

**INOVASI PERBANKAN SYARIAH DALAM MEMBERIKAN LAYANAN
TERHADAP NASABAH**

**(Study terhadap Pengaruh Sosial Dalam Menarik Minat Dan Manfaat
Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di BSI Bondowoso)**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh:

**Syamsuddin Kahfi
NIM. 083143266**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
DESEMBER 2021**

**INOVASI PERBANKAN SYARIAH DALAM MEMBERIKAN
LAYANAN TERHADAP NASABAH**
(Study Terhadap Pengaruh Sosial Dalam Menarik Minat Dan Manfaat
Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di BSI Bondowoso)

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Syamsuddin Kahfi

NIM: 083143266

Disetujui Pembimbing



Ana Pratiwi, MSA

NIP. 1988092320190322003

**INOVASI PERBANKAN SYARIAH DALAM MEMBERIKAN
LAYANAN TERHADAP NASABAH**
**(Study Terhadap Pengaruh Sosial Dalam Menarik Minat Dan Manfaat
Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di BSI Bondowoso)**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Kamis
Tanggal : 30 Desember 2021

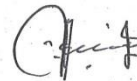
Tim Penguji

Ketua



Nurul Setianingrum. S.E., MM
NIP.196905231998032001

Sekretaris



Suprianik M.Si
NIP. 198404162019032008

Anggota:

1. Dr. Nurul Widya Islami Rahayu
2. Ana Pratiwi MS,a



Menyetujui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Rofiqul Huda Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 196808072000031001

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

(QS: Al-insyirah 5)¹



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

¹ Ust salim Bahreis, *ALquran terjemah*, CV. Sahabat Ilmu Surabaya 2019. h 597

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat saya kasihi dan saya sayangi:

1. Orang tua Tercinta. Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu Rahmatin Khalis dan Urifatin dan Abah Holillurrohman yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Abah bahagia.
2. Kakak-kakak pramuka UIN Khas Jember yang telah ikut serta membantu dalam penyelesaian Tugas akhir ini. Tiada yang paling mengharukan saat kumpul bersama kalian setiap waktu. Terimakasih atas do'a dan dukungan kalian selama ini. Maaf belum bisa menjadi adik dan kakak yang baik.
3. Untuk Teman-Teman yang selalu suport, maknyak squad, teman kerja, pramuka tak omesh, SuroRockers dan CAFERS. Terimakasih telah ada dan mensupport selama ini baik suka dan duka.
4. Untuk teman kelas J6 (enam) terimakasih atas segala warna yang telah kalian berikan selama di bangku kuliah. Terimakasih.
5. Teman-teman Perbankan Syariah Angkatan 2014. Terimakasih banyak untuk bantuan dan kerjasamanya selama ini.
6. Serta semua pihak yang sudah membantu selama penyelesaian Skripsi ini.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, serta inayahnya kepada penulis, sehingga sampai saat ini masih bisa merasa kenikmatan Iman dan Islam, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: Inovasi Perbankan Syariah Dalam Memberikan Layanan Terhadap Nasabah (Study Terhadap Pengaruh Sosial Dalam Menarik Minat Dan Manfaat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di BSI Bondowoso)

Shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, para sahabat, serta para pengikutnya yang setia sampai akhir zaman. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan Penulis. Sehingga Penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya. Penghargaan dan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada pimpinan, karyawan, serta para nasabah yang telah ikut berpartisipasi dalam penyelesaian penelitian ini moril maupun materil.

Karena itupula, dari lubuk hati yang paling dalam penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada segenap pihak yang membantu dan mendukung penulis

dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih dan rasa hormat penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE.,MM selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Jember
2. Bapak Khamdan Rifa'I, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Nurul Setianingrum, SE., MM selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah
4. Ibu Ana Pratiwi. M.Sa selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis.
5. Ibu Nurul Setianingrum, SE., MM Selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
6. Kepada tim penguji skripsi kami yang diantaranya: ibu Nurul Setianingrum sebagai ketua sidang. Dr. Nurul Widya Islami Rahayu, sebagai penguji utama. ibu Ana Pratiwi, sebagai penguji pendamping dan ibu Suprianik, sebagai Sekretaris sidang.
7. Untuk lembaga penelitian yakni Bank Syariah Indonesia Cabang Bondowoso yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk dapat melakukan penelitian di lembaganya. Do'a terbaik kami adalah semoga BSI Cabang Bondowoso tetap solid, barokah, bermanfaat dan tambah jaya kedepannya. Tetap semangat meskipun banyak halangan dan rintangan yang membentang di depan mata.
8. Segenap Guru maupun Dosen yang sudah mendidik dan memberikan ilmunya kepada penulis.

9. Civitas Akademika Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Jember, 23 Desember, 2021

Penulis

Syamsuddin Kahfi



ABSTRAK

Syamsuddin Kahfi, Ana Pratiwi, MS,a, 2021. *Inovasi Perbankan Syariah Dalam Memberikan Layanan Terhadap Nasabah (Study Terhadap Pengaruh Sosial Dalam Menarik Minat Dan Manfaat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di BSI Bondowoso)*

Pada era globalisasi ini, Indonesia terus berkembang dalam bidang pelayanan transportasi umumnya dengan menggunakan sistem pembayaran modern dengan menggunakan uang elektrik, yang bekerja sama dengan beberapa bank swasta di Indonesia yang menerbitkan uang elektrik dalam bentuk *E-Money Card*. Perkembangan teknologi internet ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanan. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di Indonesia baik bank pemerintah maupun swasta, karena media *internet* adalah suatu inovasi yang cukup memberi peluang dan menantang dalam pengembangannya.

Fokus penelitian ini adalah sebagai berikut: 1). Bagaimana Pengaruh *Internet Banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking*? 2). Bagaimana Pengaruh Sosial Terhadap Minat *Internet Banking*?

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: 1). Untuk mengetahui pengaruh *internet banking* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. 2). Untuk mengetahui pengaruh sosial terhadap minat *internet banking*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian *Life History*, dimana penelitian ini menitik beratkan kepada fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan dalam situasi tertentu. Metode kualitatif digunakan untuk mengkaji, menguraikan, menggambarkan sesuatu dengan menggunakan bahasa yang telah dipilih oleh peneliti agar mudah dipahami oleh pembaca saat memahami isi penelitian dengan baik.

Hasil dari penelitian ini adalah Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1). Pengaruh *Internet Banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* sangat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat ulang penggunaan internet banking. 2). *Internet Banking* memiliki beberapa kemudahan dalam melakukan transaksi yang diantaranya adalah Informasi Rekening, Informasi Saldo, Mutasi Rekening, Transfer Dana, Transfer Antar Rek, Transfer Ke Bang Lain, Transaksi Terjadwal, Tambah Transfer Dan Lihat Status sehingga kemudahan-kemudahan yang dimiliki oleh aplikasi ini memiliki pengaruh sangat signifikan dalam minat para nasabah.

Kata Kunci: Inovasi Perbankan, Layanan dan *Internet Banking*

ABSTRACT

Syamsuddin **Kahfi**, Ana Pratiwi, MS,a, 2021. *Inovasi Perbankan Syariah Dalam Memberikan Layanan Terhadap Nasabah (Study Terhadap Pengaruh Sosial Dalam Menarik Minat Dan Manfaat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di BSI Bondowoso)*

In this era of globalization, Indonesia continues to develop in the field of public transportation services using modern payment systems using electric money, in collaboration with several private banks in Indonesia that issue electricity money in the form of E-Money Cards. The development of internet technology was adopted by the banking industry to develop services. This opportunity is used by banks in Indonesia both government and private banks, because internet media is an innovation that is quite an opportunity and challenging in its development.

The focus of this research is as follows: 1). How do Internet Banking Influencers Affect Customer Interest in Using Internet Banking? 2). How Does Social Influence On Internet Banking Interests?

While the purpose of this study is as follows: 1). To find out the impact of internet banking on customer interest in using internet banking. 2). To find out the social influence on internet banking interests.

This research uses a qualitative approach using a type of Life History (phenomenological) research where this study focuses on phenomena that occur in the field in certain situations. Qualitative methods are used to review, decipher, describe something using a language that has been chosen by the researcher to be easily understood by the reader when understanding the content of the research well.

Based on the results of the analysis and discussion that has been done, it can be concluded as follows: 1). The impact of Internet Banking Towards Customer Interest in Using Internet Banking has a significant influence on the re-interest in genius internet banking use. 2). Internet Banking has several conveniences in making transactions which include Account Information, Balance Information, Account Mutation, Fund Transfer, Transfer Between Rek, Transfer To Another Bank, Scheduled Transaction, Add Transfer And See Status so that the conveniences owned by this application have a very significant influence in the interests of customers.

Keywords: Banking Innovation, Service and Internet Banking

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Lembar Persetujuan Pembimbing	ii
Lembar Pengesahan	iii
Motto.....	iv
Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Abstrak.....	ix
Daftar Isi.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Istilah.....	10
F. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	13
A. Penelitian Terdahulu.....	13
B. Kajian Teori	31
1. Perbankan Syariah.....	31

2. Internet Banking.....	42
3. Pelayanan	50
4. Minat Nasabah	61
BAB III METODE PENELITIAN.....	69
A. Pendekatan dan jenis Penelitian.....	69
B. Teknik Pengumpulan Data.....	69
C. Analisis Data.....	70
D. Keabsahan Data	71
E. Tahap-tahap Penelitian	72
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA	75
A. Profil Lokasi Penelitian	75
B. Penyajian Data	78
C. Analisis Data.....	101
BAB V PENUTUP.....	129
A. Kesimpulan	129
B. Saran	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN-LAMPIRAN	130

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, Indonesia terus berkembang dalam bidang pelayanan transportasi umumnya dengan menggunakan sistem pembayaran modern dengan menggunakan uang elektrik, yang bekerja sama dengan beberapa bank swasta di Indonesia yang menerbitkan uang elektrik dalam bentuk *E-Money Card*. Perkembangan teknologi *internet* ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanan. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di Indonesia baik bank pemerintah maupun swasta, karena media *internet* adalah suatu inovasi yang cukup memberi peluang dan menantang dalam pengembangannya. Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi (*electronic transaction*) dalam bentuk *internet banking*, *mobile banking* yang berbasis handphone (*phone banking*), penggunaan ATM (*Authomatic Teller Machine*), *Credit Card* dan lain sebagainya merupakan keharusan bagi bank-bank di Indonesia untuk merebut pangsa pasar. Saat ini *internet banking* menjadi perhatian utama dan senjata yang revolusioner strategis operasional bank, untuk *delivery* maupun untuk persaingan antar bank. *Online banking* diperkenalkan sebagai *channel* dimana nasabah bank dapat

melakukan aktivitas finansial perbankan secara elektronik melalui *website* bank.¹

Perkembangan dunia perbankan yang diiringi pula dengan bertumbuhnya minat masyarakat terhadap layanan yang ditawarkan oleh perbankan semakin menggembirakan. Salah satu aspek perkembangan dunia perbankan pada dasarnya di tandai dengan adanya berbagai jumlah program dan layanan yang ditawarkan pada perbankan itu sendiri, seperti: kemudahan dalam bertransaksi, penawaran teknologi yang modern sehingga pada diri masyarakat memiliki banyak pilihan dalam menggunakan layanan tersebut secara cepat, tepat dan efisien. Bagi kalangan masyarakat dunia perbankan merupakan suatu kebutuhan dan mitra dalam menjalankan setiap transaksi yang dibutuhkan. Bagi para pelaku bisnis dunia perbankan merupakan darah yang tidak bisa dipisahkan dalam setiap langkahnya mereka yang berperan menghimpun dan menyalurkan dana yang ada.

Perkembangan teknologi yang terjadi saat ini menjadi tantangan utama perbankan dalam menghadapi persaingan yang kian keras pada masa akan datang. Era digital membawa perubahan besar dalam tingkah laku nasabah bank. Penggunaan teknologi di bidang perbankan sangatlah penting dalam mempercepat inklusi finansial. Oleh sebab itu, regulator seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI) pun terus

¹<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/individu>. Diakses pada 20 Desember 2021.

mendorong perbankan nasional untuk dapat menyeimbangi tingkah laku nasabah yang sudah masuk dalam era digital.

Volume transaksi kanal digital PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (BSI) tumbuh signifikan sepanjang triwulan pertama 2021. Nilainya hingga Maret 2021 lalu sudah menembus Rp40,85 triliun, dengan kontribusi terbesar berasal dari transaksi melalui layanan BSI Mobile yang naik 82,53% secara tahunan (yoy). Sepanjang Januari-Maret 2021, volume transaksi di BSI Mobile mencapai Rp17,3 triliun. Akumulasi transaksi dari platform tersebut mencapai 14,65 juta, tumbuh 72,35% yoy.

Secara umum, kenaikan volume transaksi melalui *channel* digital banking BSI sampai Maret 2021 naik 43,3% yoy. Selain disumbang oleh transaksi BSI Mobile (42%), kenaikan ini juga ditopang aktivitas nasabah pada kanal *internet banking* (24%); kartu debit/kredit (17%); dan ATM (14%).

Jumlah besar ini muncul salah satunya didorong oleh peningkatan transaksi nasabah selama pandemi Covid-19. Direktur Utama BSI Hery Gunardi mengatakan, sebagai super apps BSI Mobile menyediakan tidak hanya layanan perbankan atau transaksi finansial namun juga aktivitas yang berkaitan dengan gaya hidup sehari-hari nasabah.

“Pengembangan ekosistem digital produk dan fitur BSI Mobile akan terus dilanjutkan, dalam waktu dekat diharapkan BSI Mobile dapat dimanfaatkan nasabah dan masyarakat luas untuk mengakses pembiayaan,” kata Hery.

BSI Mobile menghadirkan sederet solusi untuk mempermudah nasabah di antaranya fitur pembukaan rekening online; kemudahan transaksi bagi nasabah melalui fitur transfer, belanja online, transaksi QRIS, top up pulsa, beli token listrik, top up e-wallet, dan pembayaran sekolah. BSI Mobile juga memiliki fitur produk BSI Tabungan E-Mas dan juga Gadai Emas via Online.

BSI Mobile juga menyediakan fasilitas pembayaran Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf (ZISWAF), sehingga diharapkan BSI Mobile tidak hanya sebagai sahabat finansial yang membantu pengelolaan keuangan, namun juga sahabat sosial yang memudahkan untuk berbagi kepada sesama, dan sahabat spiritual yang mengajak nasabah meningkatkan spiritual.

Pada momentum Ramadan tahun ini, BSI juga tengah mensosialisasikan penggunaan QRIS kepada masyarakat sebagai salah satu instrumen pembayaran ZISWAF. Kenaikan volume transaksi terbesar dicatatkan oleh QRIS yaitu sebesar 5182% secara yoy menjadi Rp4,7 miliar. Dengan adanya QRIS ini, diharapkan bisa mendukung pengembangan ekosistem halal.²

Dari berbagai layanan yang ditawarkan oleh dunia perbankan maka banyak keuntungan yang diperoleh oleh kedua belah pihak antar dari pihak perbankan ataupun dari pihak nasabah itu sendiri, bahkan dewasa ini banyak perbankan yang memberikan keuntungan yang tidak sedikit bagi

² <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-catat-volume-transaksi-digital-tembus-rp4085-triliun-bsi-mobile-naik-82>. Diakses pada 19 september 2020.

bank dan nasabah yakni dengan kemudahan layanan yang diberikan perbankan kepada para nasabah dan beberapa pengguna bisnis.³

Semakin banyak jasa-jasa yang ditawarkan oleh perbankan untuk para nasabahnya maka semakin meningkat pula keuntungan dan kepercayaan para nasabah pada dunia perbankan. Kelengkapan itu ditentukan oleh sebuah permodalan bank serta kesiapan bank dalam menyediakan sumber daya manusia (SDM) yang bisa memenuhi dalam menjalankan tugas dari perbankan, disamping itu juga banyak didukung dengan layanan yang mudah dan efektif dalam melakukan transaksi.⁴ Pada era reformasi saat ini banyak pelaku bisnis atau konsumen yang lebih mengutamakan kemudahan dalam segala yang digelutinya, apalagi ketika dalam melakukan transaksi berbagai macam kemudahan yang didapat seperti kemudahan yang fleksibel, efisien dan kesederhanaan. Dalam kenyataan ini merupakan tantangan besar bagi perbankan untuk berinovasi dan berkreasi serta dapat memanjakan konsumennya.⁵

Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan tindakan pada suatu objek. Keamanan yang dirasakan oleh nasabah menjadi faktor terkuat yang mempengaruhi pembentukan minat nasabah untuk menggunakan layanan *e-banking*. Bank-bank di negara-negara berkembang sebaiknya mempertimbangkan keamanan dari layanan

³ <https://biz.kompas.com/read/2019/10/18/105224128/digital-banking-kian-digemari-pengguna-brimo-tembus-22-juta-orang>. diakses pada 26 September 2020.

⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada 2015), 36-39.

⁵ Riswandi, Budi, Agus, *Aspek Hukum Internet*, (Jakarta, PT Radja Grafindo Persada 2005), 119.

*internet banking*⁶ dan sekaligus sebagai tantangan untuk meningkatkan kualitas keamanan dari layanan *e-banking* karena layanan ini menggunakan *internet* sebagai media komunikasi maka keamanan dari *e-banking* bergantung pada keamanan dari *internet* itu sendiri. Hal tersebut didukung oleh penelitian Ahmad dan Pambudi (2014) yang menyatakan bahwa keamanan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-banking*.

Dalam berbagai aspek kegiatan bisnis banyak kemudahan yang didapat dengan berkembang pesatnya teknologi informasi (TI). TI dapat memenuhi semua kebutuhan informasi dunia bisnis dengan sangat cepat, tepat waktu, relevan dan akurat. Dimana penerapan TI bagi perusahaan mempunyai peranan penting dan dapat menjadi pusat strategis bisnis untuk memperoleh keunggulan bersaing sehingga saat ini TI sudah menjadi kebutuhan dasar bagi setiap perusahaan, terutama dalam menjalankan segala aspek aktifitas organisasi.⁷ Teknologi informasi ini juga merupakan perangkat penting untuk memperkuat daya saing perbankan.

Nasabah dapat melakukan transaksi *non cash* setiap saat dengan mudah dan nyaman dengan mengakses melalui komputer (jaringan *internet*). Inovasi pelayanan perbankan melalui teknologi *internet banking*

⁶ Sekaran, Uma, *Studi Pasar Mobile Banking & Internet Banking Indonesia 2012*. (MARS Indonesia, 2013), 23.

⁷ Nasution, *Manajemen Pelayanan Terpadu Edisi Kedua*, (Jakarta : Ghalia Indonesia 2005), 3.

diharapkan dapat menekan *transactional cost* dan antrian yang terjadi di kantor-kantor bank.⁸

Teknologi semakin canggih, semua aktivitas sehari-hari pun semakin mudah, termasuk dalam hal bertransaksi. Kini telah populer apa yang disebut uang elektronik (kartu *e-money*), yaitu alat pembayaran dengan nilai uang telah tersimpan secara elektronik pada *server* atau pun kartu. Kartu *e-money* ini kemudian dapat digunakan untuk transaksi pembayaran di *internet* maupun *merchant-merchant* yang telah bekerja sama dengan bank penerbit kartu *e-money*. Menjadi populer karena *e-money* telah gencar digunakan untuk bertransaksi toko *online* maupun *offline*. Bahkan, fasilitas-fasilitas umum telah memperkenalkan *e-money* sebagai pembayaran tol, *commuterline*, transjakarta, parkir, dan masih banyak lagi. Ada beberapa kelebihan *e-money* dibanding uang fisik. Pertama, Anda bisa melakukan berbagai transaksi tanpa membawa banyak uang fisik. Kedua, Anda bisa melakukan transaksi lebih cepat karena tinggal mengurangi nilai di *e-money* sesuai dengan nilai transaksi, tak perlu menghitung berlembar uang. Namun, ada juga kekurangan *e-money*. Pertama, belum semua transaksi bisa memakai *e-money* karena *e-money* baru bisa dipakai di *merchant* yang bekerja sama dengan penerbit. Kedua,

⁸ <https://www.bing.com/search?q=bsi+catat+volume+transaksi+digital&qs=n&form=QBRE&sp=-1&pq=bsi+catat+volume+transaksi+digital&sc=0-34&sk=&cvid=FD5139AFEDC8496CA5D791456A8D3F8B>. diakses pada 15 September 2021.

risiko seluruh uang hilang ketika pengguna kehilangan kartu atau piranti yang dipakai menyimpan *e-money*.⁹

Kemudahan merupakan salah satu faktor yang penting bagi pengguna untuk bertransaksi menggunakan *e-banking* dengan fleksibilitas waktu dan tempat, karena dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Selain itu *internet banking* dapat di akses dengan mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam bertransaksi. Dalam *e-banking* bila jasa yang diberikan suatu bank dipersepsikan mudah maka nasabah akan terdorong untuk selalu menggunakan *e-banking*.¹⁰ Hasil penelitian terdahulu seperti penelitian Pertiwi (2013) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan *Internet Banking*.

Dengan teknologi yang terus berevolusi itu membuat industri perbankan yang mana, mayoritas bank-bank nya mulai menggeser peran dan fungsi kantor cabang (*brick channel*) berbentuk fisik seperti ATM (*Automatic Teller Machine*), EDC (*Electronic Data Capture*), maupun media layanan elektronik non-fisik seperti *Internet Banking* dan *SMS Banking*.

Dengan latar belakang diatas penulis tertarik mengangkat sebuah judul Inovasi Perbankan Syariah Dalam Memberikan Layanan Terhadap Nasabah (Studi Terhadap Pengaruh Sosial Dalam Menarik Minat dan

⁹ Setyo Fery Wibowo. 2017. *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Mahasiswa Stie Ahmad Dahlan Jakarta)*. Balance Vol. XIV No. 2 | Juli 2017.

¹⁰ Rahmayanti, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. (Yogyakarta: Graha Ilmu 2010), 5.

Manfaat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking Di BSI Kabupaten Bondowoso)

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana Pengaruh *Internet Banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking*?
2. Bagaimana Pengaruh Sosial Terhadap Minat *Internet Banking*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang disebutkan di atas maka dapat dirumuskan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *internet banking* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.
2. Untuk mengetahui pengaruh sosial terhadap minat *internet banking*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang diberikan setelah selesai penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan dalam bersifat teoritis dan praktis seperti kegunaan bagi instansi penulis.¹¹

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini, dapat menjadi bahan untuk memverifikasi teori yang berhubungan dengan perbankan syariah di lingkungan akademisi atau masyarakat.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Peneliti

¹¹ Suharto dkk., *Pedoman penulisan*,40.

Penelitian ini dapat menambah wawasan penulisan karya ilmiah yang baik serta memberi wawasan perbankan syariah di lingkungan akademisi atau masyarakat.

b. Bagi UIN Jember

Dapat menambah kepustakaan dalam khazanah keilmuan yang ada di perpustakaan UIN Khas Jember. Khususnya untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian di dalam judul penelitian.¹² Tujuannya untuk mempermudah dalam memahami makna istilah sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti. Dengan adanya definisi istilah akan menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran.

1) Perbankan Syari'ah

Pengertian bank syariah atau bank Islam dalam bukunya Edy Wibowo adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Bank ini tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan al-Quran dan hadits.¹³

2) Internet Banking

Menurut Bank Indonesia, *Internet banking* merupakan salah satu layanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk

¹² Ibid, 42

¹³ Edy Wibowo, dkk, Mengapa Memilih Bank Syariah, Bogor: Ghalia Indonesia cet.I, 2005, h. 33.

memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan *internet*

3) Pelayanan

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal - hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.¹⁴

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini berisi tentang alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Adapun sistematika pembahasan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

BAB I membahas tentang pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

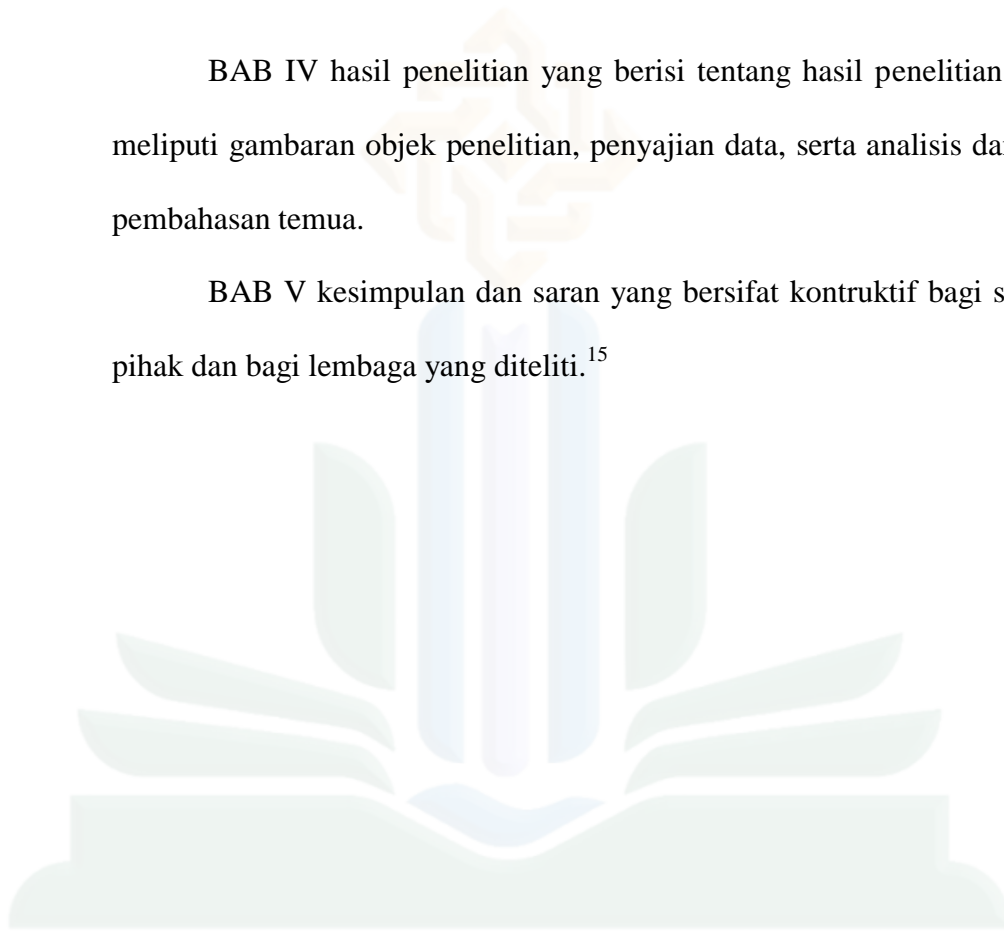
BAB II membahas tentang kajian kepustakaan yang berisi tentang penelitian terdahulu dan kajian teori.

BAB III membahas tentang metode penelitian yang berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

¹⁴ Margaretha. *Kualitas Pelayanan : Teori dan Aplikasi*. (Jakarta: Mandar Maju, 2004), 70.

BAB IV hasil penelitian yang berisi tentang hasil penelitian yang meliputi gambaran objek penelitian, penyajian data, serta analisis dan pembahasan temua.

BAB V kesimpulan dan saran yang bersifat konstruktif bagi semua pihak dan bagi lembaga yang diteliti.¹⁵



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

¹⁵ Ibid, 43.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Adil Setiawan, Muhammad Ryan Darmala dan Nur Fadhila Amri. 2020. Pengaruh *Internet Banking* Dan *Digital Marketing* Terhadap Kinerja Keuangan Bank Bni Syariah Makassar. Jurnal Mirai Management Terakreditasi Nasional e-ISSN : 2597 - 4084, Volume 5 No.1 2020.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Pengaruh *Internet Banking* Dan *Digital Marketing* Terhadap Kinerja Keuangan Bank BNI Syariah Makassar. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari Laporan Keuangan pada PT Bank BNI Syariah Makassar pada tahun 2016-2018. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Internet Banking* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan pada Bank BNI Syariah. Sedangkan variabel *Digital Marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan pada Bank BNI Syariah Makassar. Dan dari kedua variabel *Internet Banking* dan *Digital Marketing* yang berpengaruh dominan terhadap Kinerja Keuangan Bank BNI Syariah Makassar yaitu variabel *Internet Banking*. Secara simultan, variabel *Internet Banking* dan *Digital Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan Bank BNI Syariah Makassar.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada pengaruh adanya pelayanan *internet banking* terhadap minat dan kepuasan nasabah terhadap pelayan yang diberikan oleh lembaga keuangan perbankan, sehingga banyak nasabah yang berminat dan mempercayakan dananya terhadap perbankan. Sedangkan Perbedaannya adalah pada objek, metodologi penelitian dan lokasi penelitian yang digunakan, sehingga dapat diprediksikan bahwa lebih banyak kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.

Novera Dwi Nurhayati, 2020. Skripsi Pengaruh Pengetahuan, Risiko Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus Nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun).

Menurut Bank Indonesia, *internet banking* merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan *internet*. Minat nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun untuk menggunakan *internet banking* kurang karena sebagian besar belum mengetahui tentang *internet banking*. Nasabah lebih tertarik pada mobile BRIS atau BRIS Online daripada *internet banking*. Risiko yang tinggi dan rumit menjadi alasan nasabah tidak menggunakan fasilitas yang ada. Berdasarkan masalah tersebut penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, risiko, kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* di Bank BRI Syariah Kantor

Cabang Madiun, Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan populasi penelitian ini adalah nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun dengan sampel sejumlah 97 orang. Variabel pada penelitian ini terdiri dari pengetahuan (X1), risiko (X2), kemudahan (X3) sebagai variabel independen dan minat nasabah (Y) sebagai variabel dependen. Analisis data yang digunakan adalah validitas, reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji T, uji F dan koefisien determinasi. Dari hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun. Variabel risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun. Variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun, serta variabel pengetahuan, risiko dan kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun. Hasil ini menunjukkan bahwa Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun dapat memulai untuk meningkatkan kemudahan penggunaan serta memperkecil risiko yang mungkin terjadi dalam penggunaan *internet banking*. Selain itu pemberian pengetahuan kepada nasabah juga penting untuk dilakukan dalam rangka memperkenalkan fasilitas yang dimiliki yang pada akhirnya dapat meningkatkan minat

nasabah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun dalam penggunaan *internet banking*.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada pengaruh adanya pelayanan *internet banking* terhadap minat dan kepuasan nasabah terhadap pelayan yang diberikan oleh lembaga keuangan perbankan, sehingga banyak nasabah yang berminat dan mempercayakan dananya terhadap perbankan dikarenakan kenyamanan dan kepuasan yang lebih diutamakan oleh lembaga keuangan perbankan syariah. Sedangkan Perbedaan penelitian ini adalah pada penekanan yang dipaparkan dan metodeologi penelitian yang digunakan. Penekanan pemaparan yakni pada penelitian terdahulu lebih pada manfaat dan resiko pada *internet banking* di lembaga keuangan perbankan tersebut.

Fitra Yusufani, 2018. Skripsi Tanggung Jawab Pihak Bank Terhadap Nasabah Atas Layanan *Internet Banking* (Studi Pada Bank Bri Syariah Cabang Medan).

Kemajuan teknologi di era globalisasi berdampak pada kegiatan perbankan, kehadiran layanan *internet banking* sebagai media alternatif dalam memberikan kemudahan-kemudahan bagi nasabah untuk bertransaksi melalui *internet banking* tidak terlepas dari berbagai risiko yang terjadi dalam layanan *internet banking* tersebut. Pada penulisan skripsi tentang tanggung jawab pihak bank terhadap nasabah atas layanan *internet banking* pada bank BRI Syariah terdapat beberapa rumusan masalah, yang membahas mengenai bagaimana karakter hukum perjanjian

pembuatan layanan *internet banking* pada bank BRI Syariah, bagaimana tanggung jawab dan perlindungan hukum yang diberikan bank BRI Syariah terhadap nasabah serta upaya apa yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah untuk meminimalisir risiko yang terjadi dalam layanan *internet banking*. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dan penelitian hukum empiris dan penelitian ini bersifat deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam metode ini adalah berupa bahan primer dan bahan skunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan serta wawancara. Hasil dari penelitian mengenai tanggung jawab layanan *internet banking* pada bank BRI Syariah cabang Medan terhadap nasabah bahwa karakter hukum perjanjian pembuatan layanan internet banking pada bank BRI syariah termasuk pada perjanjian tertulis, perjanjian baku, perjanjian bersifat kepercayaan, perjanjian pemberian kuasa dan bersifat mengikat yang dibuat dan disepakati oleh pihak bank dan nasabah, bentuk tanggung jawab dan perlindungan hukum yang diberikan oleh bank BRI Syariah kepada nasabanya telah sesuai dengan Undang-Undang yang berlaku akan tetapi pada saat ini belum ada Undang-Undang yang mengatur secara langsung terkait dengan *internet banking*, namun hal tersebut dikaitkan dengan Undang-Undang Perbankan, Peraturan Bank Indonesia, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang tentang Telekomunikasi serta peraturan Perundang-undangan lainnya, upaya yang dilakukan bank BRI

Syariah untuk meminimalisir risiko yang terjadi dalam layanan *internet banking* dengan cara melakukan beberapa kebijakan-kebijakan seperti kebijakan privasi dan kebijakan keamanan dan memberitahu kepada nasabah agar selalu menjaga kerahasiaan data.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada pengaruh adanya pelayanan *internet banking* terhadap minat dan kepuasan nasabah terhadap pelayan yang diberikan oleh lembaga keuangan perbankan, sehingga banyak nasabah yang berminat dan mempercayakan dananya terhadap perbankan dikarenakan kenyamanan dan kepuasan yang lebih diutamakan oleh lembaga keuangan perbankan syariah. Sedangkan Perbedaannya adalah lokasi penelitian dan objek penelitian yang dilakukan pada penelitian terdahulu.

Teni Tri Andani, Zanial Mazalisa dan Eka Puji Agustini. 2019.
Analisis Kualitas Layanan *Internet Banking* Pada Bank Mandiri
Wilayah Palembang Menggunakan Metode Webqual 4.0.

Layanan *internet banking* (*e-banking*) merupakan layanan yang menyediakan fasilitas layanan informasi kebutuhan nasabah bank mandiri lain nya, penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana layanan *e-banking* yang di berikan bank mandiri terhadap nasabah bank mandiri di kota palembang dengan menggunakan metode *webqual* untuk mengukur kualitas layanan *e-banking* bank mandiri di kota palembang yang berdasarkan tiga dimensi indikator pengukuran yaitu *Information Quality* (Kualitas Informasi), *Usability* (Kemudahan Penggunaan), *Information*

Quality (Kualitas Informasi), Pengambilan sampel menggunakan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) dengan menyebarkan kuesioner pengolahan kuesioner dilakukan dengan menguji semua variabel pertanyaan menggunakan factor analysis untuk mendapatkan data grouping yang terjadi pada penilaian responden, oleh karena itu kualitas layanan *e-banking* bank mandiri harus lebih di tingkatkan agar memperoleh kualitas layanan yang lebih baik lagi.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada pengaruh adanya pelayanan *internet banking* terhadap minat dan kepuasan nasabah terhadap pelayan yang diberikan oleh lembaga keuangan perbankan, sehingga banyak nasabah yang berminat dan mempercayakan dananya terhadap perbankan dikarenakan kenyamanan dan kepuasan yang lebih diutamakan oleh lembaga keuangan perbankan syariah. Sedangkan Perbedaan pada penelitian ini dan penelitian terdahulu adalah metodologi penelitian yang digunakan serta pada objek penelitiannya. Sehingga sangat sedikit perbedaan yang terdapat di dalamnya.

Sulistyo Seti Utami dan Berlianingsih Kusumawati. 2017.
Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan *E-Money*
(Studi Pada Mahasiswa Stie Ahmad Dahlan Jakarta). Balance Vol.
XIV No. 2 | Juli 2017.

Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) Menganalisis pengaruh kegunaan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat mahasiswa STIE

Ahmad Dahlan Jakarta dalam menggunakan *e-money*; (2) Menganalisis Pengaruh kegunaan *e-money* terhadap minat mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta dalam menggunakan *e-money*; (3) Menganalisis Pengaruh kemudahan *e-money* terhadap minat mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta dalam menggunakan *e-money*; (4) Menganalisis Pengaruh keamanan *e-money* terhadap minat mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta dalam menggunakan *e-money*. Jenis Penelitian Deskriptif – kuantitatif . Variabel penelitian terdiri dari, X 1 = Kegunaan X2 = Kemudahan, X3 = Keamanan, Y = adalah minat menggunakan *e-money*. Data Penelitian adalah Data primer, diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang dirancang dengan skala linkert. Sampel Penelitian adalah mahasiswa STIE AD dipilih secara acara berjumlah 100 responden. Uji Instrumen dan Validitas Uji validitas dan reliabilitas menggunakan SPSS. Teknik Analisis, Regresi Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis (Uji F dan Uji t). Hasil penelitian menunjukkan nilai Sig. variabel kegunaan (X1) $0,526 > 0,05$ sehingga H1 ditolak, kegunaan *e-money* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-money*. Hal ini bisa dipahami bahwa besar kecilnya kegunaan *e-money* tidak mempengaruhi mahasiswa menggunakan *e-money* karena kegunaan *e-money* sama dengan uang cash/uang tunai (fungsinya sama). Nilai Sig. variabel kemudahan (X2) sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H2 diterima kemudahan *e-money* berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakna *e-money*. Semakin mudah *e-money*

digunakan maka semakin tinggi minat mahasiswa menggunakannya. Nilai Sig. Keamanan (X3) sebesar $0,036 < 0,05$ sehingga H3 diterima, keamanan *e-money* berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-money*. Semakin tinggi keamanan *e-money* maka minat mahasiswa dalam menggunakan *e-money* semakin tinggi.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada pengaruh adanya pelayanan *internet banking* terhadap minat dan kepuasan nasabah terhadap pelayan yang diberikan oleh lembaga keuangan perbankan, sehingga banyak nasabah yang berminat dan mempercayakan dananya terhadap perbankan dikarenakan kenyamanan dan kepuasan yang lebih diutamakan oleh lembaga keuangan perbankan syariah. Sedangkan perbedaannya adalah pada metodologi penelitian dan objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dan penelitian ini sehingga peneliti memiliki sebuah kesimpulan bahwa sangat sedikit perbedaan yang dimiliki oleh penelitian ini dengan penelitian terdahulu.

Muhammad Fadhl dan Rudy Fachruddin. 2016. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (Jimeka), Vol. 1, No. 2, (2016) Halaman 264-27. Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Internet Banking* (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Umum Di Kota Banda Aceh).

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah persepsi risiko, kepercayaan, manfaat, dan kemudahan penggunaan

berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan internet banking pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh. Berdasarkan hasil pengujian statistik untuk menguji pengaruh persepsi risiko, kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking* pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh, maka peneliti dapat menyimpulkan yaitu sebagai berikut: 1) Terdapat pengaruh secara simultan dari persepsi risiko, kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking* pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh, dengan besarnya pengaruh sebesar 71,8%, sedangkan sisanya sebesar 28,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya, baik itu seperti kualitas pelayanan, kualitas sistem, perilaku nasabah, dan lain sebagainya. 2) Secara parsial, persepsi kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *internet banking*, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan *internet banking* pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada pengaruh adanya pelayanan *internet banking* terhadap minat dan kepuasan nasabah terhadap pelayan yang diberikan oleh lembaga keuangan perbankan, sehingga banyak nasabah yang berminat dan mempercayakan dananya terhadap perbankan dikarenakan kenyamanan dan kepuasan yang lebih diutamakan oleh lembaga keuangan perbankan syariah. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu

adalah pada metodologi penelitian dan objek penelitian yang dilakukan oleh penelitian ini dan penelitian terdahulu.

Satrio Pradana Devanto, 2018. Perlindungan Hukum Nasabah Dalam Transaksi Melalui *Internet Banking* (Studi Di Pt Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk.). Privat Law Vol: 6 NO: 1 2018.

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan perlindungan hukum nasabah pengguna layanan *internet banking* di Bank Jatim, dan pengaturan pertanggungjawaban bank dalam transaksi yang dilakukan menggunakan *internet banking* di Bank Jatim. Artikel ini termasuk jenis penelitian hukum empiris yang bersifat deskriptif. Pelaksanaan perlindungan nasabah pengguna layanan *internet banking* di Bank Jatim dilakukan dengan bentuk perlindungan keamanan teknologi *internet banking*, pengaduan nasabah dan pendidikan konsumen. Perlindungan keamanan teknologi *internet banking* di Bank Jatim dilakukan dengan pendekatan prinsip kerahasiaan, prinsip integritas dan prinsip ketersediaan. Dalam pertanggungjawaban kepada nasabah, Bank Jatim mengatur secara spesifik bagaimana Bank Jatim memberikan tanggung jawabnya kepada nasabah atau pihak ketiga dalam syarat dan ketentuan layanan *internet banking*. Namun, Bank Jatim tetap harus memenuhi prinsip selalu bertanggung jawab yang diatur dalam UU Perlindungan Konsumen.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada pengaruh adanya pelayanan *internet banking* terhadap minat

dan kepuasan nasabah terhadap pelayan yang diberikan oleh lembaga keuangan perbankan, sehingga banyak nasabah yang berminat dan mempercayakan dananya terhadap perbankan dikarenakan kenyamanan dan kepuasan yang lebih diutamakan oleh lembaga keuangan perbankan syariah. Sedangkan Perbedaan adalah jika penelitian terdahulu lebih pada hukum perlindungannya sedangkan penelitian ini lebih pada kepuasan dan minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* di lembaga keuangan perbankan.

Evi Yani , Ade Fitria Lestari, Hilda Amalia dan Ari Puspita, 2018. Pengaruh *Internet Banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan *Technology Acceptance Model*. JURNAL INFORMATIKA, Vol.5 No.1 April 2018, pp.34-42.

Internet banking merupakan salah satu teknologi transaksi perbankan yang ditawarkan oleh bank-bank komersial di Indonesia untuk para nasabah dalam melakukan transaksi seperti transfer, pembayaran, dan sebagainya dengan mudah dan cepat. Sebagian besar nasabah lebih memilih melakukan transaksi dengan *internet banking* dibandingkan harus mendatangi ke bank, hal ini berdasarkan OJK (Otoritas Jasa Keuangan) mencatat bahwa jumlah pengguna *e-banking* meningkat sebesar 270 % dari 13,6 juta nasabah pada tahun 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada tahun 2016. Peningkatan terjadi dikarenakan adanya kebutuhan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *internet banking* terhadap minat nasabah dengan

TAM (*Technology Acceptance Model*) yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan. Metode pengumpulan data dengan kuesioner secara random sampling sebanyak 104 responden nasabah BRI dengan menggunakan skala Likert, pengujian data melalui uji validitas, reabilitas, normalitas, linearitas, uji regresi dan koefisien determinasi dan pengolahan kuesioner dengan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan penggunaan *internet banking* terhadap persepsi kemudahan dalam bertransaksi bagi nasabah Bank BRI. Semakin banyak manfaat yang dirasakan para nasabah, maka akan mempengaruhi kemudahan bagi nasabah setiap bertransaksi menggunakan *internet banking*.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada pengaruh adanya pelayanan *internet banking* terhadap minat dan kepuasan nasabah terhadap pelayan yang diberikan oleh lembaga keuangan perbankan, sehingga banyak nasabah yang berminat dan mempercayakan dananya terhadap perbankan dikarenakan kenyamanan dan kepuasan yang lebih diutamakan oleh lembaga keuangan perbankan syariah. Sedangkan Perbedaan adalah jika penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui pengaruh *internet banking* terhadap minat nasabah dengan TAM (*Technology Acceptance Model*). Sedangkan penelitian ini adalah lebih pada kepuasan dan minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* di lembaga keuangan perbankan.

Nasmah. 2020. Skripsi Peningkatan Minat Nasabah Melalui Layanan *Internet Banking* BRI Ujung Lero (Analisis Manajemen Syariah).

Bank BRI memiliki produk *I-Banking* yang mutakhir dengan panduan *SMS Banking* (BRI Mobile) dan *Internet Banking* yang dikemas dalam satu aplikasi dan dapat dijalankan melalui sistem operasi *android*. Dalam satu wadah aplikasi *Mobile Banking* BRI nasabah diberi pilihan kenyamanan bertransaksi menggunakan dua metode tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). Fitur-fitur transaksi *internet banking* yang ditawarkan di BRI diantaranya adalah informasi rekening, informasi saldo, mutasi rekening, transfer dana, transfer antar bank dan lain bank, transaksi terjadwal, tambah transfer dan lihat status. 2). Minat nasabah terhadap *internet banking* yang ditawarkan oleh BRI secara garis besar ada 3 gejala minat yakni: gejala pengenalan yang di dalamnya terdapat pengamatan, pendengaran dan penglihatan. Gejala emosional atau perasaan yang di dalamnya terdapat kenyamanan, keamanan, harga diri dan kebutuhan. Gejala kemauan yang didalamnya meliputi motif, keinginan dan hasrat.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada pengaruh adanya pelayanan *internet banking* terhadap minat dan kepuasan nasabah terhadap pelayan yang diberikan oleh lembaga keuangan perbankan, sehingga banyak nasabah yang berminat dan mempercayakan dananya terhadap perbankan dikarenakan kenyamanan

dan kepuasan yang lebih diutamakan oleh lembaga keuangan perbankan syariah. Sedangkan Perbedaan adalah pada objek penelitian dan lokasi penelitian yang digunakan oleh penelitian ini dengan penelitian terdahulu sehingga tidak begitu banyak perbedaan Antara kedua penelitian ini.

Muhammad Yakup, Abdul Gani dan Emil Salim Siregar. 2020. Pengaturan Hukum Terhadap Layanan *Internet Banking* Dalam Transaksi Perbankan. Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan Vol. 6 No. 1 Januari 2020.

Istilah *Internet Banking* bukan lagi istilah yang asing bagi masyarakat Indonesia khususnya yang tinggal di wilayah perkotaan. Hal tersebut disebabkan semakin banyaknya perbankan nasional yang menyelenggarakan layanan tersebut. Berdasarkan uraian tersebut yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu:1. Bagaimana layanan *internet banking* perlu diterapkan dalam kegiatan Transaksi Perbankan? 2. Bagaimana pengaturan hukum terhadap layanan *internet banking* dalam Transaksi Perbankan? Materi Penelitian diperoleh melalui pendekatan yuridis normatif yaitu pendekatan hukum dengan melihat peraturan-peraturan, baik hukum primer maupun hukum sekunder atau pendekatan terhadap masalah dengan cara melihat dari segi peraturan perundang-undangan yang berlaku, literatur, karya ilmiah dan pendapat para ahli dan lain sebagainya yang mengaju pada kepustakaan. *Internet banking* sangat berperan penting dalam penerapan setiap kegiatan dalam perbankan. Terdapat berbagai alasan-alasan perlunya *internet banking*

diterapkan dalam kegiatan perbankan yaitu adanya manfaat yang diperoleh dari pihak bank maupun dari pihak nasabah. Manfaat-manfaat yang dapat diperoleh oleh pihak bank seperti penghematan dalam biaya operasional, bank dapat berhubungan langsung dengan nasabah melalui *internet*, adanya kemudahan bagi bank untuk *global reach*, dan kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai kebutuhan nasabah; sedangkan manfaat bagi nasabah adalah nasabah lebih hemat dalam biaya transaksi dan tenaga maupun waktu, kemudahan dalam melakukan transaksi di beberapa bank hanya dalam satu jaringan, nasabah tidak bergantung pada distributor saja, dan nasabah akan mendapatkan penawaran produk dan jasa yang lebih beragam dan berkualitas.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada pengaruh adanya pelayanan *internet banking* terhadap minat dan kepuasan nasabah terhadap pelayan yang diberikan oleh lembaga keuangan perbankan, sehingga banyak nasabah yang berminat dan mempercayakan dananya terhadap perbankan dikarenakan kenyamanan dan kepuasan yang lebih diutamakan oleh lembaga keuangan perbankan syariah. Sedangkan perbedaannya adalah jika penelitian terdahulu lebih pada hukum pada penggunaan layanan *internet banking* di lembaga keuangan perbankan sedangkan pada penelitian ini adalah lebih pada pelayanan yang digunakan dan bagaimana menarik nasabah dalam bertransaksi di lembaga keuangan perbankan syariah.

Tabel 1.1
[Penelitian Terdahulu]

No	Nama	Judul Skripsi	Persamaan	Perbedaan
1	Adil Setiawan, Muhammad Ryan Darmala dan Nur Fadhila Amri (2020)	Pengaruh <i>Internet Banking</i> Dan <i>Digital Marketing</i> Terhadap Kinerja Keuangan Bank Bni Syariah Makassar.	Membahas tentang layanan <i>internet banking</i> di lembaga keuangan perbankan syariah	Objek penelitian dan lokasi penelitian
2	Novera Dwi Nurhayati (2020)	Pengaruh Pengetahuan, Risiko Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i> (Studi Kasus Nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun).	Membahas tentang layanan <i>internet banking</i> di lembaga keuangan perbankan syariah	Terletak pada metodologi penelitian dan lokasi penelitian.
3	Fitra Yusufani (2018)	Tanggung Jawab Pihak Bank Terhadap Nasabah Atas Layanan <i>Internet Banking</i> (Studi Pada Bank Bri Syariah Cabang Medan).	Membahas tentang layanan <i>internet banking</i> di lembaga keuangan perbankan syariah	Terletak pada subjek, objek dan lokasi penelitian yang digunakan.
4	Teni Tri Andani, Zaniel Mazalisa dan Eka Puji Agustini (2019)	Analisis Kualitas Layanan <i>Internet Banking</i> Pada Bank Mandiri Wilayah Palembang Menggunakan Metode Webqual 4.0.	Membahas tentang layanan <i>internet banking</i> di lembaga keuangan perbankan syariah	Terletak pada metode dan objek penelitiannya
5	Sulistyo Seti Utami dan Berlianingsih Kusumawati (2017)	Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan <i>E-Money</i> (Studi Pada Mahasiswa Stie Ahmad Dahlan Jakarta).	Membahas tentang layanan <i>internet banking</i> dan <i>e-money</i> di lembaga keuangan perbankan syariah	Terletak pada subjek dan objek penelitiannya
6	Muhammad Fadhl, Rudy	Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko,	Membahas tentang layanan	Subjek, objek dan metode

	Fachruddin (2016)	Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan <i>Internet Banking</i> (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Umum Di Kota Banda Aceh).	<i>internet banking</i> di lembaga keuangan perbankan syariah	serta perspektif penelitiannya.
7	Satrio Pradana Devanto (2018)	Perlindungan Hukum Nasabah Dalam Transaksi Melalui <i>Internet Banking</i> (Studi Di Pt Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk.).	Membahas tentang layanan <i>internet banking</i> di lembaga keuangan perbankan syariah	Subjek, objek dan metode serta perspektif penelitiannya.
8	Evi Yani , Ade Fitria Lestari, Hilda Amalia dan Ari Puspita (2018)	Pengaruh <i>Internet Banking</i> Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan <i>Technology Acceptance Model</i> .	Membahas tentang layanan <i>internet banking</i> di lembaga keuangan perbankan syariah	Subjek, objek dan metode serta perspektif penelitiannya.
9	Nasmah. (2020)	Peningkatan Minat Nasabah Melalui Layanan <i>Internet Banking</i> BRI Ujung Lero (Analisis Manajemen Syariah).	Membahas tentang layanan <i>internet banking</i> di lembaga keuangan perbankan syariah	Subjek, objek dan metode serta perspektif penelitiannya.
10	Muhammad Yakup, Abdul Gani dan Emil Salim Siregar (2020)	Pengaturan Hukum Terhadap Layanan <i>Internet Banking</i> Dalam Transaksi Perbankan.	Membahas tentang layanan <i>internet banking</i> di lembaga keuangan perbankan syariah	Subjek, objek dan penekanan pada huku pelayanan dalam <i>internet banking</i> serta perspektif penelitiannya.

B. Kajian Teori

1. Perbankan Syariah

a. Pengertian Perbankan

Bank berasal dari kata *banque* (bahasa Perancis) dan dari kata *banco* (bahasa Italia) yang berarti peti / lemari atau bangku. Peti/ lemari dan bangku menjelaskan fungsi dasar dari bank komersial, yaitu: pertama, menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman (*safe keeping function*), kedua, menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa (*transaction function*)¹⁶

Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.¹⁷

Pengertian bank syariah atau bank Islam dalam bukunya Edy Wibowo adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Bank ini tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Quran dan Al-hadits.¹⁸

Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam maksudnya adalah bank yang dalam beroperasinya itu

¹⁶ M. Syafi'i Antonio, Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah, Jakarta: Pustaka Alfabeta, cet ke-4, 2006, h. 2.

¹⁷ Drs. Suharso dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux*, (Semarang: CV.Widya Karya), h. 75.

¹⁸ Edy Wibowo, dkk, *Mengapa Memilih Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia cet.I, 2005), h. 33.

mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam. Dalam tata cara bermuamalat itu di jauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba, untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan atau praktik-praktik usaha yang dilakukan di zaman Rasulullah atau bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya, tetapi tidak dilarang oleh beliau.¹⁹

Sedangkan menurut Sutan Remy Shahdeiny Bank Syariah adalah lembaga yang berfungsi sebagai intermediasi yaitu mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan tanpa berdasarkan prinsip bunga, melainkan berdasarkan prinsip syariah.²⁰

Menurut undang-undang No. 21 tahun 2008, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.²¹

Jadi, penulis berkesimpulan bahwa bank syariah adalah bank yang operasionalnya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat berupa pembiayaan dengan

¹⁹ Ibid

²⁰ Sutan Remy Sjahdeini, Perbankan Islam, Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, cet ke-3, 2007, h. 1.

²¹ M. Nur Rianto Al-Arif, Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis, Bandung: CV Pustaka Setia, h. 98

sistem bagi hasil yang berdasarkan ketentuan-ketentuan syariat Islam.

b. Prinsip-prinsip Bank Syari'ah

Prinsip dasar perbankan syariah berdasarkan pada Al-Quran dan Sunnah. Setelah dikaji lebih dalam Falsafah dasar beroperasinya bank syariah yang menjiwai seluruh hubungan transaksinya berprinsip pada tiga hal yaitu efisiensi, keadilan, dan kebersamaan. Efisiensi mengacu pada prinsip saling membantu secara sinergis untuk memperoleh keuntungan/margin sebesar mungkin. Keadilan mengacu pada hubungan yang tidak dicurangi, ikhlas, dengan persetujuan yang matang atas proporsi masukan dan keluarannya. Kebersamaan mengacu pada prinsip saling menawarkan bantuan dan nasihat untuk saling meningkatkan produktivitas.²²

Dalam mewujudkan arah kebijakan suatu perbankan yang sehat, kuat dan efisien, sejauh ini telah didukung oleh enam pilar dalam Arsitektur Perbankan Indonesia (API) yaitu, struktur perbankan yang sehat, sistem pengaturan yang efektif, system pengawasan yang independen dan efektif, industri perbankan yang kuat, infrastruktur pendukung yang mencukupi, dan perlindungan konsumen.

²² Edy Wibowo, Mengapa..., h. 33

Daya tahan perbankan syariah dari waktu ke waktu tidak pernah mengalami *negative spread* seperti bank konvensional pada masa krisis moneter dan konsistensi dalam menjalankan fungsi intermediasi karena keunggulan penerapan prinsip dasar kegiatan operasional yang melarang bunga (*riba*), tidak transparan (*gharar*), dan (*maisir*) spekulatif.²³

c. Dasar Hukum Bank Syari'ah

Bank syariah secara yuridis normatif dan yuridis empiris diakui keberadaannya di Negara Indonesia. Pengakuan secara yuridis normatif tercatat dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, Sedangkan secara yuridis empiris, bank syariah diberi kesempatan dan peluang yang baik untuk berkembang di seluruh wilayah Indonesia.

Upaya intensif pendirian bank syariah di Indonesia dapat ditelusuri sejak tahun 1988, yaitu pada saat pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Oktober (Pakto) yang mengatur deregulasi industri perbankan di Indonesia, dan para ulama waktu itu telah berusaha mendirikan bank bebas bunga.²⁴

Hubungan yang bersifat akomodatif antara masyarakat muslim dengan pemerintah telah memunculkan lembaga keuangan (bank syariah) yang dapat melayani transaksi kegiatan dengan bebas bunga. Kehadiran bank syariah pada perkembangannya telah

²³ Jundiani, Pengaturan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia, Malang: UIN Malang Press, 2009, Hlm. 64

²⁴ M. Syafi'i Antonio, Dasar..., h. 6

mendapat pengaturan dalam sistem perbankan nasional. Pada tahun 1990, terdapat rekomendasi dari MUI untuk mendirikan bank syariah, tahun 1992 dikeluarkannya Undang- Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan yang mengatur bunga dan bagi hasil. Dikeluarkan Undang - Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang mengatur bank beroperasi secara ganda (dual system bank), dikeluarkan UU No. 23 Tahun 1999 yang mengatur kebijakan moneter yang didasarkan prinsip syariah, kemudian dikeluarkan Peraturan Bank Indonesia tahun 2001 yang mengatur kelembagaan dan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah, dan pada tahun 2008 dikeluarkan UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah.²⁵

Pengaturan (*regulasi*) perbankan syariah bertujuan untuk menjamin kepastian hukum bagi stakeholder dan memberikan keyakinan kepada masyarakat luas dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah.

d. Tujuan Bank Syari'ah

Bank syariah memiliki tujuan yang lebih luas dibandingkan dengan bank konvensional, berkaitan dengan keberadaannya sebagai institusi komersial dan kewajiban moral yang disandangnya. Selain bertujuan meraih keuntungan sebagaimana

²⁵ Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, Kebijakan Pengembangan Perbankan Syariah, Jakarta : 2011, h. 5

layaknya bank konvensional pada umumnya, bank syariah juga bertujuan sebagai berikut:

- 1) Menyediakan lembaga keuangan perbankan sebagai sarana meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat. Pengumpulan modal dari masyarakat dan pemanfaatannya kepada masyarakat diharapkan dapat mengurangi kesenjangan sosial guna tercipta peningkatan pembangunan nasional yang semakin mantap. Metode bagi hasil akan membantu orang yang lemah permodalannya untuk bergabung dengan bank syariah untuk mengembangkan usahanya. Metode bagi hasil ini akan memunculkan usaha-usaha baru dan pengembangan usaha yang telah ada sehingga dapat mengurangi pengangguran.
- 2) Meningkatnya partisipasi masyarakat banyak dalam proses pembangunan karena keengganan sebagian masyarakat untuk berhubungan dengan bank yang disebabkan oleh sikap menghindari bunga telah terjawab oleh bank syariah. Metode perbankan yang efisien dan adil akan menggalakkan usaha ekonomi kerakyatan.
- 3) Membentuk masyarakat agar berpikir secara ekonomis dan berperilaku bisnis untuk meningkatkan kualitas hidupnya.

- 4) Berusaha bahwa metode bagi hasil pada bank syariah dapat beroperasi, tumbuh, dan berkembang melalui bankbank dengan metode lain.²⁶

e. Produk bank Syari'ah

Secara garis besar, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah terbagi menjadi tiga bagian besar, yaitu produk penghimpunan dana (*funding*), produk penyaluran dana (*financing*), dan produk jasa (*service*).²⁷

1) Produk Penghimpunan Dana (*funding*)

a) Tabungan

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau yang dipersamakan dengan itu. Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid. Artinya, produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan, tetapi bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah penabung kecil.

b) Deposito

²⁶ Edy Wibowo, Mengapa..., h. 47

²⁷ Nur Rianto, Lembaga...,h. 133

Deposito menurut UU Perbankan Syariah No. 21 tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan/ atau Unit Usaha Syariah (UUS). Deposito adalah bentuk simpanan nasabah yang mempunyai jumlah minimal tertentu, jangka waktu tertentu, dan bagi hasilnya lebih tinggi daripada tabungan.

c) Giro

Giro menurut undang-undang perbankan syariah nomor 21 tahun 2008 adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindahbukuan.

Giro adalah bentuk simpanan nasabah yang tidak diberikan bagi hasil, dan pengambilan dana menggunakan cek, biasanya digunakan oleh perusahaan atau yayasan dan atau bentuk badan hukum lainnya dalam proses keuangan mereka. Dalam giro meskipun tidak memberikan bagi hasil, pihak bank berhak memberikan bonus kepada nasabah yang

besarannya tidak ditentukan di awal, bergantung pada kebaikan pihak bank.

Prinsip operasional bank syariah yang telah diterapkan secara luas dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip wadi'ah dan mudharabah. Berikut ini penjelasannya:

(1) Prinsip *Wadi'ah*

Prinsip *wadi'ah* yang diterapkan adalah *wadi'ah yad shamanah*. Bank dapat memanfaatkan dan menyalurkan dana yang disimpan serta menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh nasabah penyimpan dana. Namun demikian, rekening ini tidak boleh mengalami saldo negative (*overdraft*). Landasan hukum prinsip ini adalah :

(a) Al-Qur'an:

Q.S An nisa (4) Ayat 58, yang terjemahannya:

"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaikbaiknya kepadamu.

Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat.”

(b) Al-hadits:

Artinya: “Sampaikan (tunaikanlah) amanat kepada yang berhak menerimanya dan jangan membalas khianat kepada orang yang telah mengkhianatimu.”

(H.R. Abu Dawud)

(2) Prinsip *Mudharabah*

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpan dana atau deposit bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Bank kemudian melakukan penyaluran pembiayaan kepada nasabah peminjam yang membutuhkan dengan menggunakan dana yang diperoleh tersebut, baik dalam bentuk *murabahah*, *ijarah*, *mudharabah*, *musyarakah* atau bentuk lainnya.

Hasil usaha ini selanjutnya akan dibagikan kepada nasabah penabung berdasarkan *nisbah* yang disepakati.

Apabila bank menggunakannya untuk melakukan *mudharabah* kedua, bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi

2) Produk Penyaluran Dana/ Pembiayaan (*financing*)

Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan. Secara garis besar, produk pembiayaan kepada nasabah yaitu sebagai berikut:

- a) Pembiayaan dengan prinsip jual beli. Seperti *bai'' murabahah, bai'' as salam dan bai'' al istishna*.
 - b) Pembiayaan dengan prinsip sewa. Meliputi *ijarah dan ijarah muntahiya bit tamlik*.
 - c) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil. Meliputi *musyarakah, mudharabah, muzara''ah, dan musaqah*.
- 3) Produk Jasa (*Service*)

Selain menjalankan fungsinya sebagai intermediaries (penghubung) antara pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana, bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut antara lain sebagai berikut:

- a) *Sharf* (jual beli valuta asing)

Pada prinsipnya, jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip *sharf*. Jual beli mata uang yang tidak sejenis

ini harus dilakukan pada waktu yang sama (*spot*). Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing. Prinsip ini dipraktikkan pada bank syariah devisa yang memiliki izin untuk melakukan jual beli valuta asing.

b) *Wadi'ah* (titipan)

Pada dasarnya, dalam akad *wadi'ah yad dhamanah* penerima simpanan hanya dapat menyimpan titipan, tanpa berhak untuk menggunakannya. Dia tidak bertanggungjawab atas kehilangan atau kerusakan yang terjadi pada asset titipan selama hal ini bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang titipan (karena faktor-faktor di luar batas kemampuan).²⁸

2. Internet Banking

a. Pengertian *Internet Banking*

Layanan *Digital Banking* pertama adalah *Internet Banking*, yang memungkinkan nasabah bisa melakukan aktivitas perbankan melalui komputer yang terkoneksi dengan jaringan *internet bank*.

Beberapa aktivitas transaksi yang bisa dilakukan dengan *Internet Banking* adalah:

- 1) Transfer dana
- 2) Informasi saldo

²⁸ Ibid, h. 191

- 3) Mutasi rekening
- 4) Informasi nilai tukar
- 5) Bayar tagihan (telepon, internet, listrik, pulsa, kartu kredit).

Internet Banking pada dasarnya merupakan gabungan dua istilah dasar yaitu *Internet* dan *Banking* (bank). *Interconnected Network* (Internet) adalah sistem jaringan yang menghubungkan tiap-tiap komputer secara global di seluruh penjuru dunia. Koneksi yang menghubungkan masing-masing komputer tersebut memiliki standar yang digunakan yang disebut *Internet Protocol Suite* disingkat dengan TCP/IP.²⁹

Menurut Bank Indonesia, *Internet banking* merupakan salah satu layanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Jenis kegiatan *internet banking* dibedakan menjadi tiga yaitu:

- a) *Informational Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan *internet* dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*).
- b) *Communicative Internet Banking* yaitu pelayanan jasa Bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan

²⁹ Achmad, *Pengertian Internet dan Sejarah Internet*, dalam <http://www.likethisya.com/pengertian-internet.html>, di akses pada tanggal 22 September 2020.

interaksi dengan bank penyedia layanan *internet banking* secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi.

- c) *Transactional Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *internet banking* dan melakukan eksekusi transaksi.³⁰

Menurut Khairy Mahdi menyatakan *internet banking* merupakan pemanfaatan teknologi *internet* sebagai media untuk melakukan transaksi yang berhubungan dengan transaksi perbankan. Kegiatan ini menggunakan jaringan *internet* sebagai perantara atau penghubung antara nasabah bank dan pihak bank. Selain itu bentuk transaksi yang dilakukan bersifat maya atau tanpa memerlukan proses tatap muka antara nasabah dan petugas bank yang bersangkutan.³¹

E-banking adalah salah satu faktor yang terpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yaitu perbankan, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di sektor perbankan nasional relatif lebih maju dibandingkan sektor lainnya.³²

³⁰ Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 21

³¹ Khairy Mahdi, ‘‘Pengertian Internet Banking’’, dalam http://elektronikbanking.blogspot.com/2012/08/pengertian-internet-banking_27.html?m=1, diakses pada 22 September 2020.

³² Aulia Rahman, ‘‘Pengertian E-Banking dan M-Banking, serta penerapan E-Banking’’, dalam <http://safirliblog.wordpress.com/2013/07/03/pengertian-e-banking-dan-m-banking-serta-prinsip-penerapan-e-banking/>, di akses pada 22 September 2020.

Peraturan penerapan manajemen resiko yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia terkait dengan pengelolaan atau manajemen resiko penyelenggaraan kegiatan *internet banking* adalah peraturan Bank Indonesia No. 5/8/PBI/2003 tentang Penerapan Manajemen Resiko Bagi Bank Umum dan Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/18/dpnp tanggal 20 April 2004 Bank Indonesia perihal penerapan manajemen resiko pada aktivitas pelayanan jasa bank melalui *internet banking*.³³

b. Manfaat *Internet Banking*

Electronic Banking (e-banking) merupakan suatu aktifitas layanan perbankan yang menggabungkan antara sistem informasi dan teknologi, *e-banking* meliputi *phone banking*, *mobile banking*, dan *internet banking*. Fungsi penggunaannya mirip dengan mesin ATM dimana sarananya saja yang berbeda, seorang nasabah dapat melakukan aktifitas pengecekan saldo rekening, transfer dana antar rekening atau antar bank, hingga pembayaran tagihan-tagihan rutin bulanan seperti: listrik, telepon, kartu kredit, dll.

Dengan memanfaatkan *e-banking* banyak keuntungan yang akan diperoleh nasabah terutama apabila dilihat dari banyaknya waktu dan tenaga yang dapat dihemat karena *e-banking* jelas bebas antrian dan dapat dilakukan dari mana saja sepanjang nasabah

³³ Aulia Rahman, 'Pengertian E-Banking dan M-Banking, serta penerapan E-Banking', dalam <http://safirliblog.wordpress.com/2013/07/03/pengertian-e-banking-dan-m-banking-serta-prinsip-penerapan-e-banking/>, diakses pada 22 September 2020.

memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan *e-banking* tersebut.

Dengan hadirnya *e-banking* tidak hanya nasabah saja yang mendapatkan manfaat melainkan juga menciptakan efek manfaat yang lain bagi bank, yakni meningkatkan pendapatan berbasis komisi atau biaya (*fee based income*). Sebagian besar *fee* berasal dari layanan transaksi yang ditawarkan *e-banking*, misalnya untuk pembayaran tagihan listrik dikenai biaya Rp 2.500 per transaksi. Semakin sering nasabah bertransaksi lewat *e-banking*, semakin banyak pula *fee* yang diperoleh bank. Belakangan ini jenis pendapatan nonbunga tumbuh lebih cepat ketimbang pendapatan bunga.

Selain itu biaya operasional juga menjadi sangat murah dibandingkan dengan biaya transaksi melalui kantor cabang, biaya di cabang relatif lebih besar karena untuk membayar karyawan, pengamanan, listrik, dan biaya sewa gedung. Dengan segala manfaat yang bisa didapat melalui *e-banking* beberapa bank rela menanamkan investasi yang mahal untuk mengembangkan *e-banking*. Akan tetapi tidak banyak bank yang bisa mengembangkannya karena terbenturnya masalah biaya.

c. Kelebihan dan Kekurangan *Internet Banking*

Internet Banking adalah salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi komunikasi dan informasi. Ini bertujuan untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi.

Selain mudah mengakses, *internet* juga banyak digunakan untuk menunjang berbagai aktivitas lainnya. Salah satunya sebagai alat untuk media transaksi yang merupakan Salah satu fasilitas yang diberikan bank pada nasabahnya yaitu *internet banking*.

Internet banking menggunakan layanan *internet* untuk memudahkan para nasabah bank. Terutama bagi mereka yang sering melakukan transaksi perbankan untuk keperluan bisnis dan banyak lagi lainnya yang semua itu bisa menggunakan *Smartphone*.

Untuk lebih jelasnya berikut beberapa Kelebihan menggunakan *internet banking* untuk anda ketahui:

1. **Melakukan Transfer Uang**

Salah satu Kelebihan menggunakan fasilitas *internet banking* yang pertama adalah kemudahan dalam melakukan transfer uang. Dengan menggunakan layanan ini nasabah akan lebih mudah dan tak perlu repot pergi ke ATM dalam melakukan transfer uang non tunai.

Para nasabah cukup login melalui situs resmi bank kemudian memilih layanan *internet banking*. Masukkan nominal yang akan ditransfer ke rekening tujuan Anda. Tak butuh waktu

lama maka uang akan berpindah ke rekening tujuan. Dengan begitulah maka segala transaksi akan lebih mudah termasuk transaksi *online*. Anda tidak perlu lagi keluar rumah bila hanya sekedar ingin melakukan transaksi perbankan.

2. Mengecek Saldo dan Mutasi Rekening

Kelebihan berikutnya adalah kemudahan dalam melakukan cek saldo dan juga mutasi rekening. Jika Anda ingin melihat atau sekedar mengecek saldo rekening maka tak perlu lagi pergi ke ATM terdekat.

Cukup dengan memanfaatkan koneksi *internet* dan *smartphone* melalui *internet banking*. Selain cek saldo, sebagai nasabah juga bisa melihat transaksi keuangan (mutasi rekening).

3. Melihat Informasi Kurs Mata Uang

Dengan layanan ini anda dapat melihat atau mengetahui kurs mata uang setiap harinya secara resmi. Informasi kurs mata uang akan di update secara resmi setiap hari melalui situs resmi bank.

Dengan melihat situs resmi pada bank, maka Anda akan mengetahui jatuh naiknya mata uang rupiah terhadap dolar Amerika, dolar Singapura, dan banyak lagi lebih terpercaya.

4. Informasi Mengenai Kartu Kredit

Informasi mengenai tagihan kartu kredit, informasi saldo rekening, data transaksi, dan banyak lagi dapat Anda ketahui

dengan menggunakan internet banking. Kartu kredit pastinya dikeluarkan oleh pihak bank yang bersangkutan.

Untuk lebih jelasnya cara pembuatan kartu kredit Anda dapat menanyakan pada customer service bank tersebut. Dengan begitu saat anda datang ke Kantor cabang bank bersangkutan sudah bisa mempersiapkan lebih dahulu persyaratannya.

5. Membeli Pulsa Elektrik

Dapat membeli pulsa elektrik dengan mudah tanpa harus ke konter. Menggunakan *internet banking* anda dapat melakukan pembelian pulsa elektrik untuk ponsel, listrik, atau modem.

Pembelian pulsa elektrik dengan menggunakan *internet banking* didukung dengan berbagai operator seluler di Indonesia. Dengan begitu Anda tak perlu capek-capek pergi ke outlet pulsa hanya untuk membeli pulsa elektrik

Kejahatan dunia *online* selalu saja mengincar, jika anda kurang hati-hati dan teliti. Bisa saja terjadi Pencurian data dengan cara teknik *skimming* atau melalui modus penipuan dengan berbagai macam penawaran yang mengecoh nasabah.

Sebagai nasabah perlu waspada mengingat banyaknya terjadi pencurian data melalui *internet*. Untuk pencurian ini bisa melalui berbagai macam teknik. untuk penyusup ini sendiri biasa dikenal dengan istilah *hacker*.

Jika akses *internet* yang dimiliki nasabah tergolong murah dan lancar, lebih disarankan memakai *internet banking* karena lebih menghemat banyak biaya. Namun, perangkat komputer harus tertanam perangkat lunak *antivirus* dan *antimalware* supaya terhindar dari *cracking*.

Agar dapat terhindar dari para *hacker* maka pengguna *internet banking* perlu menghindari penggunaan layanan public seperti warnet, *wifi gratis* ataupun *hostpot sinyal internet* karena dengan tindakan seperti itu maka tindakan penyadapan data pengguna *internet banking* akan semakin mudah.

Oleh sebab itulah para nasabah yang menggunakan *internet banking* harus lebih berhati-hati dalam menggunakan layanan yang mempermudah dirinya sehingga hal-hal yang tidak diinginkan akan terjadi pada nasabah tersebut.³⁴

3. Pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.³⁵

Pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.³⁶

³⁴ <https://www.zonkeu.com/keuntungan-dan-kelemahan-internet-banking/> diakses pada Minggu 08-07-2021.

³⁵ Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*. (Jakarta: Salemba Empat, 2002), 40.

Pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan berkaitan dengan kepuasan batin dari penerima pelayanan.³⁷

Pengertian pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.³⁸

Definisi pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.³⁹

Berdasarkan pengertian - pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain, dalam hal ini, kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan atau keinginan pelanggan dengan tingkat persepsi mereka.

³⁶ Moenir. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara 2008), 60.

³⁷ Sinambela. *Reformasi Pelayanan Publik*. (Jakarta; Bumi Aksara, 2006), 39.

³⁸ Batinggi Achmad dan Badu Ahmad. *Manajemen Pelayanan Umum*. (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), 50.

³⁹ Margaretha. *Kualitas Pelayanan : Teori dan Aplikasi*. (Jakarta: Mandar Maju, 2004), 70.

a. Kualitas Layanan

Konsep kualitas layanan muncul pada tahun 1985, A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry lewat penelitian dan direvisi kembali pada tahun 1988. Dalam artikelnya mereka menekankan adanya fenomena umum bahwa pencapaian kualitas dalam hal produk dan layanan menduduki posisi sentral. Kualitas layanan ini bagi mereka belum lagi terdefiniskan secara baik. Kualitas layanan, menurut mereka, adalah perbandingan antara Harapan (*Expectation*) dengan Kinerja (*Performance*) dalam Mardikawati & Farida (2013).⁴⁰ Dengan mengutip Lewis and Booms (1983), mereka menyatakan “*Service quality* (kualitas layanan) adalah ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten.

Bates dan Hoffman (1999) seperti dikutip oleh Sukoco dan Nilowardono (2009) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan penilaian pelanggan terhadap proses penyediaan jasa, dengan demikian pengevaluasian kualitas layanan berarti pengevaluasian terhadap proses produksi jasa. Sementara itu menurut Tjiptono (2005) kualitas layanan adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dimana pengendalian atas tingkat

⁴⁰ Marthul, Shadiqqin. *Implementasi Dimensi Kualitas Pelayanan Konsumen*. (Jakarta : Sinar Grafika 2004), 89.

keunggulan tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.⁴¹ Senada dengan Tjiptono, Arief (2006) menyatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁴²

Menurut Usmara (2008) kualitas pelayanan adalah suatu sikap dari hasil perbandingan pengharapan kualitas jasa konsumen dengan kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen.⁴³ Lain halnya Roderick, James dan Gregory (2008) yang menyatakan bahwa *service quality* adalah tingkat-tingkat ukuran atas kualitas pelayanan yang diasumsikan berhubungan dengan perkembangan harga. Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa *service quality* adalah suatu tingkat ukuran akan keunggulan yang diharapkan atas kualitas pelayanan yang dihubungkan dengan perkembangan harga atau tingkat perbandingan pengharapan kualitas jasa konsumen dengan kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen untuk menjadi pengendali perkembangan harga.

Metode *servqual* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang telah

⁴¹ Tjiptono. *Kepuasan Dalam Pelayanan*. (Jakarta: Salemba Empat 1999), 76.

⁴² Tjiptono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset 2000), 54.

⁴³ Kurniawan, Agung. *Transformasi Pelayanan Publik*. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), 68-70.

diterima dengan harapan terhadap yang akan diterima. Pengukurannya metode ini dengan mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang diterima dengan harapan konsumen terhadap layanan yang akan diterima. Namun, secara umum memang belum ada keseragaman batasan tentang konsep *service quality*. Beberapa pendapat para ahli tentang konsep *servqual* tersebut, antara lain:

- 1) Menurut Wyckof (dalam Tjiptono, 2005), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.
- 2) Menurut Parasuraman (dalam Tjiptono 2005) terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yakni, layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang dipersepsikan (*perceived service*).
- 3) Kotler (dalam Tjiptono 2005) Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan⁴⁴

Metode *servqual* memiliki dua perspektif yaitu perspektif internal dan perspektif eksternal. Perspektif eksternal digunakan untuk memahami apa yang diharapkan konsumen, dirasakan

⁴⁴ Tjiptono, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 80-85.

konsumen, dan kepuasan konsumen. Pengukurannya menggunakan metode servqual. Instrumen ini awalnya dibangun oleh para peneliti di bidang pemasaran untuk mengukur kualitas pelayanan secara umum, karena pada saat itu kualitas pelayanan menjadi salah satu fokus yang sering dibahas dalam pemasaran. Instrumen ini diperkenalkan oleh Zeithaml, Parasuraman dan Berry seperti yang dikutip oleh Jiang (2006). Servqual merupakan alat yang efektif untuk mengukur kepuasan konsumen dengan mengukur kelima dimensi dari kepuasan pelanggan. Model ini terdiri dari dua bagian, dimana bagian awal berisi harapan pelanggan untuk sebuah kelas pelayanan, dan bagian kedua merupakan Persepsi pelanggan akan pelayanan yang diterima. Sebuah skor untuk kualitas pelayanan dihitung dari nilai selisih antara nilai peringkat yang diberikan pelanggan untuk sepasang pernyataan harapan dan persepsi.

Sedangkan, perspektif internal diidentifikasi dengan bebas kesalahan (zero defect) dan melakukan dengan benar saat pertama kali serta menyesuaikan dengan permintaan. Untuk mengukur perspektif internal yang bebas kesalahan (zero defect) yang berhubungan dengan kualitas pelayanan digunakan metode six sigma. Six sigma adalah seperangkat alat yang digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengeliminasi sumber variasi dalam proses.

Selain itu juga Asubonteng dalam Shirshendu Ganguli dan Sanjit Kumar Roy 2010. Kualitas pelayanan yang dirasakan diyakini dihasilkan dari perbandingan antara harapan sebelum pelanggan tentang layanan dan mereka persepsi setelah pengalaman aktual dari kinerja pelayanan.⁴⁵ Parasuraman, dalam Farida Jasfar. mengidentifikasi bahwa terdapat sepuluh indikator pokok dalam kualitas pelayanan yaitu, reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan dan bukti fisik.⁴⁶

b. Karakteristik Pelayanan

Menurut Kotler (Tjijptono, 2014) secara garis besar karakteristik jasa terdiri dari *intangibility*, *inseparability*, *variability/heterogeneity*, *perishability* dan *lack of ownership*:

- 1) *Intangibility*: jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat atau benda maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*) atau usaha. Oleh karena itu jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi;
- 2) *Inseparability*: barang biasanya diproduksi kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih

⁴⁵ Ganguli, Shirshendu dan Sanjit Kumar Roy, 'Generic technology-based service quality dimensions in banking: Impact on customer satisfaction and loyalty', *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 29 No. 2, 2011 hal. 168-189.

⁴⁶ Farida Jasfar, *Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu*, (Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia. 2009), 51.

dahulu, baru diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama;

3) *Heterogeneity/variability/inconsistency*: jasa bersifat sangat variabel karena merupakan non-standardized output, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi. Hal tersebut membuat para pembeli semakin selektif dalam memilih layanan yang akan mereka terima. Penghasil layanan dapat mengambil tiga ke arah kontrol kualitas yaitu:

- a) Investasi dalam seleksi dan pelatihan karyawan yang baik.
- b) Menstandarisasi proses pelaksanaan pelayanan di seluruh organisasi. Hal tersebut dapat dibantu dengan menyiapkan rencana layanan yang menggambarkan proses dan peristiwa layanan tersebut terlebih dahulu jika permintaan meningkat maka penghasil layanan akan menghadapi masalah yang rumit.
- c) Memonitor kepuasan konsumen melalui saran dan kritik, survei konsumen dan perbandingan dengan penghasil layanan lain sehingga layanan yang kurang baik dapat terdeteksi dan secepatnya dapat dikoreksi.

- 4) *Perishability*: berarti jasa tidak dapat disimpan dan tidak tahan lama;
- 5) *Lack of Ownership*: merupakan perbedaan dasar antara barang dan jasa. Pada pembelian barang konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Mereka dapat mengkonsumsi, menyimpan atau menjualnya. Di lain pihak, pada pembelian jasa, pelanggan hanya akan memiliki akses personal dan dengan jangka waktu yang terbatas.⁴⁷

Pelayanan memiliki sejumlah karakteristik yang membedakan dengan aspek-aspek lainnya. Terkait dengan hal tersebut, Fitzsimmons dan Fitzsimmons (2006), menyebutkan adanya empat karakteristik pelayanan, yaitu:

1. Partisipasi pelanggan dalam proses pelayanan; kehadiran pelanggan sebagai partisipan dalam proses pelayanan membutuhkan sebuah perhatian untuk mendesain fasilitas.

Kondisi yang demikian tidak ditemukan pada perusahaan manufaktur yang tradisional. Kehadiran secara fisik pelanggan di sekitar fasilitas pelayanan tidak dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan manufaktur.

2. Kejadian pada waktu yang bersamaan (*simultaneity*); fakta bahwa pelayanan dibuat untuk digunakan secara bersamaan,

⁴⁷ Tjiptono, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 87-91.

sehingga pelayanan tidak disimpan. Ketidakmampuan untuk menyimpan pelayanan ini menghalangi penggunaan strategi manufaktur tradisional dalam melakukan penyimpanan untuk mengantisipasi fluktuasi permintaan.

3. Pelayanan langsung digunakan dan habis (*service perishability*); pelayanan merupakan komoditas yang cepat habis. Hal ini dapat dilihat pada tempat duduk pesawat yang habis, tidak muatnya ruangan rumah sakit atau hotel. Pada masing-masing kasus telah menyebabkan kehilangan peluang.
4. Tidak berwujud (*intangibility*); pelayanan adalah produk pikiran yang berupa ide dan konsep. Oleh karena itu, inovasi pelayanan tidak bisa dipatenkan. Untuk mempertahankan keuntungan dari konsep pelayanan yang baru, perusahaan harus melakukan perluasan secepatnya dan mendahului pesaing.
5. Beragam (*heterogenity*); kombinasi dari sifat tidak berwujud pelayanan dan pelanggan sebagai partisipan dalam penyampaian sistem pelayanan menghasilkan pelayanan yang beragam dari konsumen ke konsumen. Interaksi antara konsumen dan pegawai yang memberikan pelayanan menciptakan kemungkinan pengalaman kerja manusia yang lebih lengkap.⁴⁸

⁴⁸ Puspitosari, hesti. *Filosofi Pelayanan Publik*. (Malang: Setara, 2011), 45-50.

c. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2009) terdapat lima indikator pokok kualitas layanan, yaitu:

1. *Tangibility*, Penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan bahan komunikasi.
2. *Reliability*, Merupakan kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.
3. *Responsiveness*, Kesiediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
4. *Assurance*, Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan.
5. *Empathy*, Kesiediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan.

Sementara menurut Payne seperti dikutip dalam Djati & Darmawan (2005), dimensi pelayanan jasa dapat terdiri atas unsur:

1. *Tangibility* (bukti langsung) Dimana kemampuan perusahaan didalam menunjukkan eksistensi dirinya, misalnya dalam hal ini gedung, fasilitas teknologi, penampilan karyawannya, dan sebagainya lebih menekankan pada bukti secara fisik atau dapat diraba keberadaannya.
2. *Reliability* (keandalan) Merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang

- dijanjikan kepada pelanggan. Hal ini dapat berupa adanya perbaikan kinerja yang sesuai dengan harapan pelanggan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) Daya tanggap yang dimiliki oleh karyawan dan pimpinan perusahaan. Dimana perusahaan harus menunjukkan kemampuannya dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan jika pelanggan sedang memerlukan jasa yang dimaksudkan.
 4. *Assurance* (jaminan dan kepastian) Hal ini berkaitan dengan pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa kepercayaan dari pelanggannya pada perusahaan. Didalamnya terdapat unsur etika karyawan, kredibilitas karyawan, rasa aman dari pelanggan, dan unsur etika yang dimiliki oleh karyawan.
 5. *Empathy* (perhatian) Merupakan pemberian perhatian yang bersifat individu kepada pelanggan dari perusahaan. Hal ini dimaksudkan agar pihak perusahaan dapat memahami lebih jauh tentang keinginan dan kebutuhan dari pelanggannya.⁴⁹

4. Minat Nasabah

a. Pengertian Minat

Minat adalah gejala psikologis yang menunjukkan pemusatan perhatian terhadap suatu obyek sebab ada perasaan senang. Dari pengertian tersebut jelas bahwa minat itu sebagai

⁴⁹ Hardiyansyah. *Kualitas Pelayanan Publik*, (Yogyakarta: Gava Media, 2011), 67-70.

pemusatan perhatian atau reaksi terhadap suatu obyek seperti benda tertentu atau situasi tertentu yang didahului oleh perasaan senang terhadap obyek tersebut.⁵⁰

Minat merupakan suatu proses kejiwaan yang bersifat abstrak yang dinyatakan oleh seluruh keadaan aktivitas, ada objek yang dianggap bernilai sehingga diketahui dan diinginkan. Sehingga proses jiwa menimbulkan kecenderungan perasaan terhadap sesuatu, gairah dan keinginan terhadap sesuatu. Bisa dikatakan pula bahwa minat menimbulkan keinginan yang kuat terhadap sesuatu.⁵¹

Minat dapat diukur melalui kemudahan, persepsi resiko, dan kepercayaan. Sehingga indikator yang digunakan untuk mengukur minat adalah kemudahan, persepsi resiko, dan kepercayaan.⁵²

a) Kemudahan

Kemudahan Adalah sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usaha.⁵³ Kemudahan sangat penting bagi pengguna *internet banking* dengan fleksibel waktu dan tempat. Dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Internet

⁵⁰ Haryanto, 'pengertian minat belajar', dalam <http://belajarpsikologi.com/pengertian-minat/>, diakses pada 29 September 2020.

⁵¹ Dahlan Syuhada, 'Pengertian Minat Menurut Para Ahli', dalam <http://dahlansyuhada25.blogspot.com/2013/12/pengertian-minat-menurut-para-ahli.html?m=1>, diakses pada 22 Spetember 2020.

⁵² Aiisiyah Amanah, 'faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan internet banking', dalam <http://digilib.uin-suka.ac.id/.../BAB%20I,%20V..pdf>, diakses pada 29 September 2020.

⁵³ Deskripsi, 'kemudahan', dalam <http://www.deskripsi.com/k/kemudahan>, diakses pada 29 September 2020.

banking dapat diakses dengan mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam bertransaksi. Maka dari itu kemudahan dapat digunakan untuk mengukur minat nasabah.

b) Persepsi Resiko

Persepsi resiko yaitu anggapan resiko menghadirkan penilaian individu terhadap kemungkinan yang berhubungan atas hasil *positif* maupun *negative* dari suatu transaksi atau situasi.⁵⁴ Besarnya persepsi konsumen mengenai resiko mempengaruhi besarnya minat nasabah terhadap *internet banking* dan sistem dari *internet banking* tersebut. Konsumen sering menganggap bahwa ada resiko yang tinggi walaupun resiko tersebut sebenarnya rendah. Konsumen *internet banking* yang lebih berpengalaman mempunyai lebih banyak informasi mengenai *internet banking* sehingga mereka beranggapan resikonya rendah dan karena itu mereka mempunyai minat yang lebih dalam transaksi *internet banking*. Dari penjelasan ini dapat disimpulkan bahwa persepsi resiko dapat digunakan untuk mengukur minat nasabah.

c) Kepercayaan

Kepercayaan Adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan

⁵⁴ Nur Rani Faradilla, 'Persepsi Resiko Konsumen Dalam Perilaku Belanja', dalam http://www.academia.edu/6378979/Persepsi_Resiko_Konsumen_Dalam_Perilaku_Belanja, diakses pada 22 September 2020.

padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang di percayai.⁵⁵ Kepercayaan merupakan hal yang harus dipertimbangkan dalam menggunakan *internet banking*. Bahwa sistem *internet banking* mudah digunakan, aman, dan tidak merugikan. Penjelasan diatas dapat digunakan untuk mengukur minat nasabah.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah

Minat nasabah dipengaruhi dua macam, *shared value* dan *communication*,⁵⁶ yaitu:

1) *Shared Value* (Nilai Lebih)

Secara umum menyatakan bahwa perilaku konsumen pada umumnya lebih dipengaruhi oleh pengharapan untuk mencapai sesuatu hasil yang diinginkan dari pada oleh dorongan dari dalam diri. Konsumen memilih produk tertentu dibandingkan merek yang lainnya karena konsumen mengharapkan akibat positif atas pilihannya tersebut.⁵⁷

⁵⁵ Satya ariyono, 'Kepercayaan' dalam <http://satyaariyono.wordpress.com/2012/06/24/kepercayaan/>, diakses pada 29 September 2020.

⁵⁶ Satya ariyono, 'Kepercayaan' dalam <http://satyaariyono.wordpress.com/2012/06/24/kepercayaan/>, diakses pada 29 September 2020.

⁵⁷ Sutisna, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2002), 109.

Di dalam konteks *online banking* nilai lebih menyimbolkan keyakinan konsumen dan bank terhadap nilai-nilai seperti etika, keamanan dan privasi.⁵⁸

a) Etika, merupakan suatu ilmu yang membahas perbuatan baik dan buruk manusia sejauh yang dapat di pahami oleh pikiran manusia.⁵⁹ Dengan adanya etika tersebut, untuk meminimalisir pihak-pihak yang melakukan kecurangan atau ketidakjujuran. Oleh karena itu pihak bank harus mempertimbangkan nilai-nilai etika secara serius.

b) Keamanan, merupakan manajemen pengelolaan keamanan yang bertujuan mencegah, mengatasi, dan melindungi berbagai sistem informasi dari resiko terjadinya tindakan illegal.⁶⁰ Seperti halnya *internet banking* yang harus dipertimbangkan keamanannya karena itu mempengaruhi minat konsumen.

c) Privasi, merupakan tingkatan interaksi atau keterbukaan yang dikehendaki seseorang pada suatu kondisi atau

⁵⁸ Nur Shofiana, 'Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Pengguna Internet banking di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang' (Skripsi—IAIN Walisongo, Semarang, 2011), 23.

⁵⁹ Yohanes A.K Budiman, 'pengertian etika', dalam <http://tugas01-etikaprofesi.blogspot.com/2012/10/pengertian-etika.html?m=1>, di akses pada tanggal 24 September 2020.

⁶⁰ Pacarita, 'pengertian keamanan system informasi', dalam <http://pacarita.com/mengenalkeamanan-sistem-informasi.html>, di akses pada tanggal 24 September 2020.

situasi tertentu.⁶¹ Adanya kekhawatiran yang tinggi dari konsumen tentang kerahasiaan data-data pribadi mereka.

d) *Communication* (Komunikasi)

Secara sederhana, komunikasi dapat diartikan suatu proses transfer informasi atau pesan-pesan dari pengirim pesan (komunikator) kepada penerima (komunikan). Komunikasi bisa sangat sederhana, bisa pula sangat kompleks, bisa sangat informal maupun sangat formal, tergantung pada sifat pesan yang disampaikan dan hubungan antara komunikator dan komunikan.⁶²

Semakin tinggi tingkat komunikasi sosial yang ditampilkan oleh suatu *website* bank, semakin besar pengaruhnya pada minat konsumen dan meningkatkan kemungkinan konsumen melakukan dan menggunakan transaksi *online*.

Komunikasi dapat diukur lewat indikator Keterbukaan, Kecepatan Respon dan Kualitas Informasi.⁶³

1. Keterbukaan, yaitu suatu kondisi yang di dalamnya tidak terdapat suatu rahasia, mau menerima sesuatu dari luar dirinya, dan mau berkomunikasi dengan lingkungan di luar dirinya.

⁶¹ Giovvani, 'pengertian privasi, ruang personal, dan teritorialitas serta hubungannya', dalam <http://giovvani.wordpress.com/2011/04/25/pengertian-privasi-ruang-personal-dan-teritorialitasserta-hubungannya/>, diakses pada tanggal 24 September 2020.

⁶² Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 1997), 40

⁶³ Nur Shofiana, 'Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Pengguna Internet banking di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang' (Skripsi—IAIN Walisongo, Semarang, 2011), 26

- Minat nasabah didapatkan melalui keterbukaan dalam komunikasi yang secara spesifik melibatkan konsumennya.⁶⁴
2. Kecepatan Respon, yaitu suatu bagian atau urutan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan secara cepat. tanpa menggunakan cara berkomunikasi yang tepat, maka sulit untuk membangun hubungan yang baik dengan penggunanya, oleh karena itu konsumen mempertimbangkan kecepatan respon ketika berkomunikasi dengan penyedia layanan *internet banking*.⁶⁵
 3. Kualitas Informasi, yaitu sejauh mana informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan proses mereka. *internet banking* harus menyediakan informasi yang berkualitas untuk konsumennya.⁶⁶

⁶⁴ Handika, *Pengertian Keterbukaan dan Keadilan*, dalam <http://handikap60.blogspot.com/2013/03/pengertian-keterbukaan-dan-keadilan.html?m=1>, diakses pada tanggal 24 September 2020.

⁶⁵ Nafri Private, *Kecepatan Pelayanan*, dalam <http://nafriprivate.blogspot.com/2009/05/kecepatan-pelayanan.html?m=1>, diakses pada tanggal 24 Agustus 2020.

⁶⁶ Wikipedia, *kualitas informasi*, dalam http://id.m.wikipedia.org/wiki/kualitas_informasi, diakses pada tanggal 24 Agustus 2020.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian *Life History* (pengalaman kisah hidup) dimana penelitian ini menitik beratkan kepada fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan dalam situasi tertentu.

Metode kualitatif digunakan untuk mengkaji, menguraikan, menggambarkan sesuatu dengan menggunakan bahasa yang telah dipilih oleh peneliti agar mudah dipahami oleh pembaca saat memahami isi penelitian dengan baik. Penelitian kualitatif juga bertujuan untuk memahami fenomena yang ditemukan di lapangan berdasarkan fakta yang ada.⁶⁷ Alasan menggunakan metode penelitian ini adalah peneliti ingin mengkaji fenomena yang terjadi di lapangan dan data di lapangan bersifat fleksibel atau berubah-ubah sesuai fakta yang ada.

B. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Dalam teknik observasi ini peneliti menggunakan teknik observasi partisipan, karena peneliti terlibat secara langsung dengan objek yang menjadi kajian peneliti. Sifat peneliti adalah sebagai pengamat independen. Data yang dicari dari teknik observasi partisipan (partisipatif aktif) ini adalah:

⁶⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Ed. rev., cet. 28, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 157

- a. Para karyawan Bank BSI Cabang Bondowoso
- b. Penerapan Akad-akad dan produk pada perbankan Syariah Bondowoso
- c. Fasilitas yang terdapat pada Bank BSI Cabang Bondowoso.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dan mendalam dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.⁶⁸ Wawancara dapat dipandang sebagai pengumpulan data dengan cara jalan tanya jawab sepihak, yang dikerjakan secara sistematis dan berdasarkan pada rujukan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur peneliti membawa kerangka pertanyaan untuk disajikan, tetapi cara, bagaimana pertanyaan diajukan dan jawaban diserahkan kebijaksanaan *interview*. Dengan kata lain metode ini digunakan untuk mencari data langsung dari responden untuk mendapatkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

3. Dokumentasi

Penelitian dari observasi dan wawancara, akan lebih valid atau dapat dipercaya dengan dilengkapi oleh dokumentasi. Dokumentasi di sini dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental. Dan dokumentasi ini adalah sebagai pelengkap dari penggunaan metode

⁶⁸ Cholid Narkubo dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), 81.

observasi dan wawancara.⁶⁹ Data yang ingin dicari peneliti dengan teknik dokumentasi ini adalah:

- a. Kemudahan Internet Banking pada Bank BSI Cabang Bondowoso.
- b. Manfaat adanya Internet Banking pada Bank BSI Cabang Bondowoso.
- c. Minat nasabah Bank BSI Cabang Bondowoso dengan adanya fasilitas *Internet Banking*.

C. Analisis Data

Teknik analisis data lebih banyak dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data.⁷⁰ Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengelompokkan data, memilih data mana yang akan dimasukkan, menyusun data yang telah dipilih, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁷¹

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data kualitatif deskriptif yaitu cara analisis yang cenderung menggunakan kata-kata atau narasi untuk menjelaskan fenomena atau data yang diperoleh. Metode analisis data deskriptif dapat dilakukan melalui tiga tahap yaitu⁷²:

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan rangkuman dari hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting dari tema dan polanya. Dengan

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D*, 326-327.

⁷⁰ Ibid., 383.

⁷¹ Ibid., 332.

⁷² Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008), 62.

demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data.

2. Penyajian data

Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sebagainya. Adanya penyajian data dapat mempermudah peneliti dalam memahami apa yang terjadi.

3. Verifikasi

Merupakan penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan penemuan baru yang sebelumnya belum ada. Kesimpulan dengan ini dapat menjawab fokus penelitian yang telah dirumuskan sejak awal. Temuan-temuan baru dapat berupa deskripsi atau gambaran objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti dapat menjadi jelas.⁷³

D. Keabsahan Data

Tidak setiap data yang diperoleh oleh peneliti selalu benar dan sohih sesuai dengan realitas yang ada. Oleh karena itu, peneliti harus melakukan pemeriksaan apakah data yang diperoleh memiliki keabsahan atau tidak. Teknik pemeriksaan keabsahan data didasarkan pada kriteria tertentu.⁷⁴

1. Kredibilitas
2. Keteralihan
3. Kebergantungan
4. Kepastian

⁷³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D*, 335-339.

⁷⁴ *Ibid*; 127.

Dalam penelitian ini, pengujian keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.⁷⁵ Dalam hal ini peneliti akan menggunakan teknik triangulasi dengan sumber.

Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat berbeda dalam penelitian kualitatif. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang lebih diperoleh melalui beberapa sumber.

E. Tahap-tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan proses pelaksanaan penelitian. Tahap-tahap penelitian yang peneliti lakukan terdiri dari tahap pra-lapangan, tahap pelaksanaan penelitian, dan tahap penyelesaian, berikut penjelasannya.⁷⁶

1. Tahap pra-lapangan
 - a. Menyusun rencana penelitian.
 - b. Memilih objek penelitian.
 - c. Melakukan peninjauan observasi terdahulu terkait objek penelitian yang telah ditentukan.

⁷⁵ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 330.

⁷⁶ Ibid 40

- d. Mengajukan judul kepada fakultas ekonomi dan bisnis islam. Penelitian mengajukan judul yang telah dilengkapi dengan latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, dan metode penelitian.
 - e. Meninjau kajian pustaka. Peneliti mencari referensi penelitian terdahulu sert kajian teori yang terkait dengan judul penelitian.
 - f. Konsultasi proposal kepada dosen pembimbing.
 - g. Mengurus perizinan penelitian.
 - h. Mempersiapkan penelitian lapangan.
2. Tahap pelaksanaan penelitian

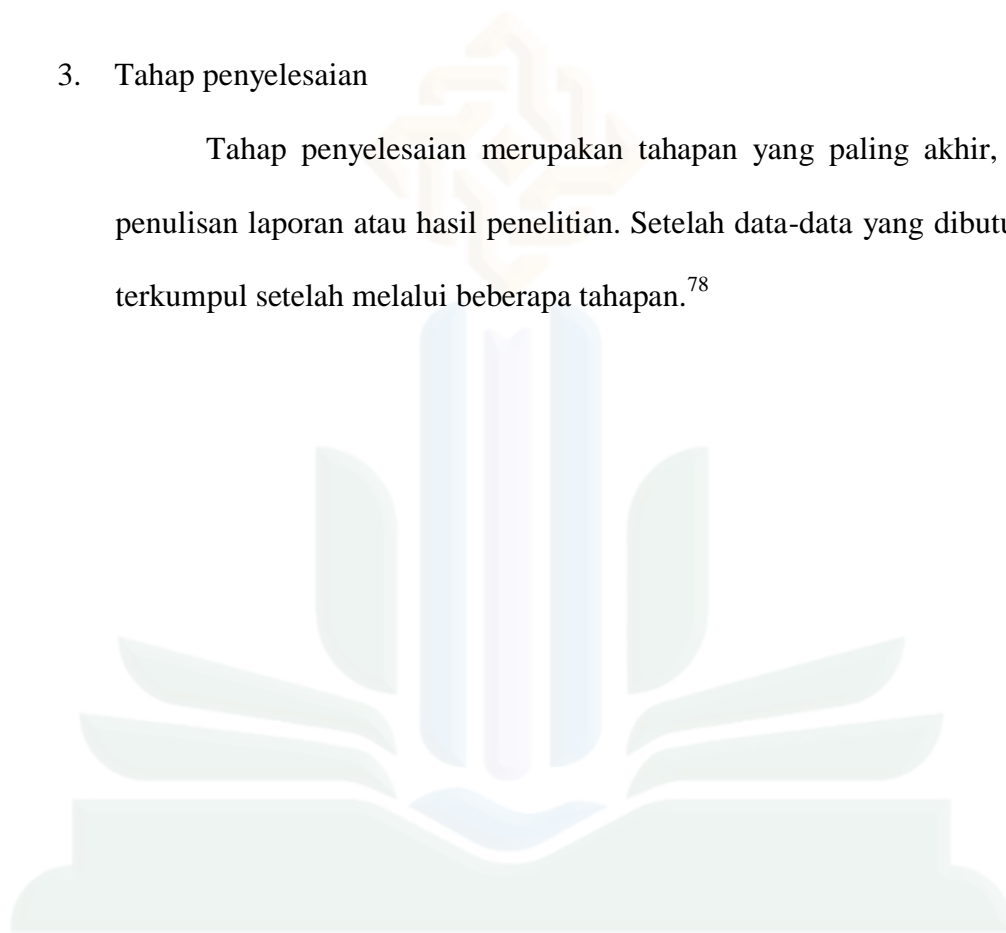
Pada tahap ini mengadakan observasi dengan melibatkan beberapa informasi untuk memperoleh data. Pada tahapan ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu:⁷⁷

- a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri.
- b. Memasuki lapangan.
- c. Berperan serta sambil mengumpulkan data.
 - 1) Mengikuti dan memantau kegiatan.
 - 2) Mencatat data.
 - 3) Mengetahui tentang cara mengingat data.
 - 4) Kejenuhan data.
 - 5) Analisis data.

⁷⁷Suharto, dkk., *Pedoman Penulisan*, 44.

3. Tahap penyelesaian

Tahap penyelesaian merupakan tahapan yang paling akhir, yaitu penulisan laporan atau hasil penelitian. Setelah data-data yang dibutuhkan terkumpul setelah melalui beberapa tahapan.⁷⁸



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

⁷⁸Ibid, 47.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Profil Lokasi Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

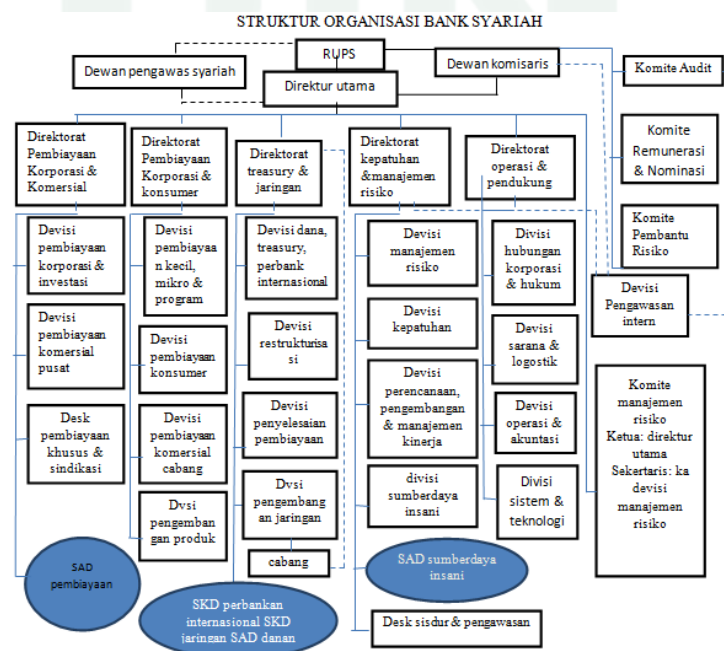
Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah

Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan *ikhtiar* untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah Perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*).

2. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia



3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Cabang Bondowoso

Pimpinan

KACAB : Ariadie

STS : Dedik

CBRM : Febrian

MRM : Febby

BUSM : Faizah

1. Teller : Naila

2. Cs : Cindy

3. Operasional : Fazila

a. Office boy : Agus

b. Security : Agung, Supriyadi dan Roni

c. Driver : Herman

4. Visi dan Misi bank Syariah Indonesia

Adapun visi dari bank syariah Indonesia adalah menjadi top 10 global Islamic bank.

Sedangkan misi dari bank syariah Indonesia itu sendiri adalah sebagai berikut:

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025

2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham

Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)

- Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja

B. Penyajian Data

Sebagaimana telah diuraikan dalam tinjauan penelitian pada bagian sebelumnya bahwa internet banking merupakan layanan dalam perbankan dengan menggunakan basis internet sebagai bentuk perluasan manajemen pemasaran untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Sebagai layanan yang memiliki visi untuk memudahkan nasabah, tentu internet banking memiliki fitur-fitur atau program yang diakses oleh nasabah dalam melakukan transaksi.

1. Bagaimana Pengaruh *Internet Banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking*?

Internet banking adalah kegiatan yang melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan. Dari waktu ke waktu, makin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa *internet banking* yang diatur melalui Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan

Teknologi Informasi Oleh Bank Umum. Penyelenggaraan *internet banking* merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan servis cepat, aman, nyaman murah dan tersedia setiap saat (24 jam/hari, 7 hari/minggu) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari *Handphone*, Komputer, laptop/ *note book*, dan sebagainya. Aplikasi teknologi informasi dalam *internet banking* akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan produktifitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif daripada bank konvensional. Tanpa adanya aplikasi teknologi informasi dalam *internet banking*, maka *internet banking* tidak akan jalan dan dimanfaatkan oleh industri perbankan. Secara umum, dalam penyediaan layanan *internet banking*, bank memberikan informasi mengenai produk dan jasanya via portal di *internet*, memberikan akses kepada para nasabah untuk bertransaksi dan meng-update data pribadinya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu karyawan Bank BSI menyatakan sebagai berikut:

Bertransaksi menggunakan layanan *internet banking* cukup membuat waktu lebih efisien, sebab layanan *internet banking* memiliki fitur seperti:

- a. Transfer Dana, termasuk transfer antar rekening, transfer antar bank domestic, daftar transfer terjadwal.

- b. Pembayaran, termasuk untuk tagihan rekening telepon, *internet* rumah, kabel TV, kartu kredit, rekening listrik, air, angsuran, asuransi, lain-lain.
- c. Pembelian, termasuk pulsa telepon, online shopping dan saham.
- d. Informasi Saldo Rekening, termasuk pengecekan saldo rekening seperti tabungan, GIRO atau deposito, pengecekan mutasi rekening dan pengecekan transaksi kartu kredit.
- e. Informasi Nilai Tukar, termasuk kurs valuta asing dan investasi.
- f. Fasilitas Layanan, termasuk layanan Notifikasi SMS, informasi suku bunga.⁷⁹

Perbankan daring (*online banking*) pada dasarnya merupakan gabungan dua istilah dasar yaitu daring (*online*) dan perbankan (*banking*).

Saat ini *internet* telah menghubungkan lebih dari 100.000 jaringan komputer di dunia dengan pengguna lebih dari 100 juta orang. Dapat melakukan transaksi perbankan (finansial dan non- finansial) melalui komputer yang terhubung dengan jaringan *internet* bank, meliputi jenis transaksi, transfer dana, informasi saldo, informasi nilai tukar, pembayaran tagihan (misal: kartu kredit, rekening telepon, rekening listrik, asuransi), dan pembelian (misal: pulsa ponsel, tiket pesawat, saham).

Terobosan dalam dunia perbankan yang mengandalkan sistem jaringan informasi yang disebut *daring banking system* mampu

⁷⁹ Hasil Wawancara dengan mbak cindy karyawan Bank Syariah Indonesia (BSI) Bondowoso.

memberikan kemudahan bagi siapapun yang melakukan transaksi perbankan. Kemudahan akses *internet* dan kuantitas pengguna internet yang semakin meningkat mampu memberikan dampak yang signifikan bagi lembaga keuangan yang mengikuti perkembangan tersebut.

Seperti yang disampaikan oleh Bapak Sujono sebagai nasabah bank Syariah Indonesia sebagai berikut:

“Sejujurnya kalau dipikir-pikir ada rasa was-was, karena dijamin sekarang itu banyak sekali kejahatan-kejahatan yang dilakukan dengan menggunakan teknologi. tetapi seiring dengan pemakaian kami terhadap *I-Banking*, saya merasa bahwa menggunakan *I-Banking* itu aman. Apalagi dari pihak Bank juga sudah pasti sudah mengatur sistem keamanannya”

Berdasarkan pada wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti tentang fitur-fitur atau keamanan yang terdapat pada *internet banking* tidak dapat diragukan lagi meski para nasabah juga harus lebih berhati-hati dalam menggunakan aplikasi *internet banking* tersebut.

Perbankan bergerak (*mobile banking*) adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler *GSM* dengan menggunakan *SMS*.

- a. Jenis transaksi seperti transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar dan pembayaran (kartu kredit, rekening listrik, rekening telepon, asuransi).
- b. Pembelian (pulsa isi ulang).

Kejahatan dalam perbankan sunting lubang keamanan (*security hole*) akan selalu ada, hal ini bisa diamati dari situs web yang melaporkan adanya lubang keamanan setiap hari. Namun bisnis tidak dapat berhenti

karena adanya potensi lubang keamanan. Untuk sekedar transaksi yang bersifat informatif (tidak ada pengurangan saldo) maka cukup menggunakan sandi lewat (*password*) untuk masuk, tetapi untuk transaksi yang sifatnya memindahkan/mengurangi saldo nasabah diminta untuk memasukan pin yang dihasilkan oleh suatu alat yang biasa disebut token atau pin. Alat ini akan mengeluarkan deretan angka (biasanya 6 digit) yang hanya identik dengan rekening nasabah tersebut. Jadi token lain tidak mungkin bisa digunakan pada rekening tersebut. Yang dapat dilakukan adalah meningkatkan tingkat kesulitan untuk masuk dengan menggunakan pengamanan-pengamanan, dinding api (*firewal*) dan IDS (dalam kasus server Internet). kejahatan siber yang merupakan kejahatan di dunia maya (*cyber*) sangat memungkinkan data nasabah di sadap pada saat melakukan transaksi perbankan.

Seperti yang disampaikan oleh Bapak Rifqi Irwanda sebagai nasabah bank Syariah Indonesia sebagai berikut

“Saya merasa nyaman karena adanya *internet banking* ini sangat memudahkan untuk terhubung dengan bank setiap waktu melalui ponsel pintar. Seperti kita ketahui bahwa sekarang ponsel selalu ada di setiap aktifitas kita jadi itu merupakan alternatif yg sangat bagus karena jika ingin mengecek saldo atau ingin mengecek transferan dari keluarga maka langsung bisa di cek melalui *internet banking*”

Sebagaimana dari hasil wawancara diatas maka peneliti dapat mendeskripsikan bahwa kemudahan para nasabah dalam penggunaan *Internet Banking* adalah sebagai berikut:

Mengakses *internet banking* cukup mudah dan tidak menyita waktu, selain itu kita dapat mengakses transaksi seperti misalnya:

1. Informasi Rekening
2. Informasi Saldo
3. Mutasi Rekening
4. Transfer Dana
5. Transfer Antar Rek BRI
6. Transfer ke Bank Lain
7. Transaksi Terjadwal
8. Tambah Transfer
9. Lihat Status

Pada umumnya layanan *internet banking* sebagai bentuk perluasan manajemen untuk memudahkan pada nasabah yang memiliki tujuan untuk mengefesiesikan waktu bagi nasabah sehingga dengan adanya layanan ini, nasabah tidak perlu lagi untuk datang langsung ke unit-unit pelayanan bank terdekat. Layanan ini hanya menggunakan basis data *internet* dan hanya butuh kuota *internet* untuk mengaksesnya. Hal ini memang sangat relevan dengan kondisi saat ini dimana akses *internet* bukan lagi menjadi hal yang sulit untuk didapatkan, baik itu di daerah perkotaan maupun di pelosok pedesaan.

Seperti yang disampaikan oleh Mbak cindy sebagai CS bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso sebagai berikut:

“Sebagian besar transaksi yang dominan dilakukan oleh nasabah adalah kirim mengirim dana dari orang lain. Melalui *internet*

banking, proses kirim mengirim dana ini dapat dilakukan dengan mudah hingga tidak perlu lagi mendatangi unit pelayanan perbankan. *Internet banking* dengan fitur-fiturnya akan memberikan kemanan kepada nasabah sehingga nasabah pun tidak perlu dikhawatirkan lagi dengan prosedur yang sulit”

Ada beberapa hal yang bisa mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu bank. Cukup banyak faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian), dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Sedangkan minat menurut *Crow and Crow* dalam bukunya Abdul Rahman Saleh berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

- a. Dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan makan, rasa ingin tahu
- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.⁸⁰

Dalam perbankan, minat nasabah dapat timbul pada kondisi apabila dalam dirinya timbul rasa kenyamanan dan kecocokan terhadap pelayanan yang didapatkan dari perbankan. Nasabah yang demikian, akan

⁸⁰ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam* (2004). 264

berdampak baik kepada perbankan, selain sebagai penambah penambah pendapatan kepada perbankan, juga dapat menjadi benteng sosial dalam lingkungan masyarakat. Benteng sosial yang dimaksud adalah dimana ketika dalam masyarakat terdapat persepsi yang menyudutkan perbankan yang bersangkutan, maka secara sadar nasabah tersebut dengan kondisi emosionalnya yang telah terikat dengan perbankan akan spontan memberikan pandangan dan persepsi untuk menangkal persepsi negatif tersebut. Berikut peneliti memaparkan secara meluas bagaimana gejala dari nasabah yang berminat pada pelayanan *internet banking* Bank Syariah Indonesia (BSI).

Seperti yang disampaikan oleh Bapak Imam Hanafi sebagai nasabah bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso sebagai berikut:

“Mengenai keperluan menggunakan layanan *I-Banking*, kita dapat melakukan Pembayaran, termasuk untuk tagihan rekening telepon, *internet* rumah, kabel TV, kartu kredit, rekening listrik, air, angsuran, asuransi, lain-lain. Dan masih banyak lagi yang bisa kita lakukan dan tidak mengharuskan kita untuk keluar rumah”.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan ini dapat dicapai apabila perusahaan memiliki strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada. Salah satunya adalah dengan strategi pendampingan teknologi informasi, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan dipasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan. Teknologi informasi sejauh ini telah menjadi bagian penting dalam upaya efektivitas dan efisiensi proses-proses bisnis melalui penyederhanaan rangkaian proses, otomatisasi,

digitalisasi, dan interkoneksi proses-proses serupa sehingga mendorong tata kelola yang tepat guna.

Seperti yang disampaikan oleh Bapak Santoso sebagai nasabah bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso sebagai berikut:

“Persoalan kebutuhan pasti banyak, dengan adanya layanan *internet banking* ini cukup mendukung untuk memudahkan kebutuhan kita. Apabila kondisi geologi khususnya kecamatan yang jauh dari kota tentu tidak memungkinkan untuk mencukupi kebutuhan dengan baik, jadi harus ada solusi. Saya melihat layanan ini sangat baik, saya berprofesi sebagai penjual *online* atau *reseller* tentu saya selalu menggunakan jasa bank untuk mengirim ataupun penerima pembayaran dari penjual dan pembeli. Saya tidak mungkin setiap saat datang tepat waktu dan mengantri di ATM ataupun di bank, jadi keberadaan aplikasi ini sangat membantu”.

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi yang semakin maju, peningkatan kebutuhan dan tuntutan masyarakat yang semakin tinggi terhadap produk dan aktivitas perbankan baik dari sisi keberagaman, kecepatan, maupun fleksibilitas waktu bertransaksi, termasuk keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi serta disisi lain sejalan pula dengan upaya industri perbankan untuk beroperasi secara lebih efisien, maka berbagai kebutuhan tersebut dijawab oleh industri perbankan, antara lain dengan menghadirkan produk dan aktivitas *elektronik banking* dengan *delivery channel* yang semakin beragam.

Seperti yang disampaikan oleh Bapak Ariadie sebagai BM bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso sebagai berikut:

“Keuntungan menggunakan *internet banking* salah satunya menghemat waktu dan biaya perjalanan. Kita tidak perlu lagi mendatangi bank atau ATM untuk melakukan transaksi seperti transfer uang atau membayar tagihan *internet banking* juga lebih

efisien karena kita tidak harus mengantri panjang karena cukup menggunakan *smartphone*, kita sudah bisa melakukannya dimana saja dan kapan saja selama kita memiliki jaringan *internet*".

Berdasarkan pada hasil wawancara diatas dapat dijelaskan bahwa pemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna sistem informasi dalam melaksanakan tugasnya atau perilaku dalam menggunakan teknologi pada saat melakukan pekerjaan. Menurut Jogiyanto (2003), teknologi informasi adalah subsistem atau sistem bagian dari sistem informasi. Perkembangan zaman yang didukung dengan perkembangan teknologi, menyebabkan kebutuhan manusia terhadap informasi semakin kompleks, sehingga perusahaan harus memperhatikan kemajuan teknologi informasi dan lebih mengoptimalkan fasilitas teknologi informasi dalam rangka dapat bertahan dan menang dalam persaingan usaha di pasar global.⁸¹ Perkembangan teknologi saat ini banyak memberikan kemudahan pada berbagai aspek kegiatan bisnis. Pentingnya teknologi informasi dalam bisnis tidak diragukan lagi, banyak perusahaan di dunia berkeinginan untuk mengubah dirinya menjadi pembangkit daya (power house) bisnis global melalui berbagai investasi besar dalam *e-business*, *e-commerce*, dan usaha teknologi informasi lainnya yang global. Jadi terdapat kebutuhan yang nyata bagi para manajer bisnis dan praktisi bisnis untuk memahami bagaimana mengelola fungsi organisasi yang penting ini.

⁸¹ Jogiyanto. *Teori Portopolio dan analisis Investasi*, (Yogyakarta: BPF), 2003, hal, 120.

Hal tersebut di dukung oleh Bapak Farid sebagai nasabah dari Bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso yang menggunakan *I-Banking*.

“Saya menggunakan *i-banking* itu lebih praktis dan gratis. Kita bisa menghemat waktu karena kita tidak perlu untuk keluar rumah, panas-panas hanya demi mencari ATM, dan biaya dalam melakukan transaksi perbankan pun tidak ada, kita hanya butuh kuota internet. Kita juga tak perlu lagi mengeluarkan ongkos transportasi ataupun antri ke bank karena semuanya bisa diakses dari ponsel pintar kita. Transaksi *i-banking* dimana saja dan kapan saja (24 jam)”.

Hal tersebut di dukung oleh Bapak Rifqi Irwanda sebagai nasabah dari Bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso yang menggunakan *I-Banking*.

“Sangat membantu dengan adanya *internet banking*, banyak pekerjaan saya dimudahkan. Apabila saya seorang mahasiswa, yang biasa beli baju online, itu biasanya saya datang ke ATM tapi tiba-tiba ATMnya bermasalah, itu sangat mengecewakan, sekarang menggunakan *internet banking* tidak perlu lagi ke ATM”.

Berdasarkan pada hasil wawancara diatas dapat kita uraikan bahwa kebanyakan dari pelanggan, terutama pada nasabah bank menginginkan suatu pelayanan yang bersifat sederhana dan praktis. Pada perusahaan perbankan, penilaian konsumen atas suatu produk jasa bukan hanya pelayanan yang baik, tetapi juga terletak pada fasilitas-fasilitas penunjang, nasabah memperoleh kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi serta kepuasan yang menyeluruh terhadap jasa bank. Sehingga dibutuhkan suatu sistem yang dapat memenuhi segala kebutuhan dengan efisiensi dan praktis. Saat ini teknologi merupakan peranan penting dalam bisnis, perbankan yang memanfaatkan teknologi modern yang semakin

berkembang untuk membantu kinerja pengoperasian sistem yang ada dalam perbankan tersebut.

Seperti yang disampaikan oleh Bapak Sujono sebagai nasabah bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso sebagai berikut:

“Yang paling membuat saya berminat memakai *internet banking* adalah dengan fitur-fitur yang digunakan dalam *internet banking* sangatlah mudah, dengan menggunakan *internet banking* ini membuat saya lebih nyaman karena bisa bertransaksi tanpa keluar rumah, yakni hanya dengan menggunakan aplikasi yang ada di *smartphone*”.

Hal tersebut di dukung oleh Mbak Cindy sebagai CS dari Bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso .

“Saya hanya berharap pihak nasabah harus lebih waspada dalam pengelolaan *internet banking* karena seperti yang kita ketahui sekarang penipuan sudah berkembang pesat apalagi penipuan *online* sudah marak diberitakan, kita dari pihak penyedia layanan jasa pastinya selalu berusaha memberikan update dan melakukan pengawasan dalam perawatan infrastruktur teknologi informasi perbankan guna memastikan keamanan dan kenyamanan nasabah dalam menggunakan layanan *I-banking*”.

Dari hasil wawancara diatas, fasilitas yang disediakan di *mobile banking* yaitu di aplikasi BSI Online sangat menawarkan kemudahan bertransaksi bagi nasabah, fitur yang ditawarkan pun begitu lengkap dan relevan untuk dipakai. Meliputi, portofolio (tabungan, deposit, dan pembiayaan), BSI Pay, transfer (Kesesama dan beda bank), pembelian (Pulsa, token, paketan internet), top up (OVO, GOPAY, Paytren, Link Aja), investasi (SBSN dan Deposit), dan tagihan/pembayaran (listrik, internet, tv digital, pendidikan, asuransi, tiket, bukalapak, tokopedia, BPJS, pelunasan Haji, PDAM, dan E-Samsat).

2. Bagaimana Pengaruh Sosial Terhadap Minat *Internet Banking*?

Sistem manajemen pemasaran belakangan ini mengacu kepada prioritas nasabah, dimana keberhasilan sebuah perusahaan sangat bergantung dari bagaimana perusahaan tersebut memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. Implikasi dari pelayanan yang baik dirasakan oleh nasabah akan membawa pada hasil dimana nasabah akan berminat untuk menjadi nasabah pada perusahaan tersebut. Perlu diketahui, ketika nasabah dijadikan sebagai indikator kesuksesan, itu berarti bahwa semakin banyak dan baik respon nasabah terhadap suatu perusahaan tentu akan semakin baik pula progress dan keberlangsungan perusahaan tersebut.

Mobile banking merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Serta keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi. Media komunikasi yang dapat digunakan adalah telepon seluler atau ponsel. Dengan fasilitas ini, setiap orang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi dimana dan kapan saja. Seperti yang disampaikan oleh bapak Farid sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Bondowoso.

“Pemakaian atau fungsi *internet banking* hampir sama dengan mesin ATM yang mana sarananya saja yang sedikit berbeda, seorang nasabah bisa melakukan kegiatan pengecekan saldo rekening, transfer dana antara rekening atau antar bank, sehingga untuk membayar tagihan-tagihan teratur bulanan seperti listrik, telepon, kartu kredit, televisi berbayar dan lain sebagainya. Pemanfaatan *internet banking* memiliki keuntungan yang banyak yang akan didapatkan oleh nasabah terutama jika melihat dari

banyaknya waktu dan tenaga yang bisa dihemat, karena *internet banking* jelas bebas antrian dan bisa dilakukan dari mana saja sepanjang nasabah mempunyai sarana pendukung untuk melaksanakan layanan I-Banking tersebut”

Hal tersebut di dukung oleh Mbak Faizah sebagai BUSM dari Bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso.

“Kita tahu jaman sekarang ini, hampir semua bisa diakses menggunakan *internet*, dan bisa dipastikan hampir semua masyarakat memiliki *smartphone* dan jaringan *internet*. Di sisi lain, ini menjadi sebuah peluang positif bagi perusahaan- perusahaan untuk menargetkan pangsa pasar bagi pengguna layanan *internet*, terutama oleh perbankan yang bergerak di bidang pelayanan jasa keuangan”

Hasil dari Wawancara di atas, *Internet Banking* dan *SMS Banking* juga memiliki fasilitas yang banyak untuk kebutuhan nasabah. akan tetapi dikarenakan adanya perkembangan zaman yang semakin maju, mekanisme atau teknis yang harus diterapkan nasabah masih terlalu ribet. Masih kurang sederhana.

Fasilitas *Elektronic Banking* yang ditawarkan dewasa ini dibagi menjadi tiga bagian dan masing-masing bagian memiliki sistem kerja yang menggunakan media yang berbeda. Masing-masing bagian memiliki kelebihan tersendiri. Mengenai fasilitas yang ditawarkan dari masing-masing media *Elektronic Banking*, seperti *Internet Banking* dan *SMS Banking*, seperti media lainnya yang menggunakan fungsi elektronik. Dengan menggunakan komputer kita yang terhubung ke *internet* untuk digunakan sebagai sarana untuk melakukan aktifitas perbankan seperti

informasi saldo, informasi rekening, transfer dana dan pembayaran-pembayaran.

Hal tersebut di dukung oleh Mbak cindy sebagai CS dari Bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso :

“Fasilitas diberikan *E-Banking* terkhusus *Internet Banking* dan *SMS Banking* bisa membantu nasabah bertransaksi, dalam *internet banking* ada transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi tukar, pembayaran tagihan, dan pembelian. Sedangkan dalam *SMS Banking* hampir sama dengan *internet banking* cuma fasilitas didalamnya lebih sedikit”

Pengenalan *internet banking* kepada konsumen berawal dari kegiatan promosi yang dilakukan pihak perbankan, yang kemudian menarik minat nasabah untuk mencobanya, atas percobaanya, karena nasabah merasa nyaman dengan *internet banking*, maka nasabah akan secara kontinuitas menggunakan layanan *internet banking* ini.

Seperti yang disampaikan oleh Bapak Muhammad Alek sebagai nasabah bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso sebagai berikut

“Saya mulai mengenal *internet banking* dari cerita orang-orang, katanya sekarang sudah ada sistem perbankan yang bisa melayani transaksi secara online sehingga kita tidak perlu lagi susah payah untuk bertransaksi perbankan. Kemudian saya mencoba mengajukan pembukaan akun *internet banking* kepada customer service bank dengan menggunakan rekening yang sudah ada sebelumnya. Setelah aktif, ternyata aplikasi ini bagus”

Hal tersebut di dukung oleh Mbak cindy sebagai CS dari Bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso

“Kalo *mobile banking* saya malah sering memperkenalkan ke nasabah, karena memang keluaran terbaru dari BSI Syariah. Biasanya saya mengenalkan dan mengedukasi manfaat dan keunggulan *i-banking* pada nasabah waktu mereka pengajuan

pembukaan rekening atau keluhan lain dan juga tak jarang beberapa nasabah sudah tau tentang *i-banking* dari teman atau keluarga terdekatnya. Tapi keputusan tetap pada nasabah dan banyak kok yang tertarik untuk menggunakannya.

Hal tersebut di dukung oleh Mbak Naila selaku Teller di Bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso

“Biasanya temen-temen dilapangan ngenalinnya waktu ke lokasi nasabah yang melakukan pembiayaan. Cuma untuk registrasi memang harus datang ke bank, mereka harus mengisi formulir dan diregistrasi oleh CS. Dan pasca itu baru kita bisa medampingi sampai bisa”.

Berdasarkan pada hasil wawancara diatas maka penulis dapat mempresentasikan bahwa pengenalan tentang *Internet Banking* di BSI ini melalui cerita Antara para nasabah yang satu sama yang lainnya baik yang positif atau yang negative tentang *Internet Banking* pada perbankan.

Pengenalan tentu berawal dari informasi-informasi yang tersebar luas di masyarakat, dari informasi tersebut tentu akan memunculkan gejala seperti dorongan untuk mencoba hal tersebut yang didukung oleh rasa penasaran. Untuk berminat kepada suatu hal tertentu, tentu terdapat faktor yang melatar belakanginya yakni sebagai berikut:

1) Pengenalan terhadap *Internet Banking*

Mengenal suatu objek tentu akan menimbulkan reaksi terhadap objek tersebut, apakah reaksi positif maupun negatif. Namun apabila dalam suatu objek yang dikenal terdapat hal-hal yang relevan dengan kebutuhan dan kemauan, maka bisa dipastikan bahwa respon yang

akan timbul adalah minat untuk mengenal lebih jauh terhadap objek tersebut.

2) Pengamatan

Minat dapat tumbuh dari pengamatan seseorang terhadap objek. Dalam hal ini, *internet banking* sebagai objek pengamatan oleh nasabah perbankan. Ketika objek yang diamati memiliki nilai lebih dari sekedar penampilan, dan nilai tersebut telah mendapatkan tanggapan yang baik dari beberapa orang, maka hal tersebut dapat memicu minat nasabah, sebab pengamatan yang dialami nasabah yang satu dengan yang lainnya akan menimbulkan efek berupa rasa penasaran yang timbul dari dalam diri seseorang.

3) Pendengaran

Informasi yang tersampaikan diterima oleh pendengaran seseorang sehingga timbul respon dari sang pendengar. Dalam manajemen pemasaran informasi dari mulut ke mulut merupakan bentuk promosi yang sangat efektif. Melalui pendengaran, seseorang mampu mengenal suatu objek

4) Tanggapan

Minat terhadap *internet banking* dapat timbul akibat adanya tanggapan terhadap informasi apa yang dialami oleh orang lain sebelum dirinya menggunakan fasilitas layanan *internet banking* tersebut. Seorang nasabah yang mendengarkan tanggapan yang baik dari nasabah lainnya, akan memicu dirinya untuk mencobanya juga, dengan harapan

bahwa dampak positif yang dialami oleh nasabah tersebut juga dapat dirasakannya. Namun sebaliknya, apabila dari penggunaan layanan internet banking ternyata banyak nasabah yang tidak merasa nyaman dan puas, maka hal tersebut dapat menyurutkan minatnya.

Sebelum nasabah berminat menggunakan layanan *internet banking*, tentu banyak hal yang harus dilalui nasabah untuk benar-benar memilih untuk menggunakan, utamanya apabila layanan *internet banking* memang layak dan dapat memudahkan nasabah tentu akan dapat menarik minat. Pada gejala konasi (pengenalan) memuat beberapa unsur untuk menarik minat nasabah menggunakan layanan *internet banking*, yakni pengenalan, pengamatan, pendengaran, dan tanggapan yang kesemuanya merupakan konsep yang satu padu dan saling terkait

Seperti yang disampaikan oleh Bapak Muhammad Alek sebagai nasabah di Bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso

“Saya kurang setuju apabila *I-Banking* itu dihilangkan. Karena *I-banking* itu sangat memudahkan penggunanya, apalagi bagi seorang yang memiliki kerjaan atau seorang karyawan bahkan ibu rumah tangga yang memiliki kesibukan masing-masing dan tidak sempat untuk keluar rumah mereka bisa menggunakan *I-Banking* dan itu sangat banyak memberikan manfaat. Kenyamanan yang kami rasakan terhadap layanan ini sudah lama, jadi yang pasti saya tidak setuju apabila layanan ini dihilangkan”

Seperti yang telah dikatakan oleh bapak Muhammad alex Sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia maka penulis dapat mendeskripsikan bahwa, nasabah dapat melakukan transaksi *non cash* setiap saat dengan mudah dan nyaman dengan mengakses melalui *smartphone* / komputer

(jaringan *internet*). Inovasi pelayanan perbankan melalui teknologi *internet banking* diharapkan dapat menekan *transactional cost* dan antrian yang terjadi di kantor-kantor bank.

Hal tersebut di dukung oleh Mbak Siti Rofiko sebagai nasabah dari Bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso yang menggunakan *I-Banking*.

“Saya sering menggunakan aplikasi *internet banking*, meskipun yang saya gunakan adalah *internet banking* bank lain tapi saya rasa semua aplikasi bank sama saja, mungkin ada yang membedakan dengan fitur-fiturnya tapi pada dasarnya sama saja untuk transfer ataupun untuk mengecek saldo tabungan di rekening. Saya menggunakan layanan ini karena menurut saya mudah karena hanya menggunakan aplikasi di smartphone yang tentu semua punya dan tahu untuk menggunakannya. Menurut saya cukup kelewatan kalau masih ada orang yang tidak bisa menggunakan aplikasi ini”

I-Banking diciptakan untuk mempermudah transaksi dan mengurangi beban kerja perbankan serta meningkatkan mutu layanan berbasis teknologi dan informasi. *I-Banking* membuat paradigma baru pada persaingan industri perbankan di seluruh dunia. *I-Banking* menawarkan metode baru dalam bertransaksi baik dalam memberikan kemudahan maupun kenyamanan. Adanya *I-Banking* diawali dengan basis informasi dan teknologi yang diadopsi dalam industri perbankan guna mempermudah dan memberikan kenyamanan dalam transaksi keuangan

Hal tersebut di dukung oleh Bapak Imam Hanafi sebagai nasabah dari Bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso.

“Alasan mengapa saya menggunakan *I-Banking* itu karena memberikan saya kemudahan dalam melakukan beberapa transaksi yang caranya itu mudah, dan bagi saya yang jarang keluar rumah itu sangat bermanfaat”

Bank menyediakan layanan *Elektronic Banking* untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan alternatif media untuk melakukan transaksi perbankan. Selain yang tersedia di kantor cabang dan ATM. Dengan *E-Banking*, nasabah tidak perlu lagi membuang waktu untuk antri di kantor-kantor bank atau ATM, karena saat ini banyak transaksi perbankan dapat dilakukan dimanapun, dan kapanpun dengan mudah dan praktis melalui jaringan elektronik, seperti *internet*, *handphone*, dan telepon. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Muhammad Alek sebagai nasabah di Bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso

“*E-Banking* sendiri sengaja dihadirkan oleh Bank Syariah Indonesia untuk memenuhi dan mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi. Hal tersebut sangat membantu nasabah, efektifitas dan mudahnya bertransaksi membuat nasabah lebih memilih untuk menggunakan *E-Banking*”

Hal tersebut di dukung oleh Mbak Faizah sebagai BUSM dari Bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso.

“Mengenai keperluan menggunakan layanan *I-Banking*, kita dapat melakukan Pembayaran, termasuk untuk tagihan rekening telepon, internet rumah, kabel TV, kartu kredit, rekening listrik, air, angsuran, asuransi, lain-lain. Dan masih banyak lagi yang bisa kita lakukan dan tidak mengharuskan kita untuk keluar rumah. Saya sering menggunakan internet banking untuk informasi rekening, informasi saldo dan transfer dana”

I-Banking memberikan tantangan bagi para pelaku industri perbankan dengan menyediakan arena kompetisi baru dalam dunia industri perbankan. Kemudahan dan kemutakhiran dari teknologi yang digunakan dan kenyamanan dalam bertransaksi menjadi variabel kompetisi baru dalam dunia perbankan untuk menarik minat preferensi nasabah dalam memilih bank yang akan digunakan dalam transaksional keuangan sehari-hari, akan tetapi yang menjadi tantangan utama dan sesungguhnya dalam *I-Banking* adalah bagaimana sebuah perbankan memasarkan *I-Banking* dan membuat para nasabah bertransformasi dalam menggunakan *I-Banking* yang sebelumnya menggunakan Channel Konvensional (*Branch Delivery*) dalam bertransaksi *I-Banking* merupakan layanan keuangan berbasis *internet* dengan memanfaatkan kemajuan informasi dan teknologi.

Hal tersebut di dukung oleh ibu sulis sebagai nasabah dari Bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso yang menggunakan *I-Banking*.

“Menariknya *internet banking* yang berbasis online karena memudahkan dalam transaksi apapun tanpa harus ke bank yang membutuhkan waktu dan tenaga. Mengirim uang ke orang lain tidak perlu lagi datang ke ATM yang menyita waktu bagi orang, apalagi saya sebagai ibu rumah tangga, lebih mudah kalau menggunakan *handphone*”

I-Banking adalah salah satu faktor yang terpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yaitu perbankan,

penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di sektor perbankan nasional relatif lebih maju dibandingkan sektor lainnya.⁸²

Kemudahan merupakan salah satu faktor yang penting bagi pengguna untuk bertransaksi menggunakan *I-Banking* dengan fleksibilitas waktu dan tempat, karena dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Selain itu *internet banking* dapat di akses dengan mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam bertransaksi. Dalam *I-Banking* bila jasa yang diberikan suatu bank dipersepsikan mudah maka nasabah akan terdorong untuk selalu menggunakan *I-Banking*.

Hal tersebut di dukung oleh Bapak Sugik Nur Syam sebagai nasabah dari Bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso.

“Keuntungannya sangat banyak salah satunya saja jika ingin mentransfer dana kepada keluarga sedangkan banknya sudah tutup maka kita dapat menggunakan *internet banking* sebagai alternatif untuk mentransfer tersebut”

Perkembangan *I-Banking* mengalami lompatan besar, transaksi bank menjadi mudah, cepat dan *real time* tanpa ada batasan waktu dan tempat. Transaksi *I-Banking* dapat dilakukan di mana saja, di belahan bumi manapun, selama ada jaringan layanan data dan dapat berakses. Transaksi dapat dilakukan 24 jam serta *real time*. Bank BSI sebagai Bank Pemerintah yang memiliki konsentrasi pada perkembangan bisnis mikro di Indonesia memiliki sasaran baru dalam memberikan kepuasan kepada setiap nasabah. Bank BSI meluncurkan *I-Banking* sejak tahun 2020. Bank

⁸² Aulia Rahman, ,Pengertian E-Banking dan M-Banking, serta penerapan E-Banking’, dalam <http://safiriblog.wordpress.com/2013/07/03/pengertian-e-banking-dan-m-banking-serta-prinsip-penerapan-e-banking/>, diakses pada Agustus 2021.

BSI memiliki tantangan kerja yang besar dalam mengubah kebiasaan transaksi nasabah mikro dari transaksi finansial yang bersifat konvensional menjadi transaksi yang berbasis *I-Banking* melalui BSI *Mobile (SMS Banking)* maupun *Internet Banking*.⁸³

Hal tersebut di dukung oleh Bapak Farid sebagai nasabah dari Bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso.

“Masukan saya tentang layanan *internet banking* sistem keamanannya harus lebih diutamakan untuk senantiasa menghindari pencurian atau tindak kejahatan lainnya yang bisa saja terjadi kapan saja”

Masalah keamanan adalah salah satu aspek penting dari sebuah sistem informasi perbankan. Tujuan dari dibentuknya sistem keamanan dari *I-Banking* adalah untuk menjegah, mengatasi, dan melindungi berbagai sistem informasi dari resiko terjadinya tindakan illegal. Keamanan yang dirasakan oleh nasabah menjadi faktor terkuat yang mempengaruhi pembentukan minat nasabah untuk menggunakan layanan *I-Banking*.

Perkembangan teknologi *internet* ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanan. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di Indonesia baik bank pemerintah maupun swasta, karena media *internet* adalah suatu inovasi yang cukup memberi peluang dan menantang dalam pengembangannya. Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi dalam bentuk *internet banking*,

⁸³ Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015). 21.

mobile banking yang berbasis *handphone* (*phone banking*) penggunaan *Authomatic Teller Machine* (ATM), *Credit Card* dan lain sebagainya merupakan keharusan bagi bank-bank di Indonesia untuk merebut pangsa pasar. Saat ini *internet banking* menjadi perhatian utama dan senjata yang revolusioner strategis operasional bank, untuk *men-delivery* maupun untuk persaingan bank. *Online banking* diperkenalkan sebagai *channel* dimana nasabah bank dapat melakukan aktivitas finansial perbankan secara elektronik melalui *website* bank.⁸⁴

Hal tersebut di dukung oleh Bapak Sujono sebagai nasabah dari Bank Syariah Indonesia cabang Bondowoso.

“Saya hanya berharap pihak nasabah harus lebih waspada dalam pengelolaan *internet banking* karena seperti yang kita ketahui sekarang penipuan sudah berkembang pesat apalagi penipuan *online* sudah marak diberitakan, jadi sebagai pengguna *internet banking* saya berharap pihak bank harus lebih sering melakukan pengawasan dan perawatan infrastruktur teknologi informasi perbankan”

C. Analisis Data

1. Bagaimana Pengaruh *Internet Banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking*?

Perbankan daring (*online banking*) pada dasarnya merupakan gabungan dua istilah dasar yaitu daring (*online*) dan perbankan (*banking*). Saat ini internet telah menghubungkan lebih dari 100.000 jaringan komputer di dunia dengan pengguna lebih dari 100 juta orang. Dapat melakukan transaksi perbankan (finansial dan non- finansial) melalui komputer yang terhubung dengan jaringan *internet* bank,

⁸⁴ Budi Raharjo, *Aspek Teknologi dalam Internet Banking*, (Jakarta:Insan Indonesia, 2001), 38.

meliputi jenis transaksi, transfer dana, informasi saldo, informasi nilai tukar, pembayaran tagihan (misal: kartu kredit, rekening telepon, rekening listrik, asuransi), dan pembelian (misal: pulsa ponsel, tiket pesawat, saham).

Kita tahu jaman sekarang ini, hampir semua bisa diakses menggunakan *internet*, dan bisa dipastikan hampir semua masyarakat memiliki *smartphone* dan jaringan *internet*. Di sisi lain, ini menjadi sebuah peluang positif bagi perusahaan-perusahaan untuk menargetkan pangsa pasar bagi pengguna layanan *internet*, terutama oleh perbankan yang bergerak di bidang pelayanan jasa keuangan.⁸⁵

Bank mengembangkan layanan-layanannya tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank adalah layanan *online banking*. *Online banking* adalah layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah. Bentuk layanan perbankan berbasis online adalah *Automatic Teller Machine (ATM)* atau dalam bahasa Indonesia lebih dikenal sebagai anjungan tunai mandiri. Selain

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Ariadi sebagai kepala BSI Kabupaten Bondowoso

ATM, *elektronik banking* atau yang lebih dikenal dengan *e-banking* juga merupakan salah satu jasa *online banking* yang menyesuaikan perkembangan teknologi dengan gaya hidup nasabah masa kini yang lebih mengutamakan kemudahan.

Elektronik banking merupakan layanan perbankan yang meliputi *Internet Banking, mobile banking, sms banking dan Phone Banking*. Fasilitas yang disediakan perusahaan perbankan melalui benda elektronik misal: *handphone*, komputer, dan telepon untuk mengganti kebutuhan bertransaksi yang biasanya dilakukan oleh ATM. Dengan kata lain, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui *handphone* ataupun *internet* seperti transaksi di mesin ATM. *Elektronik banking* membuka paradikma baru, struktur baru dan strategi bagi retail bank, dimana bank menghadapi kesempatan dan tantangan yang baru.

Berdasarkan data yang di paparkan sebelumnya, maka langkah selanjutnya adalah penganalisisan data berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian di BSI Kabupaten Bondowoso.

Selanjutnya mengenai *E-Banking* tersebut akan kita ulas sebagai berikut:

a. Pemanfaatan *E-Banking*

Dalam pemanfaatan *E-Banking* di BSI cabang Bondowoso dapat dipresentasikan sebagai berikut:

1) Fasilitas *Internet Banking* dan *SMS Banking*

Dari segi fasilitas yang disediakan *E-Banking* sebenarnya cukup memadai seperti fasilitas informasi saldo rekening, pemindah bukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), dan pembelian voucher. Sedangkan di BSI cabang Bondowoso mengungkapkan bahwa Saluran ini sebenarnya termasuk praktis namun dalam praktiknya agak merepotkan karena nasabah harus menghafal kode-kode transaksi dalam pengetikan *SMS*. Dalam hal ini bisa di ketahui bahwa ada beberapa fasilitas yang perlu menggunakan prosedur yang cukup merepotkan bagi nasabah BSI cabang Bondowoso.

2) Pengguna *Internet Banking* dan *SMS Banking*

Dari segi Pengguna layanan *E-Banking*, pengguna disini adalah seseorang yang menggunakan suatu layanan, layanan disini adalah *internet banking* dan *SMS banking*. Di BSI cabang Bondowoso pengguna *SMS Banking* tersebut sangat minim. karena hal ini sudah tidak eranya menggunakan layanan tersebut.

Biasanya *SMS banking* digunakan oleh orang tua yang notabennya masih belum update dengan adanya teknologi informasi terbaru dari bank. Minimnya pengguna *SMS banking* salah satunya juga dipengaruhi karena ribetnya mekanisme apabila akan melakukan transaksi. Dan di era serba digital ini nasabah cenderung memilih menggunakan paketan *internet* daripada pulsa.

- b. Pendampingan kepada nasabah agar menggunakan *internet banking* dan *sms banking*

Dilihat dari data di atas pendampingan yang dilakukan pihak bank kepada nasabah untuk menggunakan *internet banking* dan *sms banking* sudah sering dilakukan adapun sudah banyak nasabah yg sudah *aware* baik terpengaruh sosial ataupun kebutuhan dengan layanan ini. Hal ini dikarenakan dengan munculnya *mobile banking* yaitu BSI Online sebagai alternatif untuk mengikuti perkembangan zaman dan lebih lengkapnya informasi yang di sediakan.

Kemajuan teknologi informasi mempunyai efek yang sifatnya *multiplier* (pengganda), artinya kemajuan teknologi menyebabkan kemajuan di bidang lainnya. Salah satu bidang tersebut adalah sistem pembayaran, kemajuan teknologi di bidang komunikasi, terutama *internet* dan telpon sangat berpengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran.⁸⁶

Dalam dunia perbankan memanfaatkan perkembangan teknologi dengan menghadirkan layanan perbankan dalam bentuk *internet banking*. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di dunia perbankan relatif lebih maju dibandingkan sektor lainnya. Berbagai jenis teknologi diantaranya *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Mobile Banking*, dan *Internet Banking*.

⁸⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: teori dan penerapannya dalam pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 346.

Kemudahan akses *internet* dan kuantitas pengguna *internet* yang semakin meningkat mampu memberikan dampak yang signifikan bagi lembaga keuangan yang mengikuti perkembangan tersebut.

a. Perbankan Bergerak

Perbankan bergerak (*mobile banking*) adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler GSM dengan menggunakan SMS.

- 1) Jenis transaksi seperti transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar dan pembayaran (kartu kredit, rekening listrik, rekening telepon, asuransi)
- 2) Pembelian (pulsa isi ulang, saham).

b. Pengamanan *Internet Banking*

Kejahatan dalam perbankan sunting lubang keamanan (*security hole*) akan selalu ada, hal ini bisa diamati dari situs web yang melaporkan adanya lubang keamanan setiap hari. Namun bisnis tidak dapat berhenti karena adanya potensi lubang keamanan. Untuk sekedar transaksi yang bersifat informatif (tidak ada pengurangan saldo) maka cukup menggunakan sandi lewat (*password*) untuk masuk, tetapi untuk transaksi yang sifatnya memindahkan/mengurangi saldo nasabah diminta untuk memasukan pin yang dihasilkan oleh suatu alat yang biasa disebut token atau pin. Alat ini akan mengeluarkan deretan angka (biasanya 6 digit) yang hanya identik dengan rekening nasabah tersebut. Jadi token lain

tidak mungkin bisa digunakan pada rekening tersebut. Yang dapat dilakukan adalah meningkatkan tingkat kesulitan untuk masuk dengan menggunakan pengamanan-pengamanan, dinding api (*firewal*) dan IDS (dalam kasus *server Internet*). kejahatan siber yang merupakan kejahatan di dunia maya (*cyber*) sangat memungkinkan data nasabah di sadap pada saat melakukan transaksi perbankan.

Merasahasiakan kode akses/nomor pribadi *SMS Banking* Anda kepada orang lain adalah keharusan. Setiap melakukan transaksi melalui *SMS Banking*, tunggulah beberapa saat hingga menerima respons balik atas transaksi tersebut.⁸⁷

Selain dari pada itu, fitur-fitur yang tersedia pada layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan dengan *Internet Banking* dengan sistem perlindungan berlapis dari bank, sehingga dapat dikatakan bahwa *Internet Banking* memiliki proteksi yang cukup memberikan pengamanan dana nasabah dari tindakan pembobolan.

Pada setiap nasabah yang menggunakan *Internet Banking* memiliki *ID* dan *Password* yang hanya diberikan kepada nasabah yang bersangkutan serta tidak memungkinkan orang lain untuk mengetahuinya kecuali atas kehendak dari nasabah. Apabila nasabah hendak melakukan transaksi pembayaran yang akan mengurangi

⁸⁷Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*, 2007, h. 45.

saldonya maka nasabah tersebut harus memasukkan kode sandi yang hanya dipegang oleh pemilik rekening untuk melanjutkan proses transaksi.

c. Syarat dan ketentuan *Internet Banking*

Adapun syarat dan ketentuan dalam melakukan transaksi *internet banking* adalah sebagai berikut :

1. *Internet Banking* BSI adalah saluran distribusi BSI untuk mengakses rekening yang dimiliki Nasabah melalui *jaringan internet* dengan menggunakan perangkat lunak *browser* pada komputer.
2. Nasabah adalah perorangan pemilik rekening Tabungan BSI dalam mata uang rupiah berupa Tabungan BSI akad *Wadiah* atau *Mudharabah Online*.
3. Nasabah Pengguna adalah Nasabah yang telah terdaftar sebagai pengguna layanan *Internet Banking* BSI.
4. Kantor Cabang BSI adalah semua Kantor Cabang BSI di seluruh Indonesia, yang tidak terbatas pada Kantor Cabang BSI asal (Pembuka Rekening Tabungan)
5. *User ID* adalah identitas yang dimiliki oleh setiap Nasabah Pengguna yang harus dicantumkan/diinput dalam setiap penggunaan layanan *Internet Banking* BSI.
6. *Password Internet Banking* BSI adalah kombinasi antara nomor dan huruf sebagai identifikasi pribadi yang bersifat rahasia dan

hanya diketahui oleh Nasabah Pengguna yang harus dicantumkan/diinput oleh Nasabah Pengguna pada saat menggunakan layanan *Internet Banking* BSI. Bersama-sama dengan *User ID*, *Password* digunakan untuk membuktikan bahwa nasabah bersangkutan adalah nasabah yang berhak atas layanan *Internet Banking* BSI.

7. *M-TOKEN* adalah sarana pengamanan tambahan berupa *SMS alert* yang dikirimkan ke HP Nasabah Pengguna yang telah diregistrasikan untuk layanan *Internet Banking* BSI dan digunakan setiap kali nasabah melakukan transaksi Finansial.
8. Nomor (code) Aktivasi *mTOKEN* adalah kombinasi nomor sebanyak 6 (enam) digit yang dikirm oleh sistem registrasi internet banking melalui SMS ke HP nasabah pengguna setelah ybs melakukan registrasi finansial melalui *Customer Services*.
9. Tanggal efektif adalah tanggal tertentu dimana suatu transaksi dilakukan dengan berdasarkan tanggal sistem yang ada BSI.

d. Registrasi *Internet Banking*

Sebelum terdaftar sebagai pengguna layanan *internet banking*, tentu hal yang pertama dilakukan dengan meregistrasi aplikasi *internet banking* ini, berikut langkah- langkahnya :

1. Untuk menggunakan layanan *Internet Banking* BSI, nasabah harus melakukan Registrasi di ATM BSI dan Registrasi di Kantor Cabang BSI.

2. Registrasi *Internet Banking* BSI di ATM BSI menggunakan kartu BSI untuk mendapatkan *User ID* dan *password*.
3. Registrasi di Kantor Cabang BSI diperlukan agar nasabah dapat melakukan transaksi Finansial di *Internet Banking* BSI.
4. Nasabah harus mengisi dan menandatangani Formulir Aplikasi *Internet Banking* yang dapat diperoleh di Kantor Cabang BSI dengan menunjukkan bukti asli identitas diri yang sah (KTP, SIM, Paspor, KIMS) dan bukti kepemilikan pemegang rekening.
5. Nasabah memiliki HP dan Nomor HP dari operator yang telah kerjasama dengan BSI (Telkomsel, Indosal, XL, Flexi, Esia dan lain-lain)
6. Nasabah harus memiliki alamat *E-mail*.
7. Telah membaca dan memahami Syarat dan Ketentuan *Internet Banking* BSI.

e. Jenis Transaksi Internet Banking

- 1) Transfer dana atau pemindahan dana
 - a) Dua rekening di bank yang sama
 - b) Rekening di bank yang berbeda
 - c) Dan lain-lain
- 2) Informasi
 - a) Saldo
 - b) Transaksi
 - c) Dan lain-lain

- 3) Pembayaran
 - a) Listrik
 - b) Handphone berbagai operator
 - c) Iuran TV Kabel
 - d) PBB
 - e) Kartu Kredit
 - f) Dan lain-lain
- 4) Pembelian
 - a) Pulsa Telepon berbagai operator
 - b) Pulsa PLN Prabayar
 - c) Pulsa E-TOL
 - d) Dan lain-lain

f. Kelebihan dan Kekurangan *Internet Banking*

Di tengah perkembangan dunia teknologi dan informasi saat ini, kemunculan sistem jaringan *internet* di sisi positifnya juga membawa dampak negatif bagi keberlangsungan hidup masyarakat Indonesia. Pada satu sisi, akses *internet* yang mudah sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan memudahkan beberapa orang dalam mengakses informasi sehingga dapat mengefisienkan waktunya. Namun, di sisi lain, kemudahan akses *internet* juga berdampak pada *psikologis* seseorang yang mengakibatkan timbulnya rasa malas dan kemauannya yang serba instan.

Berikut adalah kelebihan dan kekurangan pada aplikasi *Internet Banking* pada Bank Syariah Indonesia:

(1) Kelebihan *Internet Banking*

Kehadiran layanan *internet banking* dengan menggunakan basis data *internet* mampu memberikan dampak signifikan oleh pengguna layanan *banking*. Berikut manfaat layanan *internet banking* menurut Vebrika:

- (a) Aplikasi mudah digunakan,
- (b) Layanan dapat dijangkau dari mana saja,
- (c) Murah,
- (d) Dapat dipercaya,
- (e) Dapat diandalkan (*reliable*),
- (f) Menghemat waktu dan biaya
- (g) Memudahkan konsumen
- (h) Tidak terbatas oleh waktu dan tempat
- (i) Lebih aman

Pada prinsipnya, layanan *internet banking* dihadirkan untuk memudahkan konsumen bank, mengingat bahwa saat ini hampir setiap orang dapat mengakses internet dengan sangat cepat dan mudah.⁸⁸

⁸⁸ ST Vebrika Helza, *Pengaruh Kualitas Jasa Internet Bankin Terhadap Kepuasan Konsumen*, (Thesis, Universitas Gunadarma, 2007), h.34.

(2) Kekurangan *Internet Banking*

Dibalik manfaat *internet banking* yang begitu banyak memudahkan pekerjaan nasabah bank, bukan berarti bahwa sistem perbankan berbasis *online* tidak memiliki cela bagi pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

Selain memberikan keuntungan, yang harus dipahami bahwa *internet banking* juga memiliki kekurangan. Nasabah harus tetap waspada karena pencurian data pribadi bisa saja terjadi. Pencurian data bisa melalui teknik *skimming* atau melalui modus penipuan dengan berbagai macam penawaran yang menipu para nasabah. Kemungkinan terburuk dari penggunaan *internet banking* adalah pencurian dana yang dilakukan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab atau yang biasa dikenal sebagai *hacker*. Pencurian dapat dilakukan dengan membobol sandi dan ID pengguna internet lalu kemudian menggunakan sandi tersebut untuk menarik dana dari rekening.

Hacker bisa saja menguras habis isi rekening tabungan nasabah. Oleh karena itu, akan lebih baik bagi nasabah mematuhi seluruh prosedur penggunaan *internet banking* agar keamanan data dan dana tetap terjamin.

Internet banking memiliki kekhususan tersendiri sehingga ada beberapa risiko yang sifatnya sangat spesifik untuk *internet banking*, diantaranya adalah:

a) *Technology Risk*

Risiko teknologi yang berhubungan dengan kehandalan dan sistem keamanan. Kecanggihan *software* dan *hardware* sangat menentukan besar kecilnya risiko teknologi yang dihadapi oleh bank penyelenggara jasa *internet banking*.

b) *Reputational Risk*

Reputational risk berkaitan erat dengan *corporate image* dari bank itu sendiri. Nama baik bank penyelenggara internet banking menjadi jaminan utama dalam pelayanan jasa internet banking. Kegagalan atau tidak berfungsinya sistem, teknologi maupun aplikasi yang dipakai dalam *internet banking* dapat membuat nasabah menjadi reluctant atau enggan untuk melakukan transaksi perbankan melalui *internet*.

c) *Outsourcing Risk*

Dalam prakteknya hampir semua bank yang menyelenggarakan pelayanan transaksi melalui *internet* menggunakan jasa pihak ketiga sebagai *internet service provider* (ISP) ataupun sebagai data operator dalam pengoperasian dan pemeliharaan data. Di satu sisi bank dapat menghemat biaya yang cukup signifikan dengan melakukan *outsourcing* tetapi di sisi lain ada risiko yang mungkin

timbul dengan adanya outsourcing tersebut antara lain ditutupnya ISP tersebut secara tiba-tiba karena kesulitan keuangan, kurang terjaminnya kerahasiaan data karena ISP tersebut mudah dibobol oleh *hacker*, kurangnya kapabilitas ISP, dll.

d) *Legal Risk*

Masalah hukum dalam *internet banking* dalam beberapa hal masih banyak yang belum jelas dan belum diatur secara eksplisit. Hal ini dapat menimbulkan potensi masalah yang besar di bidang hukum perdata atau pidana apabila di kemudian hari terjadi sengketa atau perselisihan yang menyangkut transaksi-transaksi perbankan yang dilakukan melalui *internet*. Selain itu *cross border issues* dalam transaksi *internet banking* sedikit banyak juga berkaitan dengan aspek hukum yang belum jelas.

e) *Transaction Risk*

Resiko transaksi merupakan risiko saat ini dan di masa mendatang sebagai akibat dari kecurangan, kesalahan, dan ketidakmampuan menyalurkan produk dan jasa, memelihara posisi yang kompetitif, dan mengelola informasi. Risiko transaksi terdapat pada setiap pemrosesan transaksi, pengembangan sistem, sistem perhitungan, kompleksitas, produk dan jasa, serta *internal control*. Risiko transaksi yang

tinggi dapat terkandung pada produk *internet banking*, khususnya jika tidak direncanakan, diimplementasikan, dan dipantau dengan tepat.⁸⁹

2. Bagaimana Pengaruh Sosial Terhadap Minat *Internet Banking*?

Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi, dan *internet* menyebabkan mulai munculnya aplikasi bisnis yang berbasis elektronik. Dalam dunia perbankan sendiri, pada umumnya memanfaatkan teknologi untuk mengkomodir kebutuhan berinteraksi antara perusahaan dengan nasabah. *Elektronik banking* adalah salah satu jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan transaksi perbankan melalui jaringan, dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui *internet* (Tampubolon, 2004).

Mobilitas dan tuntutan hidup yang semakin tinggi meminta kita untuk melakukan transaksi perbankan secara cepat dimana saja, teknologi informasi yang pesat telah mempengaruhi industri perbankan, salah satu bentuk penggunaan teknologi informasi yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan salah satu wujud dari kemajuan perkembangan teknologi tersebut, perangkat komunikasi merupakan salah satu contoh dari perkembangan teknologi yang pada saat ini juga dimanfaatkan oleh sektor perbankan. Dengan tujuan meningkatkan pelayanan kepada

⁸⁹Yuslia Naili Rahmah, *Pengaruh Penggunaan Internet Banking Dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking Terhadap Cyber Crime Di Daerah Istimewa Yogyakarta* (Diy) Skripsi Sarjana (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018), h. 33-34.

nasabah, *mobile banking* merupakan salah satu bentuk layanan yang disediakan oleh bank untuk memungkinkan nasabah melakukan transaksi melalui ponsel seluler. Dengan di dukungnya teknologi yang semakin canggih dan teknologi tersebut mampu dimanfaatkan oleh industri perbankan maka aktivitas perbankan kini dapat dilakukan bermodalkan telepon seluler yaitu dengan fasilitas *mobile banking*. Fasilitas layanan ini sangat membantu kebutuhan nasabah yang memiliki mobilitas dan kesibukan yang cukup tinggi, disamping itu dengan adanya fasilitas *mobile banking* maka nasabah akan merasa lebih efektif dan efisien.

Sistem manajemen pemasaran belakangan ini mengacu kepada prioritas nasabah, dimana keberhasilan sebuah perusahaan sangat bergantung dari bagaimana perusahaan tersebut memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. Implikasi dari pelayanan yang baik dirasakan oleh nasabah akan membawa pada hasil dimana nasabah akan berminat untuk menjadi nasabah pada perusahaan tersebut. Perlu diketahui, ketika nasabah dijadikan sebagai indikator kesuksesan, itu berarti bahwa semakin banyak dan baik respon nasabah terhadap suatu perusahaan tentu akan semakin baik pula progress dan keberlangsungan perusahaan tersebut.

Dibawah ini beberapa hal yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menjadi konsumen suatu perbankan, yakni:

1) Kognisi (Gejala Pengenalan)

Kognisi atau gejala pengenalan menurut Uswah disini adalah kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan (termasuk kesadaran, perasaan) atau usaha mengenali sesuatu melalui pengalaman sendiri. Gejala pengenalan dalam garis besarnya dibagi menjadi dua yaitu melalui indera dan yang melalui akal.⁹⁰

Ada beberapa hal yang bisa mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu bank. Cukup banyak faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal : bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian), dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Sedangkan minat menurut *Crow and Crow* dalam bukunya Abdul Rahman Saleh berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

1. Dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan makan, rasa ingin tahu
2. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
3. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan

⁹⁰ Uswah Wardiana, *Psikologi Umum*, (Jakarta:PT Bina Ilmu, 2004), 58.

emosi.⁹¹

Dalam perbankan, minat nasabah dapat timbul pada kondisi apabila dalam dirinya timbul rasa kenyamanan dan kecocokan terhadap pelayanan yang didapatkan dari perbankan. Nasabah yang demikian, akan berdampak baik kepada perbankan, selain sebagai penambah penambah pendapatan kepada perbankan, juga dapat menjadi benteng sosial dalam lingkungan masyarakat. Benteng sosial yang dimaksud adalah dimana ketika dalam masyarakat terdapat persepsi yang menyudutkan perbankan yang bersangkutan, maka secara sadar nasabah tersebut dengan kondisi emosionalnya yang telah terikat dengan perbankan akan spontan memberikan pandangan dan persepsi untuk menangkal persepsi negatif tersebut. Berikut peneliti memaparkan secara meluas bagaimana gejala dari nasabah yang berminat pada pelayanan *internet banking* BSI.

Pengenalan tentu berawal dari informasi-informasi yang tersebar luas di masyarakat, dari informasi tersebut tentu akan memunculkan gejala seperti dorongan untuk mencoba hal tersebut yang didukung oleh rasa penasaran. Untuk berminat kepada suatu hal tertentu, tentu terdapat faktor yang melatar belakanginya yakni sebagai berikut:

⁹¹ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam* 264.

a) Pengenalan terhadap *Internet Banking*

Mengenal suatu objek tentu akan menimbulkan reaksi terhadap objek tersebut, apakah reaksi positif maupun negatif. Namun apabila dalam suatu objek yang dikenal terdapat hal-hal yang relevan dengan kebutuhan dan kemauan, maka bisa dipastikan bahwa respon yang akan timbul adalah minat untuk mengenal lebih jauh terhadap objek tersebut.

Pengenalan *internet banking* kepada konsumen berawal dari kegiatan promosi yang dilakukan pihak perbankan, yang kemudian menarik minat nasabah untuk mencobanya, atas percobaannya, karena nasabah merasa nyaman dengan *internet banking*, maka nasabah akan secara kontinuitas menggunakan layanan *internet banking* ini.

b) Pengamatan

Minat dapat tumbuh dari pengamatan seseorang terhadap objek. Dalam hal ini, *internet banking* sebagai objek pengamatan oleh nasabah perbankan. Ketika objek yang diamati memiliki nilai lebih dari sekedar penampilan, dan nilai tersebut telah mendapatkan tanggapan yang baik dari beberapa orang, maka hal tersebut dapat memicu minat nasabah, sebab pengamatan yang dialami nasabah yang satu dengan yang lainnya akan menimbulkan efek berupa rasa penasaran yang timbul dari dalam diri seseorang.

c) Pendengaran

Informasi yang tersampaikan diterima oleh pendengaran seseorang sehingga timbul respon dari sang pendengar. Dalam manajemen pemasaran informasi dari mulut ke mulut merupakan bentuk promosi yang sangat efektif. Melalui pendengaran, seseorang mampu mengenal suatu objek.

d) Tanggapan

Minat terhadap *internet banking* dapat timbul akibat adanya tanggapan terhadap informasi apa yang dialami oleh orang lain sebelum dirinya menggunakan fasilitas layanan *internet banking* tersebut. Seorang nasabah yang mendengarkan tanggapan yang baik dari nasabah lainnya, akan memicu dirinya untuk mencobanya juga, dengan harapan bahwa dampak positif yang dialami oleh nasabah tersebut juga dapat dirasakannya. Namun sebaliknya, apabila dari penggunaan layanan *internet banking* ternyata banyak nasabah yang tidak merasa nyaman dan puas, maka hal tersebut dapat menyurutkan minatnya.

Sebelum nasabah berminat menggunakan layanan *internet banking*, tentu banyak hal yang harus dilalui nasabah untuk benar-benar memilih untuk menggunakan, utamanya apabila layanan *internet banking* memang layak dan dapat memudahkan nasabah tentu akan dapat menarik minat. Pada gejala konasi (pengenalan) memuat beberapa unsur untuk menarik minat nasabah menggunakan

layananan *internet banking*, yakni pengenalan, pengamatan, pendengaran, dan tanggapan yang kesemuanya merupakan konsep yang satu padu dan saling terkait

2) Emosi (Gejala Perasaan)

a) Rasa Keamanan

Keamanan dalam bertransaksi patut untuk mendapatkan perhatian oleh manajemen dalam perbankan, terlebih lagi bahwa perbankan bergerak dalam transaksi keuangan sehingga kenyamanan bertransaksi niscaya harus ada. Rasa keamanan akan memberikan dampak yang signifikan dalam diri nasabah untuk memicu minatnya terhadap perbankan.

b) Kenyamanan

Sebagian besar transaksi yang dominan dilakukan oleh nasabah adalah kirim mengirim dana dari orang lain. Melalui *internet banking*, proses kirim mengirim dana ini dapat dilakukan dengan mudah hingga tidak perlu lagi mendatangi unit pelayanan perbankan. *Internet banking* dengan fitur-fiturnya akan memberikan kemandirian kepada nasabah sehingga nasabah pun tidak perlu dikhawatirkan lagi dengan prosedur yang sulit.

Seperti yang telah dikemukakan di awal pembahasan bahwa apabila seorang nasabah telah merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan, maka akan menyurut ke dalam emosionalnya terhadap kebutuhan perbankan tersebut. Dalam kondisi yang seperti

ini, maka nasabah tersebut akan merasa ketergantungan yang apabila yang membuat rasa ketergantungannya itu dihilangkan, maka akan muncul emosional yang lain.

Karena gejala emosi sangat erat kaitannya dengan suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang dialami seseorang dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subyektif sehingga tepat dikatakan bahwa kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi pada *internet banking* merupakan pemicu nasabah berminat pada layanan tersebut.

c) Perasaan Harga Diri

Perasaan ini merupakan perasaan yang menyertai harga diri seseorang. Perasaan ini dapat positif, yang apabila seseorang mendapatkan penghargaan terhadap dirinya dari orang lain maupun dalam organisasi. Perasaan ini dapat meningkat kepada perasaan harga diri lebih. Tetapi perasaan ini juga dapat bersifat negatif, yaitu bila orang mendapatkan kekecewaan atas di dapatkan dari kenyataan, maka dapat menimbulkan rasa harga diri berkurang.⁹²

Dalam perbankan, kaitannya dengan harga diri sangat erat. Nasabah saat ini berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi yang semakin canggih. Kecanggihan

⁹²Ahmad Mubasir, Gejala-gejala Kognisi, Perasaan Atau Emosi, Konasi, Berpikir dan Belajar, Artikel Edukasi <https://www.kompasiana.com/am-19/55005015813311971ffa7567/gejala-gejala-kognisi-perasaan-atau-emosi-konasi-berpikir-dan-belajar> (diakses 25 Agustus 2021)

teknologi bersamaan dengan kemudahan fitur-fitur yang ditawarkan kepada konsumen.

Dalam sosial masyarakat, mengikuti perkembangan jaman merupakan keniscayaan yang harus menjadi prioritas, dampaknya pun sangat signifikan apabila diantara masyarakat terdapat individu yang gaptek (gagap teknologi), maka akan di cap sebagai orang yang ketinggalan jaman sehingga dampaknya pula terhadap harga diri individu tersebut. Layanan *internet banking* hadir dengan mengikuti perkembangan jaman saat ini, maka hal yang paling mencuri perhatian adalah ketika ada seseorang yang tidak tahu menggunakan aplikasi perbankan ini.

d) Perasaan Kebutuhan

Perasaan ini berkaitan dengan psikis pribadi seseorang. Perasaan kebutuhan ini merupakan kodrat manusia sehingga dengan perasaan butuh ini memicu setiap orang untuk berbuat sesuatu demi memenuhi kebutuhannya. Implikasi dari kebutuhan ini akan berakhir pada kepuasan dalam diri seseorang.

Dapat dikatakan bahwa pelayanan yang semakin baik kepada nasabah dan mampu menjadi solusi setiap permasalahan yang ada dalam kehidupan ekonomi akan menarik banyak minat dari nasabah, sehingga keberlangsungan kemudahan ini harus tetap eksis dan dipertahankan, atau bahkan terus mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan jaman

3) Konasi (Gejala Kemauan)

Kemauan merupakan salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktifitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan suatu tujuan. Tujuan adalah titik akhir dari gerakan yang menuju pada sesuatu arah. Adapun tujuan kemampuan adalah pelaksanaan suatu tujuan-tujuan yang harus diartikan dalam suatu hubungan. Misalnya, seseorang yang memiliki suatu benda, maka tujuannya bukan pada bendanya, akan tetapi pada mempunyai benda itu”, yaitu berada dalam relasi (hubungan), milik atas benda itu. Seseorang yang mempunyai tujuan untuk menjadi sarjana, dengan dasar kemauan, ia belajar dengan tekun, walaupun mungkin juga sambil bekerja. Dalam istilah sehari-hari, kemauan dapat disamakan dengan kehendak dan hasrat. Kehendak ialah suatu fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu yang merupakan kekuatan dari dalam dan tampak dari luar sebagai gerak-gerak. Untuk mempermudah mempelajarinya maka gejala kemauan dibagi atas dorongan, keinginan, hasrat, kecenderungan dan hawa nafsu.

Karena alasan minat dapat timbulkan oleh sebab kemauan, maka peneliti akan menjelaskan lebih mendalam terkait minat yang ditimbulkan dari pelayanan *internet banking* karena beberapa penyebab kemauan nasabah.

1) Motif

Konasi atau gejala kemauan dapat timbul akibat adanya motif atau hal yang melatar belakangi seseorang untuk melakukan sesuatu. Kaitannya dengan layanan internet banking dapat dikatakan bahwa seseorang menggunakan *internet banking* karena sebab motif.

Kemauan untuk menggunakan layanan *internet banking* bermotif pada kebutuhan bagi pengguna layanan perbankan. Kemudahan bertransaksi yang ditawarkan oleh layanan *internet banking* dapat memicu minat nasabah. Pada pengaplikasiannya, nasabah terbukti mendapatkan kemudahan bertransaksi dengan menggunakan layanan *internet banking*, maka wajarlah apabila kemudahan itu membawa dampak kepuasan bagi pengguna, dalam hal ini nasabah.

2) Keinginan dan Kebutuhan

Menurut ilmu psikologi keinginan seseorang timbul karena beberapa hal, diantaranya adanya kesenangan, keinginan untuk mengekspresikan diri, kecanduan, kompetisi dan sebagainya.

Keinginan timbul dari dalam diri seseorang disebabkan atas dasar alasan, yang mana alasan setiap orang tentu berbeda, tergantung situasi dan kondisi. Terkait alasan nasabah menggunakan layanan *internet banking* tentu tidak lepas dari keinginan dan kebutuhan nasabah.

Telah dipaparkan pada pembahasan sebelumnya, bahwa eksistensi fitur-fitur perbankan sebagai media untuk mempermudah keinginan dan kebutuhan nasabah. Sebagian besar pula, layanan ini digunakan untuk transaksi pengiriman dana maupun untuk pembayaran kebutuhan rumah tangga. Sehingga memang relevan antara kemudahan *internet banking* dengan konsep kebutuhan hidup bagi masyarakat. Dari sini dapat dipahami bahwa keberadaannya yang membantu segala kebutuhan nasabah dengan mudah maka menjadi pemicu timbulnya minat bagi nasabah.⁹³

3) Hasrat

Hasrat ialah suatu keinginan tertentu yang dapat diulang-ulang. Adapun ciri- ciri hasrat adalah sebagai berikut:

1. Hasrat merupakan motor penggerak perbuatan dan kelakuan manusia.
2. Hasrat berhubungan erat dengan tujuan tertentu, baik positif maupun negatif. Positif berarti mencapai barang sesuatu yang dianggap berharga atau berguna baginya. Sedang negatif berarti menghindari sesuatu yang dianggap tidak mempunyai harga/guna baginya.
3. Hasrat selamanya tidak terpisah dari gejala mengenal (kognisi) dan perasaan (emosi). Dengan kata lain : hasrat

⁹³ Ahmad Mubasir, *Gejala-gejala Kognisi, Perasaan Atau Emosi, Konasi, Berpikir dan Belajar*, Artikel Edukasi <https://www.kompasiana.com/am-19/55005015813311971ffa7567/gejala-gejala-kognisi-perasaan-atau-emosi-konasi-berpikir-dan-belajar> (diakses 25 Agustus 2021)

tidak dapat dipisah-pisahkan dengan pekerjaan jiwa yang lain.

4. Hasrat di arahkan kepada penyelenggaraan suatu tujuan.

Pemicu minat dapat pula berupa adanya dorongan dari dalam diri manusia berdasarkan keinginan atau hasrat. Kita tahu bahwa kebutuhan jiwa yang paling mendasar adalah kemudahan di setiap proses pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Karenanya, minat dapat timbul dari adanya kemudahan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Adanya hasrat yang timbul dari dalam diri nasabah tidak terlepas dari motif kebutuhan dan keinginan nasabah. Pada intinya bahwa gejala-gejala yang ditimbulkan dari motif, keinginan dan kebutuhan, maupun hasrat merupakan suatu konsep yang saling berhubungan dan saling terkait satu sama lain untuk memicu minat nasabah dalam memenuhi kehidupannya.⁹⁴

⁹⁴Ahmad Mubasir, *Gejala-gejala Kognisi, Perasaan Atau Emosi, Konasi, Berpikir dan Belajar*,Artikeldukasi.<https://www.kompasiana.com/am-19/55005015813311971ffa7567/gejala-gejala-kognisi-perasaan-atau-emosi-konasi-berpikir-dan-belajar> (diakses 25 Agustus 2021)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

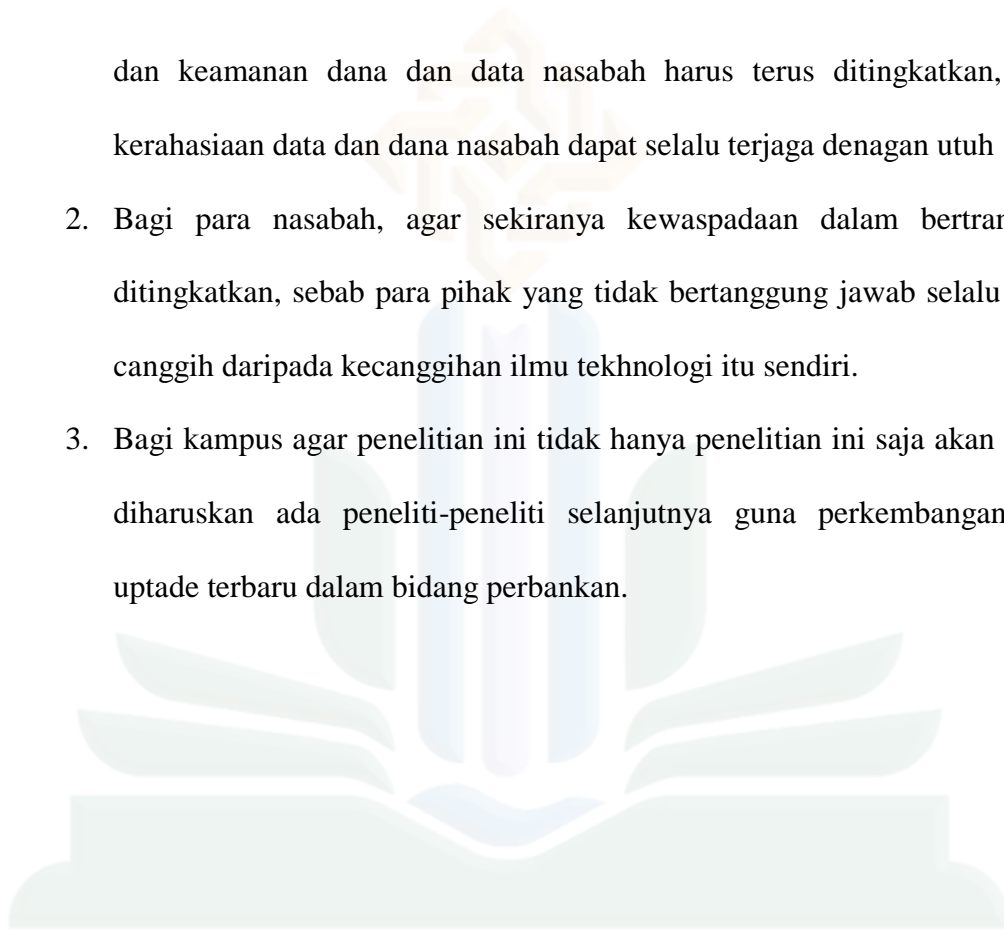
1. Pengaruh *Internet Banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* sangat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat ulang penggunaan *internet banking*. Sehingga para nasabah semakin tertarik dengan adanya kemudahan-kemudahan yang disediakan oleh lembaga keuangan tersebut. Adanya *Internet Banking* dan beberapa kemudahan yang ditawarkan dapat akan semakin banyaknya nasabah yang akan semakin tertarik untuk menggunakannya.
2. *Internet Banking* memiliki beberapa kemudahan dalam melakukan transaksi yang diantaranya adalah Informasi Rekening, Informasi Saldo, Mutasi Rekening, Transfer Dana, Transfer Antar Rek, Transfer Ke Bank Lain, Transaksi Terjadwal, Tambah Transfer Dan Lihat Status sehingga kemudahan-kemudahan yang dimiliki oleh aplikasi ini memiliki pengaruh sangat signifikan dalam minat para nasabah.

B. Saran-Saran

1. Bagi lembaga perbankan, dibalik kemudahan pelayanan transaksi perbankan yang ditawarkan kepada nasabah melalui layanan *internet banking*, peneliti hanya dapat memberikan saran agar seyogyanya proteksi

dan keamanan dana dan data nasabah harus terus ditingkatkan, agar kerahasiaan data dan dana nasabah dapat selalu terjaga dengan utuh

2. Bagi para nasabah, agar sekiranya kewaspadaan dalam bertransaksi ditingkatkan, sebab para pihak yang tidak bertanggung jawab selalu lebih canggih daripada kecanggihan ilmu teknologi itu sendiri.
3. Bagi kampus agar penelitian ini tidak hanya penelitian ini saja akan tetapi diharuskan ada peneliti-peneliti selanjutnya guna perkembangan dan update terbaru dalam bidang perbankan.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- _____. 1999. *Kepuasan Dalam Pelayanan*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. 1997. *Prinsip-prinsip Total Quality Service* Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- _____. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Ed. rev., cet. 28, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Achmad, *Pengertian Internet dan Sejarah Internet*, dalam <http://www.likethisya.com/pengertian-internet.html>, di akses pada tanggal 22 September 2020.
- Achmad. Batinggi dan Badu Ahmad. 2007. *Manajemen Pelayanan Umum*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Agus. Riswandi Budi. 2005. *Aspek Hukum Internet*, Jakarta, PT Radja Grafindo Persada.
- Ahmad Mubasir, Gejala-gejala Kognisi, Perasaan Atau Emosi, Konasi, Berpikir dan Belajar, Artikel Edukasi <https://www.kompasiana.com/am-19/55005015813311971ffa7567/gejala-gejala-kognisi-perasaan-atau-emosi-konasi-berpikir-dan-belajar> (diakses 25 Agustus 2021)
- Aisyah Amanah, faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan internet banking, dalam <http://digilib.uin-suka.ac.id/.../BAB%20I,%20V..pdf>, diakses pada 29 September 2020.
- Al-Arif. M. Nur Rianto. 2017. *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*, Bandung: CV Pustaka Setia.
- Antonio. M. Syafi'i. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Pustaka Alfabeta, cet ke-4.
- Aulia Rahman, *Pengertian E-Banking dan M-Banking, serta penerapan E-Banking*, dalam <http://safriblog.wordpress.com/2013/07/03/pengertian-e-banking-dan-m-banking-serta-prinsip-penerapan-e-banking/>, di akses pada 22 September 2020.
- Aulia Rahman, *Pengertian E-Banking dan M-Banking, serta penerapan E-Banking*, dalam <http://safriblog.wordpress.com/2013/07/03/pengertian-e-banking-dan-m-banking-serta-prinsip-penerapan-e-banking/>, diakses pada 22 September 2020.

- Aulia Rahman, 'Pengertian E-Banking dan M-Banking, serta penerapan E-Banking', dalam <http://safrilblog.wordpress.com/2013/07/03/pengertian-e-banking-dan-m-banking-serta-prinsip-penerapan-e-banking/>, diakses pada Agustus 2021.
- Dahlan Syuhada, 'Pengertian Minat Menurut Para Ahli', dalam <http://dahlansyuhada25.blogspot.com/2013/12/pengertian-minat-menurut-para-ahli.html?m=1>, diakses pada 22 September 2020.
- Deskripsi, 'kemudahan', dalam <http://www.deskripsi.com/k/kemudahan>, diakses pada 29 September 2020..
- Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia. 2011. Kebijakan Pengembangan Perbankan Syariah, Jakarta:
- Drs. Suharso dkk. 2010. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux*, Semarang: CV.Widya Karya.
- Ganguli, Shirshendu dan Sanjit Kumar Roy, 'Generic technology-based service quality dimensions in banking: Impact on customer satisfaction and loyalty', *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 29 No. 2, 2011 hal. 168-189.
- Giovvani, 'pengertian privasi, ruang personal, dan teritorialitas serta hubungannya', dalam <http://giovvani.wordpress.com/2011/04/25/pengertian-privasi-ruang-personal-dan-teritorialitaserta-hubungannya/>, diakses pada tanggal 24 September 2020.
- Handika, 'Pengertian Keterbukaan dan Keadilan', dalam <http://handikap60.blogspot.com/2013/03/pengertian-keterbukaan-dan-keadilan.html?m=1>, diakses pada tanggal 24 September 2020.
- Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*, Yogyakarta: Gava Media.
- Haryanto, 'pengertian minat belajar', dalam <http://belajarpsikologi.com/pengertian-minat/>, diakses pada 29 September 2020.
- Helza. ST Vebrika. 2007. *Pengaruh Kualitas Jasa Internet Bangkin Terhadap Kepuasan Konsumen*, Thesis, Universitas Gunadarma.
- <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-catat-volume-transaksi-digital-tembus-rp4085-triliun-bsi-mobile-naik-82>. Diakses pada 19 september 2020.

<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/individu>. Diakses pada 20 Desember 2021

<https://www.zonkeu.com/keuntungan-dan-kelemahan-internet-banking/> diakses pada Minggu 08 Juli 2021.

Internet

Jasfar. Farida. 2009. *Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu*, (Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia).

Jogiyanto. 2003. *Teori Portopolio dan analisis Investasi*, Yogyakarta: BPFE),

Jundiani. 2009. *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, Malang: UIN Malang Press.

Kasmir. 2015. *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Khairy Mahdi, ‘Pengertian Internet Banking’, dalam http://elektronikbanking.blogspot.com/2012/08/pengertian-internet-banking_27.html?m=1, diakses pada 22 September 2020.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*. (Jakarta: Salemba Empat).

Kurniawan, Agung. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Ghalia Indonesia,

Margaretha. 2004. *Kualitas Pelayanan: Teori dan Aplikasi*. (Jakarta: Mandar Maju).

Moenir. 2008. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara).

Moleong. Lexy J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya).

Nafri Private, ‘Kecepatan Pelayanan’, dalam <http://nafriprivate.blogspot.com/2009/05/kecepatan-pelayanan.html?m=1>, diakses pada tanggal 24 Agustus 2020.

Narkubo. Cholid dan Abu Achmadi. 2001. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara.

Nasution. 2005. *Manajemen Pelayanan Terpadu Edisi Kedua*, Jakarta : Ghalia Indonesia.

- Nur Rani Faradilla, 'Persepsi Resiko Konsumen Dalam Perilaku Belanja', dalam http://www.academia.edu/6378979/Persepsi_Resiko_Konsumen_Dalam_Perilaku_Belanja, diakses pada 22 September 2020.
- Pacarita, 'pengertian keamanan system informasi', dalam <http://pacarita.com/mengenalkeamanan-sistem-informasi.html>, di akses pada tanggal 24 September 2020.
- Puspitosari. hesti. 2011. *Filosofi Pelayanan Publik*. Malang: Setara.
- Raharjo. Budi. 2001. *Aspek Teknologi dalam Internet Banking*, Jakarta:Insan Indonesia.
- Rahmayanti, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Riswandi. Budi Agus. 2005. *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Satya ariyono, 'Kepercayaan' dalam <http://satyaariyono.wordpress.com/2012/06/24/kepercayaan/>, diakses pada 29 September 2020.
- Satya ariyono, 'Kepercayaan' dalam <http://satyaariyono.wordpress.com/2012/06/24/kepercayaan/>, diakses pada 29 September 2020.
- Sekaran Uma. 2013. *Studi Pasar Mobile Banking & Internet Banking Indonesia 2012*. MARS Indonesia.
- Shadiqqin. Marthul. 2004. *Implementasi Dimensi Kualitas Pelayanan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Shaleh. Abdul Rahman dan Muhibid Abdul Wahab. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*.
- Shofiana. Nur. 2011. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Pengguna Internet banking di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang* ' Skripsi—IAIN Walisongo, Semarang,
- Sinambela. 2006. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta; Bumi Aksara.
- Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi. 2007. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*, 2007.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D*.

- Sumarwan. Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: teori dan penerapannya dalam pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam*, Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, cet ke-3, 2007.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Tjiptono. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Ust salim Bahreis 2019, *AL-quran terjemah*, Surabaya: CV. Sahabat Ilmu
- Uswah Wardiana, *Psikologi Umum*, Jakarta:PT Bina Ilmu, 2004.
- Wibowo. Edy. Dkk. 2005. *Mengapa Memilih Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia cet. I.
- Wikipedia, *‘kualitas informasi’*, dalam http://id.m.wikipedia.org/wiki/kualitas_informasi, diakses pada tanggal 24 Agustus 2020.
- Yohanes A.K Budiman, *‘pengertian etika’*, dalam <http://tugas01-etikaprofesi.blogspot.com/2012/10/pengertian-etika.html?m=1>, di akses pada tanggal 24 September 2020.
- Yuslia Naili Rahmah, 2018. *Pengaruh Penggunaan Internet Banking Dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking Terhadap Cyber Crime Di Daerah Istimewa Yogyakarta (Diy)* Skripsi Sarjana Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syamsuddin Kahfi
NIM : 083143266
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Universitas Islam Negeri KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini yang berjudul “Inovasi Perbankan Syariah Dalam Memberikan Layanan Terhadap Nasabah (Studi Analisis Terhadap Pengaruh Sosial Dalam Minat Dan Manfaat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di Bsi Kabupaten Bondowoso)” adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumber-sumbernya. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dari kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus di junjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Jember, 01 Januari 2022
yang menyatakan



Syamsuddin Kahfi
NIM. 083143266

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODOLOGI PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH
INOVASI PERBANKAN SYARIAH DALAM MEMBERIKAN LAYANAN TERHADAP NASABAH (STUDI ANALISIS TERHADAP PENGARUH SOSIAL DALAM MINAT DAN MANFAAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING DI BSI KABUPATEN BONDOWOSO)	PERBANKAN SYARIAH, INTERNET BANKING, PELAYANAN DAN MANFAAT INTERNET BANKING	PERBANKAN SYARIAH INTERNET BANKING PELAYANAN	1. Pengertian perbankan syariah 2. Prinsip bank syariah 3. Landasan hukum bank syariah 4. Tujuan bank syariah 1. Pengertian internet banking 2. Manfaat internet banking 3. Kelebihan dan kekurangan internet banking 1. Kualitas pelayanan 2. Dimensi kualitas pelayanan	1. Sumber data primer Narasumber: pimpinan dan staf BSI cabang Kab.Bondowo so. 2. Sumber data sekunder Data pendukung yang berkaitan dengan penelitian ini.	1. Penelitian menggunakan pendekatan Kualitatif. 2. Penentuan subjek / sumber data penelitian menggunakan teknik purposive. 3. Metode penelitian pengumpulan data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Metode analisa data menggunakan analisa deskriptif kualitatif. 5. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.	1. Bagaimana Pengaruh <i>Internet Banking</i> Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i> 2. Bagaimana Pengaruh Sosial Terhadap Minat <i>Internet Banking</i>

Bondowoso, 06 Januari 2022

No. : 2022/0007-3/8167
Lamp. : -

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Achmad Siddiq
Jember

Hal : Surat Keterangan Penelitian

Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

"Semoga Bapak/Ibu beserta staff dalam keadaan sehat dan selalu dalam lindungan Allah SWT"

Dengan ini kami menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

No.	NAMA	NIM	PROGRAM STUDI
1	Syamsuddin Kahfi	083143266	Perbankan Syariah

Telah melaksanakan penelitiandi PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Bondowoso A Yani dengan Judul "Inovasi Perbankan Syariah Dalam Memberikan Layanan Terhadap Nasabah (Studi Analisis Terhadap Pengaruh Sosial Dalam Minat Dan Manfaat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di BSI Kabupaten Bondowoso)"

Demikian surat ini untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk.
KCP Bondowoso A Yani


Ariadie
Branch Manager



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No.1 Mangli, Telp. (0331) 487550 Fax. (0331) 472005, Kode Pos: 68136
Website : www.http://febi.iain-jember.ac.id e-mail : febi.iainjbr@gmail.com

Nomor : B-455/In.20/7.a/PP.00.9/07/2021
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

08 Juli 2021

Yth. Pimpinan Bank Syariah Indonesia Tbk
KCP Bondowoso A. Yani , Jl.A.Yani No.59B
Kel. Dabasah Kec.Bondowoso Kab.Bondowoso

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon di Ijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Syamsuddin kahfi
NIM : 083143266
Semester : XIV (empat belas)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh Inovasi Perbankan Syariah Dalam Memberikan Layanan Terhadap Nasabah (Studi analisis Terhadap Pengaruh Sosial Dalam Minat dan Manfaat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di BSI (Bank Syariah Indonesia Cabang Bondowoso) di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Abdul Rokhim

JURNAL PENELITIAN

Inovasi Perbankan Syariah Dalam Memberikan Layanan Terhadap Nasabah
(Studi Terhadap Pengaruh Sosial Dalam Menarik Minat Dan Manfaat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di Bsi Kabupaten Bondowoso)

NO	WAKTU	NAMA	KETERANGAN	PARAF
1	09-07-21	Faizah	memberikan Surat 17th penelitian	<i>Fai</i>
2	13-07-21	Cindy & Rifqi	Internet banking	<i>Cindy</i> <i>Rifqi</i>
3	16-07-21	Imam Hanafis	kebutuhan Internet banking	<i>Imam</i>
4	22-07-21	Arriadie	Manfaat Internet banking	<i>Arriadie</i>
5	22-07-21	Farid	kegunaan Internet banking	<i>Farid</i>
6	27-07-21	Fai Zah	kebutuhan Internet banking	<i>Fai</i>
7	27-07-21	Santoso	Internet banking	<i>Santoso</i>
8	02-08-21	M. Alek	Manfaat Internet banking	<i>M. Alek</i>
9	02-08-21	Naila	manfaat Internet banking	<i>Naila</i>
10	12-08-21	Suli Pofoto	Aplikasi Internet banking	<i>Suli Pofoto</i>
11	12-08-21	Sulis	Kemudahan Internet banking	<i>Sulis</i>
12	18-08-21	Dedik	keunggulan internet banking	<i>Dedik</i>
13	18-08-21	Febrian	Manfaat Internet banking	<i>Febrian</i>
14	18-08-21	Febby	keudahan internet banking	<i>Febby</i>
15	23-08-21	Fazila	kegunaan Internet banking	<i>Fazila</i>
16	23-08-21	Cindy	Produk perbankan	<i>Cindy</i>

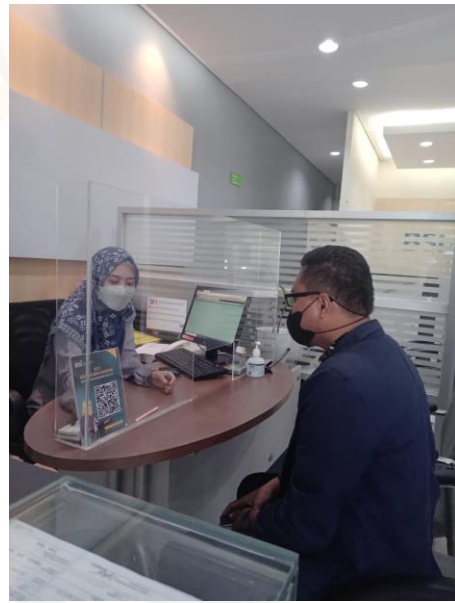
FOTO DOKUMENTASI



KH A

DIQ

JEMBER



BIODATA PENULIS



Nama : Syamsuddin Kahfi
NIM : 083143266
Tempat/ Tgl Lahir : Sidoarjo, 11 Januari 1996
No Handphone (WA) : 082332993825
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

➤ Riwayat Pendidikan

1. MI Tarbiyatul Islamiyah
2. MTS Sunan Giri
3. MA Riyadlus sholihin
4. UIN KHAS Jember Angkatan 2014

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER