

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era milenial saat ini yang tidak bisa dipungkiri perkembangan Teknologi Informasi (TI) yang kian pesat. Kemajuan teknologi informasi berdampak yang bersifat multiplier (pengganda), dengan maksud kemajuan teknologi juga berdampak pada kemajuan di bidang lainnya, sebagai contoh yaitu sistem pembayaran. Bahkan perkembangannya sudah merambah kesemua sektor seperti halnya pada sektor perekonomian khususnya pada bisnis.¹

Berbagai faktor seperti pelayanan terhadap nasabah, kualitas pendidikan, biaya yang kompetitif dan tingkat pendapatan nasabah dan lainnya yang berpengaruh terhadap bank dalam menilai strategi perdagangan layanan elektronik dan mengevaluasi teknologi khususnya *e-banking*.

E-banking itu sendiri merupakan jasa perbankan yang populer dimana nasabah mendapatkan informasi, dengan arti lain layanan perbankan memudahkan nasabah bank dalam melakukan komunikasi, sumber informasi, dan bertransaksi bank menggunakan layanan internet. Dengan kata lain *e-banking* merupakan penyedia jasa perbankan pada sektor retail dan skala kecil yang dilakukan melalui saluran elektronik. Kompleksitas persaingan industri menyebabkan setiap Perusahaan

¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hal. 346

memfokuskan diri terhadap keinginan serta kepuasan pelanggan. Hubungan antara perusahaan dengan pelanggan sangatlah penting, tidak hanya menyangkut peningkatan penjualan dan reputasi penjualan melainkan juga berkaitan dengan pembinaan jangka panjang. *E-banking* memiliki banyak jenis, namun umumnya masyarakat menggunakan *ATM*, *Phone Banking*, *Internet Banking*, dan *SMS Banking*.

E-banking kini sudah menjadi kebutuhan bagi dunia perbankan karena kemudahan layanan ini dan dapat dilakukan dimana saja, dengan adanya kedua layanan ini bank tidak perlu membuka banyak kantor cabang karena nasabah dapat melakukan transaksi melalui layanan internet. Dengan adanya *e-banking* tentu akan mengurangi cost dan meningkatkan kepuasan nasabah, dan jika kepuasan nasabah meningkat tentu loyalitas nasabah juga akan meningkat. Bagi perbankan mempertahankan agar loyalitas nasabah tetap terjaga merupakan langkah awal bank dalam mempertahankan kelangsungannya, tidak cukup hanya *satisfaction* melainkan bank juga harus mampu menciptakan *loyalty*, dan tentunya dapat berdampak pada jumlah nasabah.

Loyalitas yang dimaksud disini berfokus pada sikap dari pelanggan itu sendiri. Dikatakan pelanggan loyal apabila seseorang membeli antar lini atau dengan kata lain membeli suatu produk secara keberlanjutan. Kualitas barang atau jasa mendorong pelanggan dalam menciptakan kemitraan dengan perusahaan, dengan begitu dapat

mengetahui keinginan dari pelanggan, sehingga pelanggan merasakan puas dan menumbuhkan loyalitas terhadap lembaga. Keloyalitasan muncul ketika kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diperoleh dan ada kehendak tetap menjalin kemitraannya.²

Mengingat pentingnya meningkatkan loyalitas nasabah, Bank Muamalat adalah bank pertama yang dimiliki Negara yang sudah menerapkan prinsip syariah dimana Bank Muamalat yang kini terus mengembangkan layanan perbankan elektronik (*e-banking*) yang diharapkan mampu mendongkrak jumlah nasabah serta mampu bersaing dengan bank-bank syariah lainnya. Adanya fitur-fitur baru yang dikeluarkan oleh Bank Muamalat akan membuat masyarakat mengenal dan menarik perhatian untuk memilih menjadi nasabah Bank Muamalat.

Bank Muamalat yang kini sudah banyak ditemui di kota-kota kecil, khususnya seperti di Kota Kediri. Di tengah-tengah persaingan yang tinggi, Bank Muamalat KC Kediri berusaha melayani kebutuhan masyarakat secara luas melalui pelayanan dan fasilitas yang dimilikinya. Khususnya dalam pelayanan *e-banking*, Bank Muamalat KC Kediri sangat yakin dalam kelebihan pelayanan-nya. Seperti tampilan menu *e-banking* yang mudah dimengerti dan digunakan oleh nasabah awam atau sekalipun. Fitur-fitur yang disediakan lengkap dan penataannya sesuai dengan prioritas kebutuhan pengguna pada umumnya. Ikon menu yang menarik, kreatifitas pemilihan background menu yang membuat

² 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, November 2016, hal. 545

pengguna nyaman. Bahkan ketika ada keluhan dari pengguna *e-banking*, customer service (cs) mudah dihubungi, tanggap, ramah, dan siap melayani selama 24 jam.

Pengguna internet di Indonesia tercatat mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini terlihat pada infografis dibawah ini

Gambar 1.1
Jumlah Penggunaan Internet



Sumber: APJII, jumlah pengguna Internet 2018

Dari hasil data pengguna internet pada tahun 2017-2018 dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau yang dikenal dengan APJII bahwa menunjukkan di tahun 2017 pengguna internet mencapai 54,68% dari jumlah penduduk. Dari jumlah penduduk sebanyak 262 juta jiwa dengan pengguna internet sebanyak 143,26 juta pengguna. Sedangkan pada tahun 2018 adanya peningkatan mencapai 64,8% dari jumlah penduduk. Dimana jumlah penduduknya mencapai 264,16 juta jiwa dengan pengguna internet sebanyak 171,17 juta pengguna.³ Hal ini jelas membuktikan bahwa dari tahun ke tahun penggunaan internet semakin pesat ditambah lagi perkembangan teknologi yang cukup cepat.

Kemajuan penggunaan internet ini juga berimbas pada kemajuan

³ <https://qwords.com>, diakses pada 19 Maret 2020

penggunaan *e-banking* khususnya pada Bank Muamalat. Diketahui, penggunaan mobile banking berkontribusi dalam pertumbuhan profit Bank Muamalat menargetkan pertumbuhan transaksi *e-Banking* melalui kerja sama dengan beberapa agen pembayaran. Sebagaimana yang terlihat dalam tabel berikut

Tabel 1.1
Jumlah Pengguna *E-Banking* Bank Muamalat KC Kediri
Tahun 2012-2013

Jenis layanan	Jumlah pengguna	
	2012	2013
Internet Banking	19.674	33.151
Mobile Banking	13.178	27.439

Dari data tersebut menunjukkan bahwa hingga akhir 2013, Bank Muamalat mencatatkan pertumbuhan pengguna internet *banking* sebesar 68,50% dari 19.674 pada 2012 menjadi 33.151. Pengguna *mobile banking* juga menunjukkan pertumbuhan menjadi 27.439 di 2013 dari 13.178 pada 2012.⁴

Dari data tersebut sangatlah jelas bahwa kemajuan internet juga mendorong kemajuan *e-banking* yang diharapkan mampu meningkatkan loyalitas para nasabah.

⁴ <https://finansial.bisnis.com/read/20140524/90/230526/bank-muamalat-incar-30-peningkatan-transaksi-e-banking>, diakses pada 19 Januari 2020

Tabel 1.2
Produk-Produk Bank Muamalat

No	Produk	Jenis
1.	Tabungan	- Tabunganku - Tabungan Prima Berhadiah (TPB)
		- Tabungan IB Sempel - Tabungan IB Hijrah - Tabungan IB Hijrah Rencana - Tabungan IB Hijrah Prima - Tabungan IB Hijrah Payroll - Tabungan IB Hijrah Valas - Tabungan IB Hijrah Haji
2.	Giro	- Giro IB Hijrah - Giro IB Hijrah Ultima - Rekening khusus Giro DHE dan SDA
3.	Deposito	- Deposito IB Hijrah - Deposito Online IB Hijrah Muamalat - Deposito Devisa Hasil Ekspor Sumber Daya Alam (DHE SDA) IBHijrah Muamalat
4.	Muamalat Prioritas	- KPR IB Prioritas - Layanan Personal dan Kenyamanan Akses - Layanan Istimewa dan Kenyamanan Transaksi - Program Loyalti dan Apresiasi - Layanan dengan Cakupan Regional
5.	Kartu Share-E Debit	- Kartu Share-E Debit 1HRAM - Kartu Share-E Debit Reguler GPN - Kartu Share-E Debit Classic - Kartu Share-E Debit Prioritas - Layanan Debit Online
6.	Pembiayaan	- KPR IB Hijrah - Hijrah Multiguna
7.	Investasi	- Sukuk
8.	Smart Account Opening	- Smart Account Opening

9	Bancassurance	<ul style="list-style-type: none"> - Avrist Asuransi Hijrah Safa Proteksi - Avrist Asuransi Hijrah Ahsan Proteksi - Takaful Keluarga Asuransi Jiwa Syariah Hijrah Cendekia - Sunlife Asuransi Salam Hijrah Amanah
		<ul style="list-style-type: none"> - Sunlife Asuransi Salam Hijrah Investa - Sunlife Asuransi Salam Hijrah Proteksi

Ada banyak produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat KC Kediri. Dan dari sekian banyaknya tersebut, produk yang paling banyak digunakan oleh masyarakat adalah produk tabungan. Produk tabungan bukan hal asing lagi bagi kalangan nasabah. Selain itu produk tabungan memiliki banyak kelebihan yang memudahkan para nasabah dalam bertransaksi tentunya melalui media *e-banking*.

Namun di sisi lain *e-banking* juga menimbulkan munculnya kejahatan pada penggunaan layanan elektronik tersebut. Permasalahan keamanan dan kerahasiaan data privasi atau finansial pada *e-banking* kerap kali menjadi pertanyaan para nasabah Bank Muamalat sebelum akhirnya memanfaatkan layanan elektronik. Selain itu, saat bertransaksi sering mengalami masalah, seperti informasi yang didapat setelah bertransaksi mengalami kelambatan juga perlu diwaspadai. Tingkat layanan oleh Bank Muamalat juga dianggap belum maksimal. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Bank Muamalat yang

berjudul “**Penerapan *E-Banking* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah terhadap Produk Tabungan di Bank Muamalat KC Kediri**”

B. Rumusan Penelitian

Jika dilihat dari latar belakang tersebut, penelitian ini akan membahas mengenai:

1. Apa persamaan dan perbedaan *mobile banking* dan *internet banking* dalam produk tabungan di Bank Muamalat KC Kediri?
2. Bagaimana penerapan *mobile banking* dalam meningkatkan loyalitas nasabah terhadap produk tabungan di Bank Muamalat KC Kediri?
3. Bagaimana penerapan *internet banking* dalam meningkatkan loyalitas nasabah terhadap produk tabungan di Bank Muamalat KC Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persamaan dan perbedaan *mobile banking* dan *internet banking* dalam produk tabungan di Bank Muamalat KC Kediri.
2. Untuk mengetahui penerapan *mobile banking* dalam meningkatkan loyalitas nasabah terhadap produk tabungan di Bank Muamalat KC Kediri sudah berjalan maksimal atau belum.
3. Untuk mengetahui penerapan *internet banking* dalam meningkatkan loyalitas nasabah terhadap produk tabungan di Bank Muamalat KC Kediri.

D. Pembatasan Masalah

Dalam memperjelas ruang lingkup penelitian agar pembahasan yang mengarah dan tidak menimbulkan berbagai persepsi, maka dalam penulisan penelitian ini memerlukan pembatasan masalah agar menghasilkan hasil penelitian yang jelas. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

Untuk menghindari asumsi yang berbeda-beda, maka peneliti hanya berfokus pada penerapan yaitu bagaimana pelaksanaan secara riil dilapangan. Dengan membandingkan teori yang sesuai dengan pelaksanaan secara nyata, apakah sudah sesuai dengan SOP ataukah belum. Setelah mengetahui bagaimana mekanisme pelaksanaannya, mengaitkan dengan peningkatan jumlah nasabah pada bank tersebut yang selanjutnya mengetahui tingkat loyalitas nasabah tersebut.

Dari sekian banyak jenis saluran *e-banking*, peneliti hanya berfokus meneliti *mobile banking* dan *internet banking* saja. Karena kedua jenis tersebut yang sangat familiar dipakai para nasabah baik nasabah awam maupun nasabah lama. Selain itu, peneliti hanya membatasi pada produk Bank Muamalat KC Kediri yaitu produk tabungan saja.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini sebagai pengembangan pemikiran dalam kajian di bidang ekonomi khususnya perbankan syariah terkait dengan penerapan *e-banking* baik *internet banking* maupun *mobile*

banking.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Lembaga

Mendorong semangat dan sebagai bahan evaluasi kinerja Bank Muamalat KC Kediri agar menjadi lebih baik.

b. Pihak Fakultas/Universitas

Bagi Universitas sebagai media pemberi informasi yang berguna dalam penyesuaian kurikulum terhadap kondisi di lapangan.

c. Peneliti Lanjutan

Berguna untuk peneliti lanjutan dalam mengembangkan penelitian terkait penerapan *e-banking* dengan pembahasan yang lebih rinci.

F. Definisi Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami penelitian ini yang berjudul “Penerapan *E-Banking* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah terhadap Produk Tabungan di Bank Muamalat KC Kediri”. Oleh karena itu penulis memaparkan penegasan istilah berikut ini:

1. Definisi Konseptual

- a. Penerapan atau bisa disebut implementasi merupakan suatu serangkaian kegiatan yang berawal dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci, biasanya dilakukan setelah perencanaan dianggap matang. Majone dan Wildavsky

mendefinisikan implementasi juga merupakan evaluasi, dalam artian sebagai tindak lanjut dari perencanaan yang telah disusun guna mencapai sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya.⁵

- b. *E-banking* merupakan layanan perbankan memudahkan nasabah bank dalam melakukan komunikasi, sumber informasi, dan bertransaksi bank menggunakan layanan internet seperti Anjungan Tunai Mandiri (ATM), *internet banking*, *phone banking*, *Electronic Fund Transfer (EFT)*, *mobile banking*, dan *Electronic Data Capture(EDC)/Point of Sales (POS)*.
- c. Meningkatkan secara sederhana adalah peningkatan taraf maupun meningkatkan kualitas produk maupun lainnya.
- d. Loyalitas adalah itikad baik pada kualitas layanan ataupun produknya saja dengan diikuti pembelian secara berulang yang selanjutnya merekomendasikannya kepada pihak lain.⁶
- e. Menurut UU No 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Syariah menyatakan bahwa:

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu, sedangkan tujuan dari menabung adalah mengumpulkan dana dari masyarakat guna membiayai pembangunan dan menanamkan kebiasaan menabung dikalangan masyarakat.

⁵ Nurdin Usman, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 70

⁶ Indah, *Pengaruh E-Banking...*, hal. 549

2. Definisi Operasional

Dalam operasionalnya penelitian ini bertujuan dalam mengidentifikasi penerapan *e-banking* dalam upaya peningkatan loyalitas seorang nasabah terhadap produk tabungan pada perbankansyariah khususnya di Bank Muamalat KC Kediri.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah pembahasan dalam penelitian akan disusun dalam beberapa bab, yang masing-masing bab berisi uraian sebagai berikut:

BAB I : Merupakan bab pendahuluan yang mendeskripsikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : Berupa landasan teori atau tinjauan kepustakaan yang menguraikan tentang penjelasan mengenai pengertian jasa perbankan yang menjadi minat para nasabah dan menjelaskan jasa perbankan yang berbasis teknologi serta menjelaskan mengenai teknologi *E-Banking* yang berkaitan dengan pengertian, sejarah, jenis-jenisnya, produk-produk *E-Banking*, keamanan transaksi *E-Banking*, dan keunggulan juga kelemahannya.

BAB III : Merupakan temuan dan hasil penelitian yang menguraikan gambaran umum perusahaan PT. Bank Muamalat Indonesia mulai dari sejarah, makna logo, visi dan misi, struktur

perusahaan, ruang lingkup bidang usaha, lokasi perusahaan, daerah pemasarannya dan struktur organisasi perusahaannya serta informasi berbagai hasil pengumpulan data dari berbagai narasumber terkait penelitian.

BAB IV : Merupakan pembahasan yang menguraikan pelaksanaan *E-Banking* dalam meningkatkan loyalitas nasabah dan hambatan-hambatan pada nasabah dalam penggunaan fasilitasnya di Bank Muamalat KC Kediri.

BAB IV : Merupakan metode penelitian yang berisi tentang pembahasan seputar pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, tehnik pengumpulan data, tehnik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB VI : Merupakan bagian penutup yang meliputi kesimpulan dan permasalahan yang menjadi topik pembicaraan, dan diakhiri dengan saran sebagai bahan masukan serta penutup.