

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi, para pelaku bisnis di dunia dihadapkan pada perubahan lingkungan yang serba cepat dan dinamis. Organisasi membutuhkan teknologi informasi agar terus dapat bertahan menghadapi persaingan. Oleh karena itu, organisasi dituntut untuk mengembangkan sistem informasi yang relatif *fit* untuk menghadapi ketidakpastian lingkungan bisnis. Lebih jauh dinyatakan bahwa perlu dilakukan upaya yang terus-menerus dalam menjaga dan memperbaiki kualitas sistem yang saat ini dikembangkan.

Arief Wibowo (2008) mengatakan kecenderungan *End User Computing* dipengaruhi oleh meningkatnya pengetahuan tentang komputer di pihak pengguna seiring dengan peningkatan teknologi perangkat keras dan perangkat lunak yang dapat digunakan. Perkembangan sistem informasi yang semula berbasis *client-server* menjadi berbasis web yang diproses di sisi *client*, telah melahirkan sikap penerimaan atau penolakan dari *user* dalam proses penggunaannya. Dalam kerangka manajemen hubungan pelanggan, sistem informasi yang penggunaannya relatif diterima oleh pengguna (pelanggan) akan meningkatkan nilai layanan yang diberikan institusi di mata pelanggannya. Oleh karenanya perlu diketahui bagaimana sikap dan perilaku yang dirasakan *user* terhadap sistem informasi yang digunakan.

Menurut Davis dalam Rustiana (2006), ada dua sebab orang menerima dan menolak aplikasi teknologi informasi, yakni : pertama orang cenderung menggunakan atau tidak menggunakan teknologi informasi, karena mereka percaya bahwa teknologi informasi ini mampu membantu (mempersulit) dalam melakukan tugas-tugas dengan lebih baik. Variabel ini disebut sebagai *perceived usefulness*. Kedua, sekalipun user potensial percaya bahwa sistem ini berguna, namun pada saat yang sama mereka juga mempercayai bahwa sistem ini terlalu sulit untuk digunakan. Variabel ini disebut sebagai *perceived ease of use*.

Perceived usefulness (PU) didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan individu yang menggunakan sistem informasi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya, sedangkan *perceived ease of use* (PEOU) mengacu pada tingkat kepercayaan individu bahwa menggunakan sistem informasi bebas dari usaha, yang berarti mudah, bebas dari kesulitan atau tidak perlu usaha yang besar untuk memahami sistem informasi tersebut.

Penelitian mengenai perilaku penerimaan dan penggunaan teknologi telah banyak dilakukan dan diuji dalam perspektif yang berbeda. Berdasarkan berbagai model yang telah diteliti, *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diadopsi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) menawarkan penjelasan yang kuat dan efisien untuk menguji perilaku penerimaan dan penggunaan sistem informasi oleh pemakai. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), penerimaan pemakai terhadap suatu sistem informasi

ditentukan oleh dua faktor kunci yakni *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEOU).

Dari berbagai model yang telah diteliti, *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diadopsi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) menawarkan sebagai landasan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai perilaku pengguna dalam penerimaan dan penggunaan SI (Davis et al.) dalam Rini Handayani (2007). Model TAM berasal dari teori psikologi untuk menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi. Tujuan model ini adalah untuk dapat menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri. Model ini akan menggambarkan bahwa penggunaan SI akan dipengaruhi oleh variabel kemanfaatan (*usefulness*) dan variabel kemudahan (*ease of use*), dimana kedua variabel memiliki determinan yang tinggi dan validitas yang telah teruji secara empiris Davis dalam Rini Handayani (2007).

Perkembangan teknologi informasi meliputi perkembangan infrastruktur TI, seperti *hardware*, *software*, teknologi penyimpanan data (*storage*) dan teknologi komunikasi. Perkembangan TI tidak hanya mempengaruhi dunia bisnis, tetapi juga bidang-bidang lain, seperti kesehatan, pendidikan dan pemerintahan. Perkembangan teknologi informasi, terutama pada era informasi berdampak signifikan terhadap sistem informasi akuntansi (SIA) dalam suatu perusahaan. Dampak yang dirasakan secara nyata adalah

pemrosesan data yang mengalami perubahan dari sistem manual ke sistem komputer.

Triandis dalam Rini Handayani (2007) mengemukakan bahwa perilaku seseorang merupakan ekspresi dari keinginan atau minat seseorang (*intention*), keinginan atau minat (*intention*) dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, perasaan (*affect*), dan konsekuensi-konsekuensi yang dirasakan (*perceived consequences*). Davis et al. dalam Rini Handayani (2007) juga mengemukakan bahwa adanya manfaat yang dirasakan oleh pengguna SI akan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan SI. Sedangkan Thompson et al. dalam Rini Handayani (2007) menyatakan bahwa keyakinan seseorang akan kegunaan SI akan meningkatkan minat mereka dan pada akhirnya individu tersebut akan menggunakan SI dalam pekerjaannya. Venkatesh et al, dalam Rini Handayani (2007) menyatakan bahwa terdapat adanya hubungan langsung dan signifikan antara minat pemanfaatan SI terhadap penggunaan SI.

Sri Maharsi (2007) mengatakan bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989, adalah model penerimaan pengguna pada suatu sistem informasi, sesuai dengan TAM, penggunaan sistem paling dipengaruhi oleh minat untuk menggunakan (*behavioral intentions toward usage*). *Behavioral intentions toward usage* dipengaruhi oleh dua kepercayaan, yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap kemudahan (*perceived ease of use*). *Perceived usefulness* diartikan sebagai tingkat

dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya, dan *perceive ease of use* diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*). *Perceive ease of use* juga berpengaruh pada *perceived usefulness* yang dapat diartikan bahwa jika seseorang merasa sistem tersebut mudah digunakan maka sistem tersebut berguna bagi mereka.

Pengguna internet banking di Indonesia masih banyak yang menggunakan internet banking hanya sekedar melihat saldo, padahal layanan *internet banking* diberikan oleh bank dengan tujuan utama memberikan kemudahan kepada pengguna. Pelayanan perbankan melalui internet tersebut berupa situs dari suatu bank tertentu yang menyediakan pelayanan perbankan langsung tanpa perlu datang ke bank yang bersangkutan. Dengan adanya situs ini, pengguna akan semakin mudah untuk melakukan kegiatan perbankan karena mereka dapat mengakses situs tersebut dan menggunakan fitur-fitur yang ada di dalamnya seperti cek saldo, mutasi rekening sampai transfer, melakukan pembayaran tagihan, pembelian voucher Prabayar, dan lain-lain, di mana saja dan kapan saja, asalkan memiliki koneksi ke internet. Kemudahan lainnya ialah karena situs itu sama seperti situs-situs lain pada umumnya, sehingga pengguna dapat secara langsung mengakses.

Internet banking dapat digunakan untuk bermacam-macam transaksi *online* beberapa diantaranya adalah : 1) untuk mengecek saldo rekening dan *history* transaksi bank; 2) membayar macam-macam tagihan; 3) transfer antar *account*. Diharapkan transaksi yang ditawarkan oleh bank semakin

berkembang sesuai kebutuhan setiap nasabah, karena internet banking adalah *customer based* sehingga pangsa pasar yang dilayani diharapkan akan semakin luas.

Bagi pihak bank, *internet banking* memberikan beberapa keuntungan. Keuntungan pertama adalah *business expansion*. Dahulu sebuah bank harus memiliki beberapa kantor cabang untuk beroperasi di berbagai tempat. Usaha ini memerlukan biaya yang tidak kecil. Kemudian hal ini dipermudah dengan hanya meletakkan mesin ATM sehingga dengan adanya mesin ATM tersebut dapat hadir di berbagai tempat.

Seiring dengan perkembangan Teleworking, muncul teknologi *internet banking* dan *phone banking* yang dengan menggunakan teknologi Teleworking mulai menghilangkan batas fisik, batas ruang dan waktu. Layanan perbankan dapat diakses dari mana saja di seluruh Indonesia, dan bahkan dari seluruh dunia. Keuntungan kedua adalah *customer loyalty*. Pengguna, khususnya yang sering bergerak (*mobile*), akan merasa lebih nyaman untuk melakukan aktivitas perbankannya tanpa harus membuka *account* di bank yang berbeda-beda di berbagai tempat. Keuntungan ketiga adalah *revenue and cost improvement*. Biaya untuk memberikan layanan perbankan melalui *internet banking* dapat lebih murah daripada membuka kantor cabang. Keuntungan keempat adalah *competitive advantage*. Bank yang tidak memiliki mesin ATM akan sukar berkompetisi dengan bank yang memiliki banyak mesin ATM. Demikian pula bank yang memiliki *internet banking* akan memiliki keuntungan dibandingkan dengan bank yang tidak

memiliki *internet banking*. Di masa yang akan datang, pengguna memiliki kecenderungan untuk membuka *account* di bank yang memiliki fasilitas *internet banking*. Keuntungan yang kelima adalah *new business model*. *Internet banking* memungkinkan adanya model bisnis yang baru. Sedangkan bagi pengguna, *internet banking* memberikan keuntungan yaitu dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan karena dengan menggunakan *internet banking* transaksi perbankan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja (tidak terbatas ruang dan waktu), aman dan lebih cepat bila dibandingkan mengantri di Bank ataupun di mesin ATM.

Untuk membangun hubungan jangka panjang dengan penggunanya maka bank harus selalu berkomunikasi dengan penggunanya sehingga pengguna merasa aman dan percaya terhadap bank tersebut karena pengguna dapat dengan mudah memperoleh informasi yang mereka inginkan dari bank tersebut. Meskipun berbagai keuntungan ditawarkan melalui *internet banking*, sistem ini kurang diminati dan sangat jarang digunakan oleh pengguna yang memiliki fasilitas untuk mengakses *internet banking*. Sebagian besar pengguna tersebut lebih memilih mengantri di bank atau menggunakan ATM (*Automated Teller Machines*) untuk melakukan transaksi perbankan padahal mereka dimungkinkan untuk menggunakan *internet banking*.

Di satu sisi teknologi Teleworking dari *internet banking* sangat bermanfaat tetapi di sisi lain ternyata *internet banking* kurang diminati oleh pengguna yang memiliki kemudahan untuk mengakses fasilitas dari *internet*

banking yang hanya sedikit saja pengguna yang menggunakan *internet banking*. Dengan semakin banyaknya jumlah bank yang menawarkan fasilitas *internet banking* menyebabkan terjadinya persaingan yang kompetitif antar bank. Kondisi ini memicu bank untuk meningkatkan minat penggunanya dan salah satunya yaitu minat penggunaan teknologi Teleworking terhadap *internet banking*. Untuk meningkatkan minat pengguna terhadap *internet banking* maka sangat penting bagi bank untuk mengetahui persepsi pengguna akan kemudahan dan manfaat teknologi Teleworking dalam mempengaruhi minat penggunaan teknologi Teleworking.

Dari fakta inilah menimbulkan ketertarikan untuk meneliti tentang persepsi pengguna akan kemudahan dan manfaat teknologi Teleworking dalam mempengaruhi minat penggunaan teknologi Teleworking, karena dengan mengetahui persepsi pengguna akan kemudahan dan manfaat teknologi Teleworking, pihak bank penyedia layanan *internet banking* dapat mendorong minat pengguna yang sebenarnya memiliki fasilitas dalam mengakses *internet banking* sehingga mereka mau menggunakan *internet banking*.

1.2. Rumusan Masalah

Sesuai *Technology Acceptance Model (TAM)*, persepsi pengguna terhadap manfaat yang diperoleh (*Perceived Usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dalam mempengaruhi minat penggunaan teknologi Teleworking bagi pengguna *internet banking* dan dengan berdasarkan pada kajian empiris

penelitian-penelitian sebelumnya, maka penulis ingin menguji kembali dengan merumuskan masalah:

1. Apakah persepsi pengguna akan kemudahan teknologi Teleworking berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi Teleworking?
2. Apakah persepsi pengguna akan manfaat teknologi Teleworking berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi Teleworking?

1.3. Batasan Masalah

Sehubungan dengan masalah yang ada, maka penelitian ini akan dibatasi hanya pada beberapa permasalahan, yaitu:

1. Teleworking yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sistem komunikasi dan transaksi perbankan yang dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja dengan memiliki fasilitas dalam mengakses teknologi yang berupa *internet banking*, sehingga pengguna dapat menyimpan, mengambil, mengubah, mengolah dan mengkomunikasikan informasi yang diterima.
2. Responden dalam penelitian ini adalah semua nasabah yang memiliki fasilitas menggunakan teknologi Teleworking (dalam hal ini internet banking).
3. Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*), diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*).

4. Persepsi manfaat (*Perceived usefulness*), diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh persepsi pengguna akan kemudahan dan manfaat Teleworking terhadap minat penggunaan teknologi Teleworking.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan analisis dan evaluasi bagi perusahaan yang menggunakan teknologi Teleworking dalam meningkatkan minat penggunaan teknologi Teleworking di masa mendatang.
2. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan bagi penulis melalui aplikasi konsep dan teori yang sudah diperoleh dalam kuliah.
3. Penelitian ini dapat menjadi literatur bagi pihak-pihak yang terkait untuk penelitian berikutnya.

1.6. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II PERSEPSI PENGGUNA AKAN KEMUDAHAN DAN MANFAAT TEKNOLOGI TELEWORKING DALAM MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN TEKNOLOGI TELEWORKING

Bab ini berisi tinjauan pustaka, khususnya hasil penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai landasan teori penelitian untuk mengembnagkan hipotesis dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang mencakup tentang metode dan aat anáalisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV ANALISIS DATA

Bab ini berisi anáalisis data untuk menguji hipotesis berdasarkan data yang diperoleh serta hasil dari pengujian hipótesis.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, implikasi serta saran penelitian selanjutnya.