuk mengangkat judul “Pengaruh Nilai Lebih, Komunikasi, dan Pengendalian Perilaku Oportunitis Tingkat Kepercayaan Nasabah dalam menggunakan Internet Banking (Studi Kasus di PT. Bank Sinarmas Cabang Rawamangun)”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut maka dirumuskan suatu pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh nilai lebih terhadap tingkat kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking di PT. Bank Sinarmas Cabang Rawamangun
2. Seberapa besar pengaruh komunikasi terhadap tingkat kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking di PT. Bank Sinarmas Cabang Rawamangun
3. Seberapa besar pengaruh pengendalian perilaku oportunitis terhadap tingkat

kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking di PT. Bank Sinarmas Cabang Rawamangun

4. Seberapa besar pengaruh nilai lebih, komunikasi, dan pengendalian perilaku oportunitis terhadap tingkat kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking di PT. Bank Sinarmas Cabang Rawamangun

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh nilai lebih terhadap tingkat kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking di PT. Bank Sinarmas Cabang Rawamangun
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi terhadap tingkat kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking di PT. Bank Sinarmas Cabang Rawamangun
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengendalian perilaku oportunitis terhadap tingkat kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking di PT. Bank Sinarmas Cabang Rawamangun
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh nilai lebih, komunikasi dan pengendalian perilaku oportunitis secara simultan terhadap tingkat kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking di PT. Bank Sinarmas Cabang Rawamangun.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya antara lain adalah. Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi wawasan serta menambah khasanah kepustakaan khususnya di bidang perilaku konsumen.

Membantu para peneliti berikutnya untuk menelaah pengaruh nilai lebih, komunikasi dan pengendalian perilaku oportunitis dalam pengambilan langkah dan keputusan berbisnis. Melalui hasil penelitian ini semoga dapat diambil pengaruh positif dari nilai lebih, komunikasi dan pengendalian perilaku oportunitis bagi perusahaan. Dan juga dapat memahami perilaku nasabah sehingga mengetahui faktor-faktor yang dapat membangun tingkat kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking.

2. Bagi Regulator

Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam menjalankan strategi bisnis, yaitu penerapan nilai lebih, komunikasi dan pengendalian perilaku oportunitis yang berdampak pada tingkat kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking. Dengan pemahaman tersebut, diharapkan perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga pada akhirnya memberikan dampak pada keuntungan jangka panjang bagi perusahaan dan dapat bertahan dalam persaingan yang kompetitif.

3. Bagi Investor

Hasil penelitian ini dapat digunakan investor sebagai bahan masukan yang membutuhkan informasi yang berkaitan dengan penelitian dan data perusahaan.