

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Mendengar kata bank sebenarnya tidak asing lagi bagi kita, terutama yang hidup di perkotaan. Bahkan, di pedesaan sekalipun saat ini kata bank bukan merupakan kata yang asing dan aneh. Menyebut kata uang setiap orang selalu mengaitkannya dengan uang sehingga selalu saja ada anggapan bahwa yang berhubungan dengan bank selalu ada kaitannya dengan yang uang. Hal ini tidak salah karena bank memang merupakan lembaga keuangan atau perusahaan yang bergerak di bidang keuangan. Sebagai lembaga keuangan bank menyediakan beberapa jasa keuangan. Di negara – negara maju bahkan sudah merupakan kebutuhan masyarakat setiap kali bertransaksi.

Bank adalah lembaga perantara keuangan atau bisa disebut *financial intermediary*. Artinya, lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah merupakan alat pelancar terjadinya perdagangan yang utama. ¹

¹ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*,(Jakarta: PT RajaGrafindo, 2014), h.3.

Agar tujuan suatu perusahaan dapat tercapai, maka perusahaan harus selalu mengikuti perkembangan usahanya, karena perkembangan usaha akan memengaruhi dua kondisi usaha tersebut. Dalam mengembangkan usaha diperlukan strategi sesuai dengan kondisi usaha tersebut dan setiap strategi juga perlu disusun untuk setiap perkembangan usaha paling tidak ada 2 kondisi yang perlu dikembangkan sesuai dengan kondisi tersebut, yaitu strategi pertumbuhan dan konsolidasi.²

Di zaman sekarang perkembangan teknologi yang begitu pesat. Perkembangan teknologi membuat kebutuhan manusia terhadap informasi semakin kompleks. Hal ini terlihat dari mulai banyaknya perusahaan yang mengoptimalkan usahanya melalui teknologi informasi untuk dapat bertahan dan menang dalam persaingan di pasar global.

Bank merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Sistem informasi dan teknologi telah diterapkan di industri perbankan dan hasilnya sukses luar biasa. Salah satu hasil dari kemajuan sistem informasi di bidang perbankan adalah

² Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: PT Kencana, 2010), h. 73.

lahirnya *e-banking*. Pada awalnya *e-banking* atau *electronic banking* hanya digunakan oleh para pebisnis, tetapi akhir akhir ini banyak digunakan oleh nasabah bank pada umumnya. Hal tersebut menunjukkan betapa mudahnya penggunaan *e-banking* sehingga banyak yang menggunakan.

Akan lebih mudah menjual sesuatu kepada seseorang jika aktivitas menjual yang dilakukan perusahaan diposisikan sebagai cara untuk membantu konsumen dalam mencapai atau meraih tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Perusahaan harus mampu berbicara kepada konsumen mengenai cara-cara baru dalam menjalankan bisnis dan pendekatan-pendekatan baru yang dapat digunakan untuk membuat bisnis lebih menguntungkan dan efisien di masa depan. Dengan layanan prioritas bantuan yang akan diberikan kepada nasabah adalah kemudahan dalam bertransaksi, nasabah prioritas tidak perlu repot antri apabila hendak bertransaksi sebab mempunyai suatu loket tersendiri sehingga mempercepat dan mempermudah proses transaksi.

Misalkan tawaran untuk menggunakan produk *e-banking* yang memudahkan nasabah untuk memantau rekening atau

transaksi perusahaannya dapat dari mana saja, hanya cukup melakukan sambungan ke jaringan internet maka ia dapat melihat atau melakukan transaksi yang dapat mempermudah aktivitas bisnisnya. Harus dihindari tawaran produk *internet banking* oleh perbankan.³

Bahkan tidak sedikit di antara mereka yang memegang prinsip, bahwa di dalam perbankan, tidak memiliki infrastruktur teknologi informasi yang baik berarti cepat atau lambat akan segera tersingkir dari arena persaingan. Alasannya cukup mudah yaitu karena perbankan merupakan sebuah industri jasa, yang kinerjanya sangat dipengaruhi oleh variabel ruang dan waktu. Meningkatkan pelayanan pelanggan merupakan suatu usaha untuk menembus batasan – batasan ruang dan waktu yang hanya dapat dilakukan dengan bantuan teknologi komputer dan telekomunikasi. Pada saat yang bersamaan, teknologi ini pula yang akan menjadi senjata bagi bank yang bersangkutan untuk bersaing dengan bank – bank lain, terutama dalam usahanya

³ Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010) , h. 192.

untuk menciptakan suatu produk pelayanan yang lebih murah, lebih baik dan lebih cepat.⁴

Pola transaksi yang masyarakat ketahui adalah sistem pelayanan bank pada umumnya. Dimana pola transaksinya tidak jauh dengan penulisan data terlebih dahulu, mengantri, tatap muka langsung atau dengan kata lain transaksi secara langsung antara nasabah dengan teller bank yang membutuhkan waktu yang tidak sedikit. Sehingga layanan *e-banking* diberikan oleh bank dengan tujuan memberikan kemudahan kepada para nasabah. Salah satu alasan munculnya *e-banking* adalah karena kesibukan serta kebutuhan manusia yang semakin meningkat, di mana diperlukan yang lebih praktis dan tidak terlalu membuang waktu lama.

Kebanyakan dari pelanggan, terutama pada nasabah bank menginginkan suatu pelayanan yang bersifat simple dan praktis atau dengan kata lain, para nasabah dapat bertransaksi tanpa harus mencatat terlebih dahulu serta tanpa membuang banyak waktu untuk mengantri pada barisan. Pelayanan yang manual

⁴ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*,(Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 110.

seperti itu dirasa kurang efisien dan praktis. Oleh karena itu, diciptakan sebuah sistem yang akan membantu pelayanan dengan menggunakan telepon selular dan internet. Nasabah bank tidak perlu lagi repot- repot untuk mengantri dan membuat catatan pada saat membutuhkan pelayanan.

Faktor kepercayaan merupakan faktor yang memberi pengaruh terhadap penerima *e-banking* sehingga bank harus membentuk sikap yang positif yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap teknologi yang diterapkan. Ketika suatu bank mampu memberikan keamanan bagi nasabahnya maka kepercayaan akan diperoleh dari nasabah. Kepercayaan terhadap suatu sistem layanan *e-banking* akan menentukan keputusan konsumen untuk melakukan sistem ini.

Kepercayaan terhadap penyedia jasa akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap penyedia jasa, semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap penyedia jasa maka semakin tinggi pula mereka menggunakan internet banking dan sebaliknya apabila konsumen tidak memiliki kepercayaan

terhadap penyedia jasa tentunya konsumen melakukan perpindahan terhadap penyedia jasa lain.

Bank syariah sebagai lembaga keuangan syariah dalam kegiatan usahanya di satu sisi berusaha mencari keuntungan, tetapi di sisi lain harus memerhatikan adanya kemungkinan risiko yang timbul dalam kegiatannya. Perubahan – perubahan yang secara cepat, baik global dan lokal, dalam bidang ekonomi, teknologi dan informasi, politik dan hukum, kultur sosial dan budaya telah menciptakan industri perbankan yang jauh lebih kompleks dan kompetitif dibandingkan sebelumnya. Hal ini secara langsung atau tidak langsung telah meningkatkan risiko yang dihadapi oleh perbankan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya. Untuk mengantisipasi hal tersebut, Bank Indonesia telah menerbitkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 5/8/PBI/2003 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum, selaras dengan rekomendasi *Basel Committe on Banking Supervision* dalam publikasinya yang berjudul *The New Basel Capital Accord*. Hal ini menjadi pilar penting dalam

membangun industri perbankan yang lebih kuat, sehat dan mampu mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.⁵

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, penulis dapat mengidentifikasi sebagai berikut :

1. Besarnya pengaruh tingkat kepercayaan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *internet banking* pada Bank BNI Syariah Cilegon
2. Besarnya pengaruh risiko terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *internet banking* pada Bank BNI Syariah Cilegon
3. Keterkaitan atau pengaruh tingkat kepercayaan dan risiko terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *internet banking* pada Bank BNI Syariah Cilegon
4. Adanya sikap ketidakpercayaan nasabah pada sistem transaksi menggunakan *internet banking*

⁵ Trisadini P. Usanti dan Abdul Shomad. *Transaksi Bank Syariah*. (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2013), h. 84.

5. Nasabah takut akan risiko yang didapat jika menggunakan *internet banking* diantaranya risiko kekhawatiran tentang adanya penipuan ataupun pencurian identitas.

C. Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah ini jelas dan mudah dipahami, maka ruang lingkup penelitian ini membahas tingkat kepercayaan dan risiko terhadap keputusan nasabah menggunakan *internet banking*. Mengingat keterbatasan tenaga dan waktu, untuk membatasi ruang lingkup masalah yang dikemukakan, maka penelitian ini hanya meneliti *internet banking* dan risiko dalam menggunakan *internet banking* pada Bank BNI Syariah Cilegon

D. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang maka masalah dalam penelitian ini adalah hubungan antara tingkat kepercayaan dan risiko terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *internet banking*.

1. Bagaimana pengaruh tingkat kepercayaan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *internet banking* pada Bank BNI Syariah Cilegon?
2. Bagaimana pengaruh risiko terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *internet banking* pada Bank BNI Syariah Cilegon?
3. Bagaimana pengaruh secara simultan antara tingkat kepercayaan dan risiko terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *internet banking* pada Bank BNI Syariah Cilegon?

E. Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat kepercayaan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *internet banking* pada Bank BNI Syariah Cilegon
2. Untuk mengetahui pengaruh risiko terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *internet banking* pada *PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Serang*

3. Untuk mengetahui pengaruh tingkat kepercayaan dan risiko terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *internet banking* pada Bank BNI Syariah Cilegon

F. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik bagi mahasiswa, praktisi dan perguruan tinggi adapun manfaat penelitiannya ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa

Dengan adanya penelitian ini dapat memberi wawasan atau pengetahuan mengenai hubungan tingkat kepercayaan dan risiko terhadap keputusan nasabah serta memperoleh kesempatan menerapkan pengetahuan teoritis yang di dapat selama perkuliahan dalam berbagai bidang dunia kerja dan kehidupan sehari – hari. Penulis juga berharap penelitian ini digunakan sebagai referensi untuk penelitian – penelitian lebih lanjut.

2. Bagi Perbankan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat umumnya praktisi lembaga keuangan khususnya

perbankan syariah atau pihak terkait didalamnya mengenai peranan serta kebijakan-kebijakan yang dapat dikembangkan di dunia usaha.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi referensi, bahan pembandingan penelitian lain dan memberikan sumbangan pemikiran tentang perbankan syariah bagi Jurusan Perbankan Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

G. Kerangka Pemikiran

Persaingan antarbank ditandai oleh beberapa faktor pokok himpunan produk dan layanan yang ditawarkan kepada para nasabah, dan lokasi layanan, baik dalam bentuk kantor cabang dan kas atau ATM saja. Layanan jasa keuangan di dunia sedang bergerak ke arah konvergensi di antara ke empat jenis produk tersebut.

Tantangannya adalah dukungan teknologi perbankan di meja *service representative* yang dapat digunakan untuk memadukan semua layanan jasa perbankan ini dan meraciknya secara individual untuk para nasabah yang memerlukan layanan

perbankan tersebut. Paling tidak ada tiga objektif besar yang harus dicapai dan menjadi target utama dari penerapan teknologi informasi di dunia perbankan, yang jika diamati secara lebih seksama akan nampak bahwa fokus pengembangan lebih terarah pada fungsi – fungsi *front office*:

1. Teknologi informasi secara langsung maupun tidak langsung harus memiliki dampak terhadap penciptaan produk pelayanan yang jauh lebih baik dari sebelumnya sehingga meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan (*value adding activity*)
2. Teknologi informasi harus dapat meningkatkan kualitas pengambilann keputusan dari manajemen dalam bentuk penyediaan informasi dan pengetahuan yang relevan, tepat, akurat, terpercaya dan bernilai tinggi
3. Teknologi informasi harus mampu untuk meningkatkan level perolehan pendapatan perusahaan (*revenue*) dengan cara memanfaatkanya untuk semakin “mendekatkan” perusahaan dengan para calon pelanggan⁶

⁶ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, h. 109-110

Kepercayaan adalah keinginan satu pihak untuk mendapatkan perlakuan dari pihak lainnya dengan harapan bahwa pihak lainnya akan melakukan tindakan penting untuk memenuhi harapan tersebut, terlepas dari kemampuannya untuk memonitor atau mengontrol pihak lain. Kepercayaan merupakan produk yang dihasilkan diantara kedua pelaku dalam suatu pertukaran dengan lebih memperdulikan biaya dan manfaat dari perilaku tertentu sebagaimana diaturnya dalam kontrak.

Kepercayaan nasabah terhadap bank merupakan faktor penting yang mempengaruhi loyalitas nasabah karena pada dunia perbankan kepercayaan adalah faktor yang sangat penting. Dengan adanya kepercayaan yang tinggi nasabah terhadap bank maka bank dapat menghimpun dana sebanyak mungkin dari nasabah dan nasabah akan selalu memiliki sifat yang loyal terhadap bank tersebut.⁷

Kepercayaan konsumen ini bisa digambarkan melalui sikap dengan menyukai atau tidak menyukai suatu obyek atau sistem. Kepercayaan dalam menggunakan layanan *e-banking*

⁷ Kasmir. *Pemasaran Bank.* (Jakarta: Kencana. 2008), h. 147

ditunjukkan melalui keamanan maupun manfaat yang diberikan oleh produk tersebut.

Risiko adalah potensi kerugian akibat terjadinya suatu peristiwa tertentu. Risiko dalam konteks perbankan merupakan suatu kejadian potensial baik yang dapat diperkirakan maupun yang tidak dapat diperkirakan yang berdampak negatif terhadap pendapatan dan permodalan bank. Risiko juga dapat dianggap sebagai kendala dalam pencapaian suatu tujuan.⁸

Firman Allah dalam surat al-Hasyir ayat 18 sebagai berikut:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ
لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ (الحشر : ١٨)

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.*⁹

⁸ Muhammad Iqbal Fasa. “Manajemen Risiko Perbankan Syariah di Indonesia”.(Yogyakarta: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam:2016.) Vol, 1. No, 2. h. 3

⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Mushof* (Banten: Majelis Ulama Indonesia Provinsi Banten: 2012), h. 189

Hal ini berarti setiap manusia memperhatikan yang telah diperbuat dengan melakukan pengawasan untuk hari esok. Kegiatan ini mencakup perencanaan, pengorganisasian, mengarahkan, dan melaksanakan.

Demikian halnya dengan bank Islam, walaupun sama-sama berada dalam industri perbankan, praktik manajemen risiko untuk bank Islam tidak dapat disamakan sepenuhnya dengan praktik di bank konvensional. Pada tataran standar, kerangka kerja, ukuran dan proses manajemen risiko, keduanya bisa saja sama. Namun dalam tataran filosofi, mitigasi dan kebijakan risiko keduanya bisa berbeda 180 derajat karena adanya perbedaan prinsip bisnis yang mendasari seluruh aktivitas bisnis pada bank konvensional dan bank Islam. Oleh karena itu, proses awal bisnis dan penentuan konteks di mana manajemen risiko akan diterapkan.¹⁰

E-Banking atau *Internet Banking* merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk

¹⁰ Imam Wahyudi, Miranti Kartika Dewi, Fenni Rosmanita, Muhammad Budi Prasetyo, Niken Iwani Surya Putri, dan Banu Muhammad Haidir. *Manajemen Risiko Bank Islam*. Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2013. h. 60

memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Jenis kegiatan *internet banking* dibedakan menjadi 3 (tiga), yaitu *Informational Internet Banking*, *Communitative Internet Banking* dan *Transactional Internet Banking*.

Informational internet banking adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*). *Communitative Internet Banking* adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *internet banking* secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi. *Transactional Internet Banking* adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *internet banking* dan melakukan eksekusi dan transaksi.¹¹

¹¹ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, h.112-113

H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan : Berisi tentang : Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Landasan Teori, Tinjauan Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, Metodologi Penelitian Dan Sistematika Pembahasan.

BAB II Landasan Teori : Bab ini menguraikan teori-teori tentang tingkat kepercayaan nasabah dan risiko serta hal yang berkaitan dengan keputusan-keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking*, kerangka berfikir, hasil-hasil penelitian yang relevan dan hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian : Bab ini merupakan metode penelitian yang berisi tentang tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, penentuan populasi sampel, instrument penelitian, teknis analisis data dan hipotesis statistic.

BAB IV Penemuan dan Pembahasan : Bab ini menggambarkan secara umum tentang objek penelitian seperti

tentang sejarah singkat serta perkembangan teknologi perbankan yang menjadikan bank syariah berkembang pesat yang menjadi objek dalam penelitian ini di uji persyaratan analisis, penguji hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V Penutup : Bab ini merupakan kesimpulan dari hasil penelitian dan memberikan masukan berdasarkan temuan dari hasil penelitian.