BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, Indonesia telah mengalami perkembangan ekonomi dan teknologi yang sangat pesat. Teknologi informasi telah menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi perusahaan maupun masyarakat umum. Seiring dengan kemunculan teknologi yang semakin modern ini, menjadikan dunia perbankan harus mampu menunjukkan kinerja dan pelayanan yang semakin baik, hal ini karena adanya persaingan yang semakin ketat di dunia perbankan. Saat ini penggunaan teknologi juga telah berkembang dengan sangat cepat, tidak hanya di negara maju tetapi juga di negara berkembang, seperti Indonesia. [1]

Banyaknya perubahan pada teknologi informasi maupun bidang telekomunikasi mendorong dunia perbankan untuk ikut andil dalam memanfaatkan internet. Ini merupakan kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah maju dengan memberikan pelayanan terbaik kepada para nasabahnya yaitu dengan tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi, tetapi juga kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan maupun nonkeuangan secara *online* tanpa mengharuskan nasabah untuk datang dan mengantri di bank.

[1] Maya Angela, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking pada PT BRI Cabang Ahmad Yani Makassar,* (Makassar: Skripsi Tidak Diterbitkan 2014), hal. 1

Kemudahan serta kenyamanan ini ditawarkan oleh perbankan melalui layanan *electronic banking* (e-banking).[2]

Selama beberapa tahun terakhir ini, bank kovensional maupun bank syariah telah memperkenalkan sistem perbankan berbasis e-banking untuk memudahkan nasabah mengetahui informasi keuangan dan mengurangi biaya operasional perbankan. Oleh karena alasan kemudahan dan kegunaannya, mulai banyak nasabah yang menggunakan fasilitas e-banking dalam melakukan transaksi perbankan. E-banking merupakan bentuk layanan perbankan secara elektronik melalui media internet. Dengan adanya e-banking, nasabah suatu bank akan semakin mudah untuk melakukan kegiatan perbankan, karena nasabah dapat mengakses layanan yang diinginkan tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan atau ATM. Akan tetapi cukup melalui elektronik seperti PC/komputer, telepon rumah, handphone/seluler, dan tablet. Oleh karena itu, transaksi perbankan dapat dilakukan kapan dan dimana saja tanpa dibatasi tempat dan waktu.[3]

Kehadiran e-banking diperbankan merupakan bentuk perbaikan dari layanan terhadap nasabah. Karena pada kenyataannya dalam melaksanakan transaksi perbankan setiap nasabah membutuhkan waktu minimal 10 menit berada dalam antrian, belum lagi jika akses komputer mengalami masalah atau trobel. Hal tersebut cenderung akan berdampak merugikan bagi para nasabahnya jika waktu dan peluang bisnis mereka tersita hanya untuk bertransaksi di bank. Oleh karena itu, kehadiran e-banking tersebut dapat

---

[2] *Ibit.*, hal. 2
[3] Nurastuti Wiji, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal. 110

menjawab tuntutan nasabah yang menginginkan layanan cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat serta dapat diakses dari mana saja, cukup melalui alat elektronik yang nasabah miliki. Melalui e-banking ini, nasabah dapat melakukan transfer dana, pengecekan rekening dan pembayaran tagihan.[4]

Di Indonesia saat ini, ada sebuah lembaga keuangan syariah yang mampu menghadirkan dan mengimplementasikan e-banking. Lembaga keuangan syariah tersebut adalah PT Bank Syariah Mandiri (BSM). Latar belakang adanya e-banking pada syariah mandiri adalah karena adanya persaingan bisnis yang semakin ketat sehingga syariah mandiri terus berupaya mengikuti perkembangan teknologi untuk menarik minat masyarakat serta untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya dengan memberikan kemudahan pada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Saat ini layanan e-banking yang telah disediakan oleh syariah mandiri untuk nasabah, diantaranya *mobile banking*, *net banking, SMS banking,* dan *call center*.

Hadirnya layanan berbasis IT memberikan dampak positif pada perkembangan perbankan syariah khususnya syariah mandiri. Sejauh ini Bank Syariah Mandiri mencatat akumulasi transaksi sebesar 52 juta Per Juli 2019 atau naik 18,31% dari periode tahun sebelumnya. Jumlah transaksi tersebut didapat dari pengguna tedaftar dari e-banking yakni *mobile banking*

---

[4] Ikbar Wibiadila, *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Solo,* (Surakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016), hal. 17

dan *net banking* syariah mandiri.[5] Tingginya penggunaan e-banking oleh nasabah syariah mandiri ini menarik untuk dilakukan suatu penelitian untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan e-banking. Hal ini penting karena hasil penelitian ini dapat memberikan petunjuk bagi industri perbankan yaitu bank syariah mandiri untuk dapat merumuskan strategi pemasaran mereka guna menjaga konsistensi dan keunggulan kompetitif produk e-banking di masa yang akan datang.

Alasan lain memilih syariah mandiri, karena syariah mandiri merupakan bank syariah kedua di Indonesia yang menjadi pelopor berdiri dan berkembangnya bank syariah di Indonesia. Hal ini dibuktikan dari keberadaan syariah mandiri yang hadir setelah Bank Muamalat Indonesia. Dalam perkembangannya syariah mandiri ini cukup sukses, sehingga menjadi pemicu munculnya beragam bank syariah lainnya di Indonesia.[6] Munculnya bank-bank syariah tersebut menjadikan pesaingan yang sangat berat antar bank. Namun sejauh ini syariah mandiri masih tetap mampu bersaing, hal ini dapat dilihat dari peringkat yang dirilis oleh brand award 2019, pada tabel 1.1. dimana pada tabel tersebut syariah mandiri menduduki peringkat ke 2 Top Brand Index pada kategori tabungan syariah, dan mendapatkan nilai TOP.

---

[5] Ipak Ayu H Nurcaya, "Transaksi Digital BSM Naik 18,31 Persen", dalam http://www.m.bisnis.com, diakses 02 April 2020

[6] Cermati, "Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia", dalam http://www.cermati.com, diakses 17 Mei 2020

Maksud dari TOP adalah penilaian sebuah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek perbankan yang meraih predikat tertinggi di Indonesia.[7]

Tabel 1.1
Peringkat Top Brand Kategori Tabungan Syariah Tahun 2019

MEREK	TBI	TOP
BRI Syariah	29,1%	TOP
Syariah Mandiri (BSM)	21,2%	TOP
BNI Syariah	20,0%	TOP
BCA Syariah	15,4%	
Bank Muamalat	4,7%	

Sumber: www.topbrand.com

Banyaknya kelebihan yang ditawarkan oleh e-banking tidak dapat memungkiri kenyataan bahwa e-banking juga memiliki kelemahan. Kelemahan e-banking terletak pada tingkat keamanannya yang sewaktu-waktu bisa mengalami *error*. Tidak hanya itu dalam layanan *mobile banking* nasabah juga sering mengalami gangguan server. Hal ini tentu saja akan membuat nasabah merasa kecewa dan dirugikan sehingga dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan e-banking.

Pada bagian ini pihak bank harus lebih bekerja keras untuk memasarkan layanan ini kepada masyarakat untuk menarik minat nasabah menggunakan layanan e-banking. Untuk mewujudkan pelayanan yang lebih berkualitas pada produk-produk e-banking di syariah mandiri, pihak perbankan harus memiliki strategi yang tepat, dan memperbaiki sistem pada e-banking dengan meningkatkan keamanan pada e-banking tersebut untuk mendapatkan

[7] Zenna Maya Eka Pratiwi, *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko dan Handling Complaint,* (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016), hal. 5

kepercayaan dari nasabahnya. Selain itu pihak perbankan juga harus mampu memahami minat nasabah agar bisa tepat sasaran.[8]

Syariah mandiri saat ini telah melakukan berbagai strategi pemasaran untuk menarik minat nasabah dalam penggunaan e-banking. Salah satunya dengan cara promosi melalui situs resmi yang dimiliki perbankan maupun dengan membuat brosur yang menarik dan memanfaatkan event seperti bazar. Selain itu syariah mandiri juga melakukan kegiatan sosialisasi kepada nasabah maupun calon nasabah untuk memperkenalkan produk syariah mandiri melalui tenaga marketing yang handal dan professional. Dengan alasan ini, sehingga peneliti tertarik untuk menganalisa lebih detail terkait pemasaran pada syariah mandiri.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan *Electronic Banking* (E-Banking) pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung."

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, bahwa yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan e-banking di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung?
2. Bagaimana cara pihak bank melakukan pemasaran untuk menarik minat nasabah menggunakan layanan e-banking?

[8] Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 61

C. Tujuan Penelitian

Dengan diambilnya judul tersebut, maka tujuan utama dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan e-banking di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.
2. Untuk menganalisis cara pihak bank melakukan pemasaran untuk menarik minat nasabah menggunakan layanan e-banking.

D. Batasan Masalah

Dalam melaksanakan penelitian, terlebih dahulu peneliti akan menentukan batasan masalah, sehingga penelitian yang dilakukan dapat terarah dan fokus, serta mencegah agar pembahasan tidak meluas kemana-mana. Dengan hal tersebut maka peneliti membatasi ruang lingkup pembahasan hanya pada:

1. Faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan e-banking di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung
2. Cara pihak bank dalam melaksanakan kegiatan pemasaran untuk menarik minat nasabah menggunakan layanan e-banking.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang perbankan

syariah, serta bermanfaat bagi para pembaca untuk menambah wawasan dan referensi yang berkaitan dengan minat nasabah untuk menggunakan layanan e-banking di bank syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung

Hasil penelitian ini dapat dijadikan evaluasi dan masukan bagi para praktisi perbankan syariah dalam memberikan perhatian terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan *electronic banking* (e-banking) yang ada.

b. Bagi Perguruan Tinggi Islam

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah referensi bagi mahasiswa program studi perbankan syariah dan sebagai sumbangsih perbendaharaan kepustakaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terkait pengetahuan e-banking secara teori dan praktek.

c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman, serta bermanfaat untuk menambah referensi atau bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk mengkaji pada bidang yang sama dengan variabel yang berbeda.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Secara Konseptual

a. Faktor merupakan suatu keadaan yang menjadi penyebab atau pendorong timbulnya suatu peristiwa yang ikut mempengaruhi terjadinya sesuatu hal.[9]

b. Pengaruh merupakan sesuatu yang didalamnya tersebut terdapat sifat yang mampu memberikan perubahan kepada yang lain.[10]

c. Minat merupakan suatu sifat ketertarikan dari setiap individu terhadap suatu objek tertentu, yang menimbulkan keinginan untuk memiliki dan menggunakan objek tersebut.[11]

d. Nasabah menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor & Tahun 1992 tentang Perbankan disebutkan bahwa nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Tidak hanya nasabah penyimpan dana dan nasabah peminjam dana, melainkan pula nasabah pengguna jasa bank lainnya yang tidak terkait dengan fungsi pokoknya sebagai wadah penghimpun dan penyalur dana masyarakat.[12]

e. E-Banking merupakan salah satu jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan

---

[9] CHR. Jimmy L. Gaol, *Keandalan dan Sukses Sekretaris Perusahaan dan Organisasi* , (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015), hal. 24

[10] W.J.S. Poewadarmita, *Kamus Umum Bahsa Indonesia*, (Balai Pustaka, 1996), hal. 664

[11] Maria Fitriah, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, Cet. 1, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hal. 77

[12] Soegeng Wahyoedi dan Saparso, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Studi Atas Religitas, Kualitas Layanan, Trust, dan Loyalitas*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hal. 23

melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Dan dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun.[13]

2. Definisi Operasional

Berdasarkan penjelasan konseptual di atas maka yang dimaksud dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan e-banking di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung adalah segala sesuatu yang menjadi penyebab timbulnya rasa tertarik dalam diri seseorang pada suatu hal, yang hal tersebut dirasa berguna atau bermanfaat bagi kebutuhannya dalam melakukan transaksi perbankan.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika pembahasan ditujukan untuk mempermudah dan memberikan alur kajian yang akan dibahas dalam penyusunan laporan penelitian, diantaranya:

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini berisi tentang uraian mengenai (a) latar belakang masalah, (b) rumusan masalah, (c) tujuan penelitian, (d) batasan masalah, (e) manfaat penelitian, (f) penegasan istilah, dan (g) sistematika penulisan skripsi.

[13] Dewi Rosa Indah, *Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa,* Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 5, No. 2, 2016, hal. 547, diakses 10 April 2020

a. Latar Belakang Masalah, berisi tentang penjelasan mengenai problematika persoalan yang akan diteliti dan alasan-alasan mengapa masalah yang dikemukakan dipandang menarik, penting dan perlu diteliti, serta belum pernah dipecahkan oleh peneliti terdahulu.
b. Rumusan Masalah, berisi tentang rincian pernyataan-pernyataan tentang cakupan atau topik-topik inti yang akan diungkap atau digali dalam penelitian ini.
c. Tujuan Penelitian, merupakan hasil atau harapan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, sesuai dengan rumusan masalah.
d. Pembatasan Masalah, merupakan hal-hal yang membatasi sebuah penelitian. Batasan masalah ada untuk membatasi bahasan penelitian agar lebih terarah dan fokus.
e. Manfaat Penelitian, berisi tentang manfaat pentingnya penelitian, baik manfaat secara teoritis (berhubungan dengan pengembangan keilmuan) dan juga manfaat praktis (berhubungan dengan para pihak yang menggunakan hasil penelitian).
f. Penegasan Istilah, berisi tentang istilah-istilah yang belum dan tidak dapat dipahami oleh pembaca terkait dengan judul yang diketengahkan. Hal ini bertujuan untuk menghindari kesalahpahaman baik dari penguji maupun pembaca pada umumnya.

g. Sistematika Penulisan Skripsi, berisi tentang urutan-urutan yang sistematis terkait dengan pembahasan yang ada dalam sebuah skripsi.

Bab II Kajian Pustaka

Dalam bab ini memuat uraian tentang tinjauan pustaka atau buku-buku teks yang berisi teori-teori besar (*grand theory*) dan teori-teori yang dihasilkan dari penelitian terdahulu. Dalam penelitian kualitatif ini keberadaan teori baik yang dirujuk dari pustaka atau hasil penlitian terdahulu digunakan sebagai penjelasan atau bahan pembahasan hasil penelitian dari lapangan.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan temuan, dan (h) tahap-tahap penelitian.

a. Pendekatan dan Jenis Penelitian, menjelaskan tentang alasan mengapa penelitian model kualitatif atau pendekatan kualitatif ini digunakan.
b. Lokasi Penelitian, menjelaskan tentang identifikasi karakteristik, alasan memilih lokasi, bagaimana peneliti memasuki wilayah lokasi tersebut.

c. Kehadiran Peneliti, menjelaskan tentang kehadiran peneliti di lapangan dalam penelitian kualitatif mutlak dilakukan atau diperlukan.
d. Data dan Sumber Data, menjelaskan tentang dari mana dan dari siapa data diperoleh, data apa saja yang dikumpulkan, bagaimana ciri-ciri informan atau subyek tersebut, dan dengan cara bagaimana data dijaring sehingga validitasnya dapat dijamin.
e. Teknik Pengumpulan Data, mengemukakan teknik pengumpulan data yang digunakan, misalnya observasi partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi.
f. Teknik Analisis Data, menguraikan tentang proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip-transkrip wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain agar peneliti dapat menyajikan temuannya.
g. Pengecekan Keabsahan Temuan, memuat uraian-uraian tentang usaha-usaha peneliti untuk memperoleh keabsahan temuan.
h. Tahap-tahap Penelitian, menggunakan proses waktu pelaksanaan penelitian, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, pelaksanaan penelitian sebenarnya, sampai pada penulisan laporan.

Bab IV Hasil Penelitian

Bab ini berisi tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dalam pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data. Paparan data tersebut diperoleh melalui hasil wawancara (apa yang dikatakan oleh informan), dan melalui pengamatan (apa yang terjadi di lapangan).

Bab V Pembahasan

Bab ini memuat keterkaitan antara pola-pola, kategori-kategori dan dimensi-dimensi, posisi temuan atau teori yang ditemukan tehadap teori-teori temuan sebelumnya, serta intepretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan (*grounded theory*).

Bab VI Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran. Pada kesimpulan, uraian yang dijelaskan dalam model penelitian kualitatif adalah temuan pokok atau simpulan harus mencerminkan makna dari temuan-temuan tersebut sesuai dengan rumusan masalah. Sedangkan saran dibuat berdasarkan hasil temuan dan pertimbangan peneliti, ditujukan kepada para pengelola obyek/subyek penelitian atau kepada peneliti dalam bidang sejenis, yang ingin melanjutkan atau mengembangkan penelitian yang sudah diselesaikan.