BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi seperti saat ini, persaingan bisnis antar perusahaan semakin ketat di pasar domestik maupun internasional. Perusahaan yang ingin perkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus mampu memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas. Era persaingan bisnis yang begitu kuat dan ketat seperti yang terjadi sekarang ini, menuntut semua perusahaan untuk lebih agresif dan berani dalam mengambil keputusan serta menerapkan strategi perusahaannya sehingga bisa menjadi lebih unggul dari para pesaing. Namun untuk menjadi perusahaan yang benar-benar unggul dalam persaingan dunia usaha dan bisnis bukanlah sebuah perkara yang mudah. Agar dapat bertahan dalam persaingan tersebut, selain diperlukan pengelolaan manajemen yang bagus, dibutuhkan pula kecermatan strategi dari para pengambil keputusan dan kinerja perusahaan yang maksimal. Strategi adalah kunci dari kesuksesan suatu perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam menyelaraskan antara strategi dan kinerja perusahaan akan memberikan hasil yang maksimal.

Ada empat faktor yang menyebabkan persaingan dan globalisaasi bisnis meningkat: (1) kemajuan dalam bidang transformasi dan komunikasi, yang menghemat biaya pengiriman serta membuat perdagangan internasional menjadi

lebih mudah. (2) keinginan konsumen akan produk lebih murah dan bermutu tinggi telah mengurangi hambatan perdagangan yang dirancang untuk melindungi pabrik yang tidak efisien dan berbiaya tinggi. (3) pemindahan fasilitas produksi ke Negara yang biaya produksinya paling rendah. (4) Teknologi yang semaki canggih telah menyebabkan meningkatnya biaya pengembanga produk baru. (Brigham, 2001:8). Teknologi juga dipandang sebagai strategi untuk memperkokoh keunggulan kompetitif dan sebagai support dari strategi kompetitif perusahaan dalam menghadapi pesaingan.

Persaingan global di segala bidang yang semakin meningkat menjadikan Teknologi Informasi (TI) sebagai suatu kebutuhan yang tidak dapat ditinggalkan. Dalam dekade terakhir, banyak organisasi bisnis yang berinvestasi untuk teknologi baru, teknologi komputer, dan menggunakan proses baru dan untuk menjaga agar tetap bertahan dalam dunia persaingan usaha yang semakin kompetitif. Suku bunga yang meningkat pesat dan investasi dalam teknologi informasi telah membuat riset dan investigasi faktor-faktor yang berkaitan dengan penggunaan teknologi baru dan bagaimana organisasi bisnis mengelola penggunaan teknologi sangat penting dilakukan untuk menunjang keberhasilan proses penggunaannya. Teknologi juga dipandang sebagai strategi untuk memperkokoh keunggulan kompetitif dan sebagai support dari strategi kompetitif perusahaan. Semakin maju lembaga keuangan, semakin cepat perekonomian untuk tumbuh dan berkembang. Diera teknologi dan informasi ini, industri perbankan akan cenderung ketinggalan jika tidak menyediakan

layanan elektronik (Brigham, 2011:227) Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi, dan *internet* menyebabkan mulai munculnya aplikasi bisnis yang berbasis elektronik.

Electronic banking adalah salah satu jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan, dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui *internet* (Tampubolon, 2004). Perkembangan teknologi dan *internet* juga melahirkan *internet banking* sebagai salah satu fitur layanan perbankan. Sebagai sarana bagi nasabah untuk berhubungan dengan bank tanpa kunjungan ke lokasi cabang tertentu, hubungan yang dilakukan cukup melalui computer dan *internet*. *Interent banking* membuka paradigma baru, struktur baru dan strategi yang baru bagi bank, dimana bank menghadapi keremapatan dan tantangan yang baru. Pada tahun 1983, *Nottingham Building Society* biasa disingkat sebagai NBS, meluncurkan layanan perbankan internet pertama di Inggris. Layanan ini membentuk dasar untuk sebagian besar fasilitas internet perbankan yang diikuti. Fasilitas ini sangat tidak dikembangkan dengan baik dan membatasi jumlah fungsi transaksi yang bisa dieksekusi oleh pemegang rekening. Fasilitas yang diperkenalkan oleh *Nottingham Building Society* ini merupakan sistem yang diambil dari sistem Prestel, sistem yang digunakan oleh departemen pelayanan pos Inggris.

Selain sistem pelayanan untuk pos di inggris, banyak manfaat yang bisa diambil dari pengadaan *internet banking* tersebut. Melalui *internet banking* nasabah dapat melakukan berbagai transaksi, contohnya meliputi transfer rekening baik dengan bank yang sama maupun dengan bank domestik, transaksi pembayaran (telepon, kartu kredit, internet, listrik, dan lainnya), penempatan deposito berjangka, informasi rekening dan kartu kredit, informasi aktivitas transaksi, informasi suku bunga dan kurs, serta berbagai transaksi lainnya. Semuanya hanya perlu dilakukan dengan mengujungi situs *internet banking* itu sendiri, tidak perlu antri seperti yang dilakukan ketika berkunjung ke kantor cabang, terlebih lagi, layanan *internet banking* ini terbuka dua puluh empat jam satu minggu penuh. Bagi bank *Internet banking* merupakan strategi bersaing, diharapkan dapat mencapai efisiensi dan efektifitas dengan memangkas jalur distribusi dan pemasaran dan berbagai pembiayaan sehingga profit bisa meningkat, dengan dicapai efisensi dan efektiitas maka akan perpengaruh terhadap kinerja bank sendiri. Banyaknya waktu, biaya, dan tenaga yang bisa kita simpan melalui pemanfaatan *internet banking* tersebut.

Internet banking memungkinkan bank untuk mengurangi biaya operasional kantor yang mahal, *internet banking* akan mengurangi nasabah yang datang ke bank, sehingga bank dapat menggunakan kantor yang lebih kecil dan pegawai yang lebih sedikit (Sunarto, 2010:34). *Internet banking* dianggap sebagai suatu proses inovasi yang memiliki fungsi utama sebagai subtitusi pengadaan kantor cabang untuk memperluas jasa perbankan (De Young *et al*, 2006). Hal ini di dukung oleh peryataan

Yusnaini (2010) dengan adanya *internet banking* juga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yaitu business expansion, dahulu sebuah bank harus memiliki kantor cabang untuk beroperasi di tempat tertentu, kemudian hal ini dipermudah dengan hadirnya ATM, *phone banking* dan sekarang *internet banking*. Berdasarkan survei *sharing vision* tahun 2011, pengguna *internet banking* di Indonesia kurang menyukai layanan perbankan melewati cabang fisik lagi. Kenyamanan (*convenience)* dan kemudahan yang diberikan *internet banking* membuat nasabah yang telah menggunakan *internet banking* merasa kurang membutuhkan layanan di cabang *(branch)*. Hal itu ditambah juga dengan penghematan biaya transportasi maupun penghematan waktu. Tentu juga didukung dengan fitur *internet banking* yang telah ada (http://www.infobanknews.com).

Meski menawarkan berbagai manfaat faktanya minat nasabah untuk menggunakan fasilitas *internet banking* masih rendah, Jumlah nasabah di Indonesia yang menggunakan *internet banking* pada tahun 2001 saja hanya sebesar 293.351 orang, yang jika dirata-rata setiap bulan hanya ada 8.149 nasabah baru, sedangkan pengguna internet di Indonesia tumbuh lebih dari 1.150 persen dalam 10 tahun terakhir (www.internetworldstats.com). Jika dilihat dari jumlah pengguna *internet* di Indonesia, perkembangan *internet banking* seharusnya bisa lebih masif. Ada tiga faktor yang memengaruhi kondisi tersebut. Pertama, kualitas layanan *internet banking* belum merata. Kedua, keandalan dan keamanan. Ketiga, seperti halnya SMS *banking* dan *mobile banking*, *internet bangking* juga belum memiliki regulasi khusus

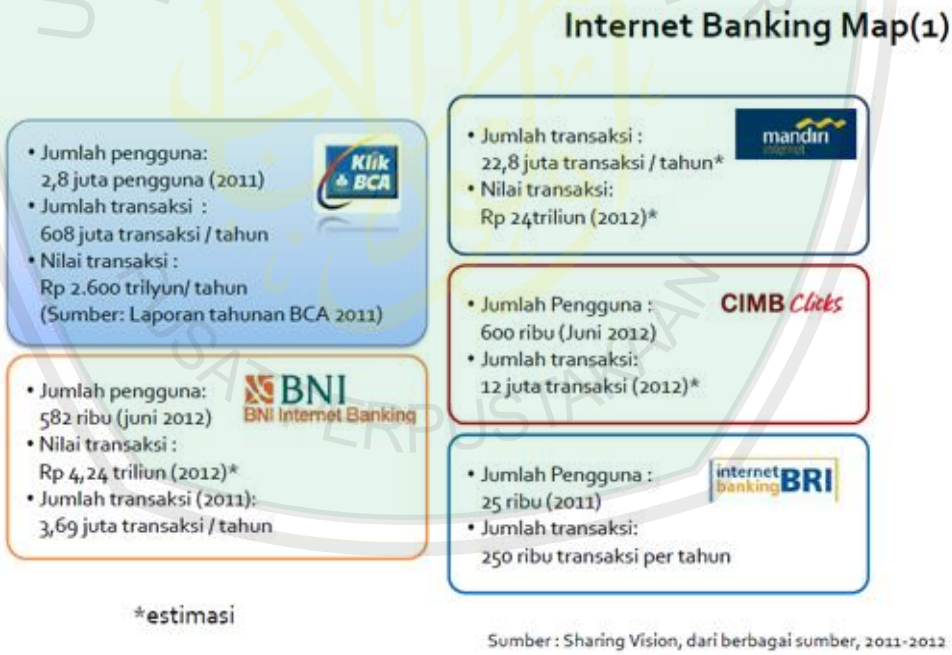
lex specialis. Semuanya masih dinaungi peraturan yang bersifat umum. Akibatnya ketentuan soal proteksi nasabah kurang dibidik (Localhost.com).

Di Indonesia Pengaturan *internet banking* tidak terlepas dari Undang-Undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 beserta undang-undang perubahannya, yakni Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998. Bagi bank memberikan pelayanan yang mudah, cepat dan murah merupkan celah atau peluang bisnis. Mereka tetap dapat memperoleh *fee* dalam layanan ini. Memenuhi kebutuhan nasabah jelas merupakan alasan pertama mengapa bank harus menyediakan layanan *e-banking* (ATM, *Phone banking, Internet Banking, Mobile banking*). Tapi, untuk menyediakan layanan ini bank harus siap melakukan investasi teknologi yang tidak sedikit. Apalagi teknologi informasi terus berkembang, sehingga bank harus siap melakukan belanja modal lebih dari sekali, jika tidak ingin layanan *e-banking*nya ketinggalan.

Dapat dipahami bahwa, layanan ini tidak hanya meningkatkan kepuasan nasabah. *E-banking* juga dapat meningkatkan sumber pendapatan bagi bank. Ada pendapat yang mengatakan bahwa jika nasabah puas dengan layanan *e-banking* sebuah bank, nasabah akan terus menggunakan layanan tersebut. Otomatis, volume transaksi *e-banking* di bank tersebut akan tinggi. Ini berarti, mereka harus rela melakukan investasi untuk mebangun sekaligus memelihara sistem. Memang kendala yang dihadapi oleh dunia perbankan adalah kompleks dan mahalnya teknologi informasi, karena sebagian besar teknologi ini masih disuplay oleh vendor-vendor luar negeri. Bank Permata, misalnya, butuh investasi US$10 juta untuk

mengembangkan layanan *e-banking.* Investasi ini digunakan untuk *switching system,* ATM, *Electronic data capture,* dan *internet banking.* Bank Permata mengaku tidak mengutip ongkos sama sekali layananan *e-Banking.* Hanya sms dan *internet banking* yang ada biaya. Besar biaya mengikuti masing-masing *provider.* Biaya yang ditetapkan *provider* antara Rp100-Rp900 per SMS untuk *mobile banking* (Latumaerissa, 2011:228). Perkembangan beberapa bank penyedia *internet banking* di Indonesia pada tahun 2011-2012 antara lain sebagai berikut:

Gambar 1.1
***Internet Banking* Map**



Pada *internet banking* map diatas dapat diketahui bahwa bank BNI memiliki 582 ribu jumlah pengguna dengan total transaksi 4.24 triliun per tahun 2012, kemudian bank BRI adalah bank yang memiliki jumlah pengguna *internet banking*

paling sedikit yaitu 25 ribu per tahun 2011 dengan total transaksi 250 ribu transaksi pertahun. Berbeda tipis dengan BNI pengguna *internet banking* bank CIMB *cliks* sebesar 600 ribu per tahun 2011 dengan jumlah transaksi 250 ribu transaksi per tahun. Bank mandiri memilikijumlah transaksi sebesar 22.8 juta transaksi per tahun dengan nilai transaksi 2.4 triliun per tahun 2012. Bank Danamon Indonesia Tbk (Danamon) targetkan transaksi *internet banking* 2012 bisa tumbuh 50% atau mencapai 2,25 juta transaksi per bulan. Tahun 2011 berhasil membukukan transaksi *internet banking* mencapai 1,5 juta transaksi Angka tersebut sudah pasti mewakili tingkat jumlah transaksi tiap bank. Jumlah pengguna *internet banking* terbanyak terbanyak pada periode tersebut adalah pengguna bank BCA yaitu 2,8 juta pengguna dengan jumlah transaksi 608 juta transaksi per tahun. Bank Central Asia (BCA) mencatat kenaikan laba bersih 7,7% menjadi Rp 3,359 triliun dari periode sama tahun sebelumnya (Rp 3,121 triliun) didorong peningkatan *fee based income*, salah satunya adalah pendapatan dari transaksi melalui *interenet banking.*

Banyaknya jumlah pengguna *internet banking* di Indonesia pada tahun 2012 didukung oleh perbandingan *unique visit* ke situs *online banking* pada Januari 2010 dengan yang terjadi pada 2011. Indonesia memiliki pertumbuhan tertinggi dengan peningkatan jumlah *unique visitors* sebanyak 72 persen, Filipina menempati peringkat kedua dengan pertumbuhan sebanyak 39 persen, sementara itu di peringkat ketiga dengan persentase pertumbuhan sebanyak 35 persen ditempati oleh Vietnam, Malaysia memiliki jumlah pengguna *online banking* terbesar diantara enam pasar

Asia yang diteliti, Negara tersebut memiliki 2.7 juta pengguna pada Januari 2011. Meskipun memiliki jumlah pengguna terbesar namun tingkat pertumbuhan pengguna *online banking* hanya sebesar 16%, Hong Kong adalah negara dengan penetrasi pasar *online banking* terbesar dengan pengguna *online banking* merepresentasikan 35.5% jumlah populasi yang online (www.comScore), Singapore mencatat pertumbuhan pengguna sebesar 14% (Warta digital.com). Adapun total transaksi *internet banking* pada tahun 2001 mencapai Rp 7,45 triliun dan meningkat pada tahun 2004 menjadi Rp 35,51 triliun (www.ictwatch.com).

Perbandingan pengguna *internet banking* diatas menunjukan banyaknya persaingan perbankan baik dari segi teknologi, mutu, harga, waktu dan semua faktor-faktor lain yang ditetapkan oleh standar internasional merupakan isu utama bagi dunia bisnis, dan bukan merupakan suatu rahasia lagi jika suatu perusahaan ingin bertahan dalam persaingan global, yang perlu diperhatikan adalah bagaimana agar dapat beroperasi pada tingkat yang paling efektif dan efisien guna dapat mencapai tingkat produktifitas yang optimal. Efektifitas, efisiensi, dan produktifitas telah meningkat secara drastis, memungkinkan diferensiasi produk dalam jenis-jenis yang semakin heterogen dengan kualitas dan pelayanan yang semakin meningkat serta harga bersaing (Fauziah, 1988).

Peningkatan pengguana *internet banking* di Indonesia dan Negara-negara lain bisa berdampak terhadap pendapatan operasional bank dan *profitabilitas* atau kinerja

bank, Menurut Arifin (2005:135) Keuntungan atau laba di pengaruhi oleh tiga factor yaitu harga jual produk, biaya dan volume penjualan. Sedangkan Konsep penjualan (*The selling Concept*) mengacu pada Philiip Kotler (1997:5) dimana konsep dalam menjual produk terdiri dari tiga konsep yaitu: (1) perencanaan dan operasi berorientasi kepada produk dengan volume penjualan yang tinggi, (2) alat yang dipergunakan untuk meningkatkan penjualan adalah promosi yang gencar, (3) tujuan akhir adalah memenuhi atau mencapai tujuan perusahaan (laba) dengan mengusahakan volume penjualan semaksimal mungkin. Menurut Cannon (2009:47). Penjual *online*, sebagai contoh amazon, dell, dan zappos, membutuhkan volume penjualan yang tinggi bisa mengimbangi investasi besar yang harus mereka lakukan dalam *e-commerce* dan sistem logistik. Dapat disimpulkan bahwa semakin banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan *internet banking* maka hal tersebut bisa berdampak pada *profitabilitas* maupun kinerja perbankan.

Kinerja merupakan salah satu faktor penting yang menunjukkan faktor efektifitas dan efisiensi suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuannya. Kinerja keuangan bank merupakan salah satu dasar penilaian terhadap kemampuan bank dalam menjalankan fungsinya sebagai penghimpun dan pengelola dana masyarakat Penilaian kinerja dimaksudkan untuk menilai keberhasilan suatu organisasi. Penurunan kinerja secara terus menerus dapat menyebabkan terjadinya *financial distress* yaitu keadaan yang sangat sulit bahkan dapat dikatakan mendekati kebangkrutan. *Financial distress* pada bank-bank apabila tidak segera diselesaikan

akan berdampak besar pada bank-bank tersebut dengan hilangnya kepercayaan dari nasabah. Kondisi persaingan antar bank yang begitu ketat dan ancaman likuidasi bagi bank-bank yang bermasalah membuat para bankir harus bekerja lebih keras (Permatasari, 2012).

Menurut Maholtra (2009) menyatakan bahwa bank dengan *internet banking* memiliki asset yang lebih bagus, nasabah yang lebih banyak, dan biaya operasional yang lebih rendah dari pada bank *non internet banking.* Sedangkan de young *et al* (2006) menyatakan bank dengan *internet banking* memiliki ROA dan ROE lebih bagus dari pada bank *non internet banking.* Selain itu perbankan dengan *internet banking* meiliki peramalan menghadapi resiko kredit yang lebih kecil dari pada bank *non internet banking* (Pradhana, 2007). Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *interet banking* memiliki dampak pada kinerja bank.

Puspitasari (2003) menyatakan bahwa rasio CAMEL merupakan faktor pembentuk kinerja bank di Indonesia. Salah satu model yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan khususnya perbankan adalah rasio keuangan model CAMEL. Almilia (2005) juga meneliti tentang rasio CAMEL sebagai alat untuk memprediksi keadaan bermasalah dari sebuah bank. Rasio-rasio yang digunakan dalam penelitian tersebut antara lain CAR, ATTM, APB, NPL, PPAP, rasio pemenuhan PPAP, ROA, ROE, NIM, BOPO, dan LDR. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa hanya CAR dan BOPO dapat meprediksi kondisi kesulitan keuangan pada perbankan Indonesia.

Beberapa penelitian tentang kinerja bank diantaranya Febriyanti dan Zulfadin (2003) yang menggunakan *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE) dan *Loan to Deposit Ratio* (LDR) untuk menguji perbedaan antara bank devisa dan bank non devisa. Sari (2006) yang mengukur perbedaan tingkat kesehatan dengan berbagai pendekatan rasio keuangan. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah ROA dan CAR merupakan faktor paling dominan dalam menentukan tingkat kesehatan bank. Dari penjelasan diatas maka peneliti menggunakan rasio Capital, Asset, Management, Earning, dan Liquidity atau CAMEL sebagai alat untuk mengukur kinerja keuangan bank, dengan menghitung dari komponene *capital* menggunakan rasio CAR kemudian komponen *asset* menggunakan rasio KAP, dari komponen *management* menggunakan rasio NPM, dari *earning* menggunakan rasio ROA, ROE, dan BOPO, untuk *likuiditas* menggunakan rasio LDR, dengan beberapa tingkatan yaitu: tingkatan sehat, cukup sehat, kurang sehat, dan tidak sehat. .

Studi tentang kinerja keuangan bank dan *internet banking* terus dilakukan, pro-kontra tentang effek penyediaan *internet banking* juga berkembang dalam pembuktiaan studi tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh De young *et al* (2006) menunjukan bahwa bank-bank dengan *internet banking* memiliki perkembangan ROA dan ROE signifikan lebih baik dan secra ekonomis dan statistic dibandingkan dengan bank-bank yang tidak menawarkan *internet banking*. Penelitian ini didukung oleh Frust *et a*l (2000) menunjukkan bahwa bank-bank dengan internet banking memiliki retrun on equity (ROE) yang lebih tinggi dan rasio *non-interst expenses*

terhadap *net operating income* yang lebih rendah disbanding bank-bank tanpa *internet banking.* Okiro (2013) *internet banking* memiliki peningkatan kinerja dari industri perbankan yaitu lebih efisiensi , efektif dan produktivitas. Hasan *et al,* (2002) juga menyatakan bahwa Adanya korelasi signiikan antara penawaran *internet banking* dan profitabilitas bank.

Sementara Maholtra (2009) mengatakan bahwa *Internet banking* memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap profitabilitas (ROA&ROE) sektor bank swasta. Hal ini serupa dengan hasil penelitian sathye (2005) bahwa *internet banking* tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja dan profil dan resiko pada bank. Di indonesia sendiri penelitian dilakukan oleh Pradhana (2007) dengan membandingkan kinerja bank pengguna *internet banking* dan bank yang tidak memiliki *internet banking* hasilnya adalah dengan adanya *internet banking* memilki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bank-bank di Indonesia . Adapun pengaruh tersebut memberikan tanda negatif bagi profitabilitias bank yang berarti *internet banking* justru mengurangi profitabilitas bank yang bersangkutan. Profitabilitas bank dengan *internet baking* hanya selesih sedikit dengan bank *non-internet banking*

Di Indonesia banyak bank-bank umum yang yang aktif dalam penyediaan dan peng-update-an situs resminya. Namun belum tentu penyediaan *website* tersebut diikuti dengan *internet banking*. Jika memang *internet banking* turut mendukung kinerja keuangan, tentunya hal ini bisa mendorong bank-bank lain untuk memuali berinvestasi teknologi, khususnya pada *internet banking* itu sendiri. Namun perlu

dipelajari apakah dengan pengadaan *internet banking* dapat meningkatkan kinerja perbankan dengan meningkatkan pendapatan atau mengurangi beban biaya.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah ada pebedaan kinerja keuangan perbankan sebelum dan selama menggunakan *internet banking?*

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui kinerja keuangan sebelum dan selama menggunakan *internet banking.*

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berbagai pihak. Adapun manfaat penelitian ini antara lain:

1. Bagi penulis

   Penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan tambahan pengetahuan tentang bidang keuangan dan dapat digunakan untuk mengaplikasikan segala pengetahuan serta pengalaman yang diperoleh selama dibangku kuliah.

2. Bagi Bank

   a. Bagi Manajer

      Dapat digunakan untuk mengetahui kinerja bank sebelum dan selama penggunaan *internet banking* sehingga dapat dijadikan salah satu pedoman bagi manajer dalam mengambil keputusan dimasa yang akan datang.

b. Bagi Nasabah

Hasil dari penelitan ini dapat dijadikan salah satu tolak ukur dalam menilai keberhasilan bank dalam menjalankan usahanya.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat menambah perbendaharaan kepustakaan dan dapat digunakan sebagai bahan kajian dan pengambangan penelitian-penelitian yang selanjutnya dengan permasalahan yang sejenis.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti dibatasi pada beberapa permasalahan yaitu:

1. Penelitian ini menggunakan rasio keuangan untuk menngukur kesehatan Bank Dengan menggunakan CAMEL, dengan indikator rasio CAR, KAP, NPM, ROA, ROE, BOPO, dan LDR.