

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Lembaga Keuangan Bank

Lembaga keuangan pada dasarnya mempunyai peran yang sangat strategis dalam mengembangkan perekonomian suatu bangsa. Oleh karena itu, jika dilihat dalam praktik perekonomian suatu Negara, lembaga keuangan senantiasa ikut berperan aktif. Tumbuhnya perkembangan lembaga keuangan secara baik dan sehat akan mampu mendorong terhadap ekonomi bangsa. Sebaliknya, kalau lembaga keuangan suatu bangsa mengalami krisis, dapat diartikan bahwa perekonomian suatu bangsa tersebut sedang mengalami keterpurukan (*collapse*).

Lembaga keuangan yang baik artinya berbanding lurus dengan perkembangan perekonomian terhadap suatu Negara pun sebaliknya. Maka perlunya memperhatikan lembaga keuangan karena memiliki suatu peran strategis dalam keberlangsungan ekonomi suatu Negara.

Dalam khazanah teoritis, dikenal 2 kategori lembaga keuangan, yakni lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan nonbank. Kategori ini berdasarkan perbedaan karakteristik dimana lembaga

keuangan bank umumnya menarik dana langsung dari masyarakat sedangkan lembaga keuangan nonbank tidak dapat menarik langsung dari masyarakat.¹

Bank dalam Pratik perekonomian dapat berfungsi sebagai lembaga *financial intermediary*. Artinya, di satu sisi bank dapat melakukan penghimpunan dana dari masyarakat, dan di sisi lain, bank juga dapat melakukan penyaluran dana yang dihimpun dari masyarakat tersebut kepada masyarakat itu sendiri. Secara lengkap fungsi bank ini dapat dilihat sebagai berikut:²

1. *Agent of Trust*

Dasar utama kegiatan perbankan adalah *Trust* atau kepercayaan, baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Masyarakat akan mampu menitipkan dananya di bank apabila dilandasi oleh unsur kepercayaan. Masyarakat percaya bahwa uangnya tidak akan disalahgunakan oleh bank melainkan akan dikelola dengan baik begitu pun sebaliknya, pihak bank sendiri bersedia menyalurkan dananya kepada masyarakat atau debitur

¹ Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), h. 5-6.

² Y. Sri Susilo, *Bank & Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 6.

dengan kepercayaan tidak akan disalahgunakan dan mampu membayar ketika jatuh tempo.

2. *Agent of Development*

Sector dalam kegiatan masyarakat yaitu sector moneter dan sector riil yang merupakan sector-sektor yang tidak dapat dipisahkan, kedua sector tersebut saling berinteraksi dan saling memengaruhi antara satu dengan yang lain. Tugas bank sebagai penghimpun dan penyalur dana sangat diperlukan untuk kelancaran kegiatan ekonomi di sector riil. Kegiatan bank tersebut memungkinkan masyarakat dapat melakukan investasi, distribusi, dan jasa konsumsi barang serta jasa, kelancaran kegiatan berikut ini tidak lain adalah kegiatan pembangunan perekonomian masyarakat.

3. *Agent of Service*

Di samping melakukan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana, bank juga memberikan penawaran jasa-jasa perbankan yang lain kepada masyarakat. Jasa-jasa yang ditawarkan bank ini erat kaitannya dengan kegiatan perekonomian masyarakat secara umum. Jasa-jasa bank ini antara lain dapat berupa jasa pengiriman uang, jasa

penitipan barang berharga, jasa pemberian jaminan bank, dan jasa penyelesaian tagihan.

Dengan berdasarkan fungsi bank yang demikian, ada banyak jenis layanan yang disediakan bank umum.³

1. Menghimpun dana dari masyarakat
 - a. Simpanan
 - b. Giro
 - c. Deposito berjangka
 - d. Sertifikat deposito
 - e. Tabungan
 - f. Surat berharga
 - g. Penitipan
2. Memberi kredit
3. Menerbitkan surat pengakuan utang
4. Membeli, menjual atau menjamin
 - a. Surat wesel
 - b. Surat pengakuan utang
 - c. Kertas pembendaharan Negara/ surat jaminan pemerintah

³ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1999), h 361-366.

- d. Sertifikat bank Indonesia
 - e. Obligasi
 - f. Surat dagang berjangka
 - g. Instrument surat berharga
5. Pemindahan uang
 6. Menempatkan atau meminjamkan dana
 7. Menerima pembayaran dan melakukan perhitungan
 8. Menyediakan tempat penyimpanan
 9. Melakukan kegiatan penitipan
 10. Penempatan dana dalam surat berharga
 11. Membeli agunan melalui pelelangan
 12. Anjak piutang dan kartu kredit
 13. Menyediakan pembiayaan bagi nasabah
 14. Kegiatan lainnya yang lazim.

Di era informasi ini, lembaga keuangan memberikan layanannya tidak saja melalui model-model konvensional, tetapi kini mulai berfokus pada pemanfaatan teknologi hal ini didasari dengan perkembangan teknologi dan pengetahuan dimana sekarang kehidupan manusia menjadi lebih praktis dan hemat waktu. Untuk itu layanan dalam lembaga keuangan pun mengalami transformasi untuk

beradaptasi dengan berkembangnya zaman, yang semula menekankan model *face to face* dengan *paper document* menjadi *non-face to face* dengan *digital document*. Transaksi yang berkembang itulah yang kemudian disebut sebagai layanan internet banking.

B. Internet Banking

1. Pengertian Internet Banking

Revolusi informasi yang ditandai dengan kemunculan internet telah berdampak hampir ke setiap sapek sector kehidupan manusia, yang dimulai dari sector pertahanan dan kemanan hingga sampai pada sector perbankan. Pada sector perbankan, hasil dari revolusi informasi ini adalah ditemukannya sebuah konsep baru yang disebut internet banking.

Pengertian internet banking menurut Karen Furst adalah sebagai berikut:⁴

Internet banking is the use of the internet as remote delivery channel for banking services, including traditional services, such as opening a deposit account, as well as new banking services,

⁴ Karen Furst, "Internet Banking: Development and Prospect" Program on Information Resources Policy Harvard University, April 2002, h. 4.

such as electronic bill presentment and payment, which allow customers to receive and pay bill over bank's website.

Dari pengertian ini secara sederhana dapat kita simpulkan pengertian dari internet banking merupakan suatu bentuk pemanfaatan media internet oleh bank untuk mempromosikan sekaligus melakukan transaksi secara online baik dari produk yang sifatnya konvensional maupun yang baru.

Secara konseptual, lembaga keuangan bank dalam menawarkan layanan internet banking dilakukan melalui dua jalan, pertama, melalui bank konvensional dengan representasi kantor secara fisik menetapkan suatu website dan menawarkan layanan internet banking kepada nasabahnya dan hal ini merupakan penyerahan secara tradisional. Kedua, suatu bank mungkin mendirikan suatu “virtual”, “cabang”, atau “internet” bank yang dapat menawarkan kepada nasabahnya kemampuan untuk penyimpanan deposito dan tagihan dana pada ATM atau bentuk lainnya yang dimiliki.⁵

Dalam dunia perbankan, perkembangan teknologi informasi membuat para perusahaan mengubah strategi bisnis dengan

⁵ Karen Furst, “*Internet Banking: Development and Prospect*” Program on Information Resources Policy Harvard University, April 2002, h. 4.

menempatkan teknologi sebagai unsur utama dalam proses inovasi produk dan jasa seperti :

- a. Adanya transfer uang via mobile ataupun via teller.
- b. Adanya ATM (Anjungan Tunai Mandiri) pengambilan uang secara cash 24 jam.
- c. Penggunaan database di bank-bank.
- d. Sinkronisasi data-data pada Kantor Cabang dengan Kantor Pusat.

Dengan adanya jaringan computer hubungan dan komunikasi kita dengan klien jadi lebih hemat, efisien dan cepat. Contohnya: email, teleconference. Sedangkan di rumah dapat berkomunikasi dengan pengguna lain untuk menjalin silaturahmi (chatting), dan sebagai hiburan dapat digunakan untuk bermain game online, sharing file. Apabila kita mempunyai lebih dari satu komputer, kita bisa terhubung dengan internet melalui satu jaringan.

Pada dunia perbankan, perkembangan teknologi informasi membuat para perusahaan mengubah strategi bisnis dengan menempatkan teknologi sebagai unsur utama dalam proses inovasi produk dan jasa. Seperti halnya pelayanan Internet

Banking misalnya, merupakan bentuk baru dari pelayanan transaksi yang berdasarkan teknologi.⁶

Kehadiran layanan internet banking melalui *home banking* dan *wireless banking*, ternyata telah mengubah secara dramatis terhadap pola interaksi antara bank dengan nasabahnya. Dengan disediakannya fasilitas layanan internet banking, nasabah bank mendapat keuntungan fleksibilitas untuk melakukan transaksi setiap saat. Nasabah juga dapat mengakses layanan internet banking melalui *personal computer*, ponsel atau media wireless lainnya.

2. Layanan dalam Internet Banking

Melalui beberapa tren yang berkembang dalam layanan internet banking, layanan internet banking juga menawarkan sejumlah peluang kepada lembaga keuangan untuk meningkatkan pendapatannya dan sekaligus memperbaiki layanannya terhadap nasabahnya. Layanan internet banking yang dapat ditawarkan adalah sebagai berikut:⁷

⁶ Aan Ansori, *Sistem Informasi Perbankan Syari'ah*, *Jurnal BanqueeSyar'i*, Vol.4.No.1 (Serang: 2018), h.184.

⁷ Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), h. 27-29.

a. *Multichannel (multichannel CRM)*

Lembaga keuangan telah hadir dan merealisasikan internet sebagai *channel* lain yang sederhana. Oleh karena itu *multichannel* yang mengatur penyelesaian hubungan nasabah dalam lembaga keuangan menjadi menarik. Tujuannya adalah untuk memperkuat loyalitas dan peningkatan transaksi dan free. Untuk mendorong ini, penyelesaian CRM menyediakan interaksi nasabahnya melalui channel silang, menganalisis agregat data untuk pola nasabah pengguna produk keuangan. Melalui layanan ini, maka lembaga keuangan akan memperoleh hasil yang lebih efektif.

b. Penyediaan tagihan elektronik dan pembayaran (*electronic bill presentment and payment*)

Pernyataan tagihan elektronik dan pembayaran secara final menjadi menguntungkan dan populer pada tahun 2001. Menurut kelompok Giga Information, 50% dari tagihan yang besar dan menengah di Amerika Utara akan memulai

menyediakan invoice melalui internet pada tahun 2001, 10% hingga 15% konsumen akan berpartisipasi pada penyediaan tagihan elektronik dan pembayaran. Layanan kotak uang elektronik, yang didasarkan pada penyediaan tagihan secara online, menawarkan kesempatan pendapatan lain bagi lembaga keuangan. Lembaga keuangan dapat mengubah *fee* untuk layanan ini dan *fee* tersebut diatas pemrosesan pembayaran regular.

c. Manajemen pembayaran *invoice* (*invoice payment management*)

Meskipun lembaga keuangan tidak menjadi dominan dalam konsolidasi pernyataan tagihan dan pembayaran elektronik untuk nasabah, mereka menciptakan suatu peraturan baru dari pernyataan *invoice* dan pembayaran elektronik untuk bisnis kecil dan nasabah perusahaan. Dalam peraturan ini, lembaga keuangan akan menerima point untuk tagihan perusahaan, memperluas pemrosesan kotak uang (*lockbox*) tradisional mereka ke abad e-payment.

- d. Pembayaran kartu kredit online (*online credit card payment*)

Menurut group Giga Information, kartu kredit sangat dominan dalam system pembayaran pada tahun 2001. Debet online dan elektronik cek dengan menggunakan *automated clearinghouse* (ACH) bagaimanapun akan tersingkirkan.

- e. Cek elektronik untuk pembayaran B2B (*electronic checks for B2B payment*)

Elektronik cek akan lebih populer untuk penjualan retail, tetapi hingga sekarang sedikit sekali dampaknya terhadap pembayaran bisnis.

- f. Aplikasi jaminan online (*online mortgage application*)

Aplikasi online dibatasi untuk kartu kredit dan pinjaman kecil. Kini banyak orang menetapkan ini untuk jaminan online.

- g. Pembayaran orang ke orang melalui e-mail (*person to person e-mail payment*)

Dengan solusi ini, individu dapat membuat pembayaran kartu kredit dan ACH transfer dalam waktu yang *real time* untuk setiap orang dengan alamat e-mail

3. Risiko dalam layanan internet banking

Seperti diketahui, kehadiran layanan internet banking telah menawarkan sejumlah fleksibilitas dan kemudahan dalam melakukan transaksi, baik antara bank dengan nasabahnya, bank dengan *merchant*, bank dengan bank, dan nasabah dengan nasabahnya. Namun demikian, kemudahan ini bukan berarti tidak memiliki risiko. Di samping layanan internet banking memberikan kemudahan, juga pada kenyataannya memiliki beberapa risiko.

a. Risiko kredit

Risiko kredit adalah risiko terhadap pendapatan atau modal yang timbul dari kegagalan obligor untuk menepati setiap kontrak dengan bank atau sebaliknya untuk performan yang disetujui.

b. Risiko suku bunga

Risiko suku bunga adalah risiko terhadap pendapatan atau modal yang timbul dari pergerakan dalam suku bunga. Evaluasi dari suku bunga harus mempertimbangkan dampak yang kompleks dari produk dan juga dampak potensial yang mengubah suku bunga pada pendapatan fee.

c. Risiko likuiditas

Risiko likuidasi adalah risiko yang dihadapi oleh bank dalam rangka memenuhi kebutuhan likuiditasnya. Layanan internet banking dapat meningkatkan volatility deposito dari nasabah yang semata-mata memelihara rekening pada the basis of rate.

d. Risiko transaksi

Risiko transaksi adalah risiko yang prospektif dan banyak berdampak pada pendapatan dan modal. Hal ini merupakan akibat adanya praktik penipuan, kesalahan, ketidakmampuan untuk penyerahan produk dan jasa, dan memelihara posisi kompetisi dan

penawaran jasa serta memperluas produk layanan internet banking.

e. Risiko complain

Risiko complain merupakan risiko yang berdampak terhadap pendapatan dan modal akibat adanya pelanggaran terhadap hukum, regulasi, atau standar etik. Risiko complain dapat mengarah terhadap berkurangnya reputasi, pengurangan nilai penjualan, membatasi kesempatan bisnis, mengurangi potensi ekspansi, dan mengakibatkan kontrak tidak dapat dilaksanakan.

f. Risiko reputasi

Risiko reputasi merupakan sebagian besar dari prospek risiko yang berdampak kepada pendapatan dan modal akibat adanya pendapat negative dari public. Hal ini berdampak pada hubungan baru atau layanan atau kelanjutan layanan hubungan konvensional.

4. 3 Dimensi Internet Banking

Menurut Clarke (2009), Internet Banking memiliki 3 dimensi sebagai berikut :

- a. Kepercayaan (Trust), hal utama yang harus dipertimbangkan oleh nasabah ketika melakukan kegiatan internet banking adalah apakah mereka percaya terhadap kegiatan yang memakai jaringan internet terutama dalam hal keamanan.
- b. Kemudahan (easy of use), kemudahan dalam penggunaan adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan nasabah. Karena pada saat nasabah bertransaksi melalui internet banking, biasanya nasabah akan mengalami kesulitan karena faktor keamana dan tidak tahu cara bertransaksi internet banking cenderung mengurungkan niatnya untuk melakukannya. Disisi lain juga ada beberapa nasabah yang berinisiatif untuk mencoba karena mereka telah mendapatkan informasi tentang cara bertransaksi internet banking.

c. Kualitas informasi (information quality), informasi jasa apa saja yang ada di dalam internet banking harus bisa memuaskan kebutuhan nasabah. Karena hal tersebut dapat membantu nasabah di dalam bertransaksi dan mudah dipahami.

5. Tipe layanan internet banking

Sebagai dampak yang lebih khusus dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, industry perbankan juga mengalami dampaknya. Hal ini sangat dirasakan jika mencermati produk-produk layanan perbankan yang memanfaatkan sarana teknologi elektronik. Banyak bank nasional kini menawarkan layanan jasanya dan fasilitas melalui media elektronik, seperti melalui sarana telepon, personal computer, dan media elektronik lainnya.

Sejalan dengan keberadaan layanan jasa perbankan dengan media elektronik, di sini dapat disampaikan tipe-tipe layanan jasa perbankan sebagai berikut:⁸

⁸Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), h.35-37.

a. Informational web

Tipe layanan jasa perbankan ini merupakan tingkat dasar. Dalam tipe ini, layanan jasa perbankan sudah melalui web, tetapi hanya menampilkan informasi saja. Risiko dari model layanan jasa perbankan seperti ini relative lebih rendah. Server dan bank itu sendiri merupakan jaringan internal. Pada tingkatan ini, layanan internet banking dapat ditetapkan melalui bank atau pihak ketiga. Meskipun risiko relative rendah, server dan website mungkin mudah diserang untuk dirubah (vulnerable to alteration). Oleh Karen itu, pengawasan dan pencegahan dari yang tidak berwenang terhadap server bank harus dimonitor.

b. Transactional web

Pada tingkatan electronic banking ini, nasabah dibolehkan mengeksekusi transaksi dengan risiko yang cukup tinggi dibanding dengan informational web. Transactional web membolehkan nasabah untuk melakukan pembelian barang dan jasa serta transaksi perbankan secara online. Transaksi nasabah dapat

berupa membuka dan mengakses rekening, membeli produk dan jasa, mengajukan pinjaman, pembayaran dan transfer dana. Karena hubungan secara tipikal eksis antara users di luar dan bank atau penyedia layanan system computer internal (services provider's internal computer systems), bentuk layanan internet banking seperti ini mengantarkan risiko yang sangat besar bagi informasi nasabah dan kemudian dibutuhkan control internal yang sangat kuat.

c. Wireless

Teknologi ini mengizinkan bank untuk menawarkan kepada nasabah tradisional mengenai produk dan jasa baru dengan cara pengembangan channel yang lain. Bank menyediakan produk dan jasa nasabah melalui wireless device, seperti telepon seluler, pager, dan personal digital assistants yang mempunyai akses pada bank. Produk dan jasa yang ditawarkan mulai dari informasi, transaksi, dan membawa buyer dan seller untuk membawa produk dan jasa bersama-sama. Karena produk dan jasa yang ditawarkan

bersifat sensitive dan informasi rahasia, keamanan dan pengawasan merupakan hal yang essential bagi bank yang menyediakan produk dan jasa melalui wireless.

d. PC Banking

Tipe electronic banking seperti ini membolehkan beberapa interaksi antara system bank dan nasabah. Pc banking ini menyediakan pengembangan channel secara tertutup melalui telepon, kadang-kadang sering disebut home banking. Transaksi dibatasi untuk komunikasi e0mail, transfer uang, meninjau dan menyeimbangkan rekening, dan pembayaran tanpa cek. Karena server ini menrobos dalam jaringan internal bank, risikonya sangat tinggi dalam transaksi. Kelayakan mengontrol harus ditempatkan untuk mencegah dan memonitor perubahan manajemen pada akses yang tidak berwenang dari jaringan internal bank dan system computer.

C. Nasabah

Nasabah adalah orang yang menggunakan jasa bank dan menjadi langganan bank yang telah dipercaya dalam arti secara definisi, Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau rekening pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.⁹

Ada beberapa hal yang harus dipahami guna mengetahui apa yang dipikirkan oleh nasabah:¹⁰

1. Memahami tujuan-tujuan dan sasaran-sasaran yang ingin dicapai atau didapatkan oleh nasabah.
2. Memahami cara mereka membuat peringkat dan memprioritaskan tujuan dan sasaran tersebut.
3. Mengetahui apa yang bisa kita lakukan dengan produk yang akan ditawarkan untuk membantu merealisasikan masalah-masalah yang timbul antara mereka dan cara mencapai tujuan tersebut.

⁹ M Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 189.

¹⁰ Bill Stinnet, *Think Like Your Customer*, (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2010), h. 3.

D. Faktor Pengaruh Tingkat Kepuasan Nasabah

Menurut Zeithamel dan M.J Bitner (1996) dalam Umar (2005:446), menyatakan bahwa ada lima dimensi kualitas jasa yang digunakan oleh pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan dalam industri jasa, yakni:

1. Berwujud (tangible), merupakan penampilan fisik, fasilitas, petugas, serta materi komunikasi yang disajikan pihak perusahaan untuk melayani pelanggannya.
2. Empati (emphaty), yaitu kesediaan para karyawan untuk peduli, serta bagaimana karyawan memberikan perhatian yang bersifat pribadi guna menumbuhkan rasa keakraban yang positif.
3. Ketanggapan (responsiveness), yaitu menekankan kepada sikap diri penyedia jasa yang penuh perhatian, cepat dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, dan masalah konsumen.
4. Keandalan (reliability), yaitu sejauh mana penyedia jasa mampu memberikan apa yang telah dijanjikan secara akurat, terpercaya dan dapat diandalkan konsumen.

5. Jaminan (assurance), yaitu pengetahuan dan keramahan serta kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugas dengan baik sehingga menimbulkan keyakinan dan kepercayaan dari konsumen.