

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Dalam hal ini penulis akan mendeskripsikan teori-teori yang ada relevansinya dengan obyek kajian. Kerangka ini diharapkan dapat memberikan pemecahan masalah yang dikaji dalam pembahasan ini.

A. Sejarah Bank Syariah

Perbankan syariah adalah salah satu lembaga keuangan yang memiliki pengaruh besar dalam roda perekonomian masyarakat. Bank adalah sebuah lembaga bagi masyarakat untuk menyimpan uang dan juga dapat menjadi tempat peminjaman uang disaat masyarakat membutuhkan. Seiring dengan berjalannya waktu, bank telah menjadi sebuah kebutuhan hidup manusia.

Salah satu negara pelopor utama dalam melaksanakan sistem perbankan syariah secara nasional adalah Pakistan. Pemerintah Pakistan mengkonversi seluruh sistem perbankan di negaranya pada tahun 1985 menjadi sistem perbankan syariah. Sebelumnya pada tahun 1979 beberapa institusi keuangan terbesar di Pakistan telah menghapus sistem bunga dan mulai tahun itu juga pemerintah Pakistan mensosialisasikan pinjaman tanpa bunga, terutama kepada petani dan nelayan.

Kehadiran bank yang berdasarkan syariah di Indonesia masih relatif baru, yaitu baru pada awal tahun 1990an, meskipun masyarakat Indonesia merupakan masyarakat muslim terbesar di dunia. Prakarsa untuk mendirikan Bank Syariah di Indonesia dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990.

Bank Syariah pertama di Indonesia merupakan hasil kerja tim perbankan MUI yaitu dengan dibentuknya PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI). Bank ini ternyata berkembang cukup pesat sehingga saat ini BMI sudah memiliki puluhan cabang yang terbesar di beberapa kota besar.

Dalam perkembangan selanjutnya kehadiran bank syariah di Indonesia khususnya cukup menggembirakan. Disamping BMI, saat ini juga telah lahir Bank Syariah milik pemerintah seperti Bank Syariah Mandiri (BSM).

Kemudian berikutnya berdiri bank Syariah sebagai cabang dari bank konvensional yang sudah ada, seperti Bank BNI, Bank IFI, dan BPD Jabar, Bank BRI, Bank Niaga, Bank Bukopin.¹

Persoalan masyarakat di Indonesia yang masih memiliki pengetahuan kurang baik tentang bank syariah sangatlah menjemukkan, dimana negara yang mayoritas beragama islam ini mereka masih banyak yang beranggapan bahwa sistem bunga pada bank konvensional dan sistem bagi hasil pada bank syariah merupakan sistem yang sama, sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan jasa perbankan konvensional yang dinilai telah berpengalaman menjalankan usaha perbankan walaupun sebenarnya perbankan konvensional memberikan sesuatu yang negatif bagi nasabahnya, baik dari segi dunia maupun akhirat. Undang-undang perbankan syariah yang telah disahkan oleh DPR membawa angin pencerahan bagi sistem perbankan syariah, sehingga penerapan konsep ekonomi syariah dapat menjadi konsep yang jelas dalam membangun sistem ekonomi ke-rakyatannya yang berorientasi syariah.

Perkembangan Bank Syariah di Indonesia kini telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Bank Muamalat sebagai bank syariah pertama dan menjadi pioner bagi bank syariah lainnya telah lebih dahulu menerapkan sistem ini ditengah menjamurnya bank-bank konvensional. Krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998 telah menenggelamkan bank-bank konvensional dan banyak dilikuidasi karena kegagalan sistem bunganya, sementara perbankan yang menerapkan sistem syariah dapat tetap eksis dan mampu bertahan.

Tidak hanya itu, ditengah-tengah krisis keuangan global yang melanda dunia pada ujung akhir 2008, lembaga keuangan syariah kembali membuktikan daya tahannya dari terpaan krisis. Lembaga-lembaga keuangan syariah tetap stabil dan memberikan keuntungan, kenyamanan serta

¹ Kasmir, *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Rajawali Pers, hlm. 178-179

keamanan bagi para pemegang sahamnya, pemegang surat berharga, peminjam dan para penyimpan dana di bank-bank syariah.²

Bank syariah merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang mendasarkan operasionalnya pada syariat (hukum) Islam. Menurut Schaick, bank Islam adalah sebuah bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum Islam yang sah, dikembangkan pada abad pertama Islam, menggunakan konsepberbagai risiko sebagai metode utama, dan meniadakan keuangan berdasarkan kepastian serta keuntungan yang ditentukan sebelumnya. Sudarsono mengemukakan, bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi dengan prinsip-prinsip syariat.

Dalam Undang-Undang No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 1 disebutkan bahwa “Perbankan syariah adalah sesuatu yang menyangkut bank syaria dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.”

Bank syariah dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejallan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam. Tujuan ekonomi Islam bagi bank syariah tidak hanya terfokus pada tujuan komersial yang tergambar pada pencapaian keuntungan maksimal, tetapi juga perannya dalam memberikan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat. Kontribusi untuk turut serta dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat tersebut merupakan peran bank syariah dalam pelaksanaan fungsi sosialnya. Fungsi sosial yang paling tampak di antaranya diwujudkan melalui aktivitas penghimpunan dan penyaluran zakat, infak, sedekah, hibah, dan waqaf. Selain itu, bank syariah juga mengeluarkan zakat dari keuntungan operasinya serta memberikan pembiayaan kabijakan (qardh).

²Nurul Ichsan Hasan, *Perbankan Syariah (sebuah Pengantar)*, Ciputat: GP Pres Group, 2014, hlm. 104

Fungsi sosial ini diharapkan akan memperlancar alokasi dan distribusi dana sosial yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Dalam konsepsi islam, aktivitas komersial, jasa, dan perdagangan harus disesuaikan dengan prinsip Islam di antaranya “bebas bunga”. Hal inilah yang juga menjelaskan tahap awal pembentukan bank islam atau bank syariah yang dikenal sebagai bank “bebas bunga”.³

Sebagai langkah konkrit upaya pengembangan perbankan syariah di Indonesia, maka bank Indonesia telah merumuskan sebuah Grand Strategi Pengembangan Pasar Perbankan Syariah, sebagai strategi komprehensif pengembangan pasar yang meliputi aspek-aspek strategis, yaitu: penetapan visi 2010 sebagai industri perbankan syariah terkemuka di ASEAN, pembentukan citra baru perbankan syariah nasional yang bersifat inklusif dan universal, pemetaan pasar secara lebih akurat, pengembangan produk yang lebih beragam, peningkatan layanan, serta strategi komunikasi baru yang memposisikan perbankan syariah lebih dari sekedar bank.

Selanjutnya berbagai program konkrit telah dan akan dilakukan sebagai tahap implementasi dari grand strategi pengembangan pasar keuangan perbankan syariah, anatar lain adalah sebagai berikut:

Pertama, penerapan visi baru pengembangan perbankan syariah pada fase I tahun 2008 membangun pemahaman perbankan syariah sebagai Beyond Banking, dengan pencapaian target asset sebesar Rp.50 triliun dan pertumbuhan industri sebesar 40%, fase II tahun 2009 menjadikan perbankan syariah Indonesia sebagai perbankan syariah paling atraktif di ASEAN, dengan pencapaian target asset sebesar Rp.87 triliun dan pertumbuhan industri sebesar 75%. Fase III tahun 2010 menjadikan perbankan syariah Indonesia sebagai perbankan syariah termuka di ASEAN, dengan pencapaian target asset sebesar Rp.124 triliun dan pertumbuhan industri sebesar 81%.

Kedua, program pencitraan baru perbankan syariah yang meliputi aspek positioning, differentiation, dan branding. Positioning baru bank syariah sebagai perbankan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, aspek

³Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013, hlm. 15-16

differentiasi dengan keunggulan kompetitif dengan produk dan skema yang beragam, transparan, kompetan dalam keuangan dan beretika, teknologi informasi yang selalu update dan user friendly, serta adanya ahli investasi keuangan syariah yang memadai. Sedangkan pada aspek branding adalah “bank syariah lebih dari sekedar bank atau beyond banking”

Ketiga, program pemetaan baru secara lebih akurat terhadap potensi pasar perbankan syariah secara umum mengarahkan pelayanan jasa bank syariah sebagai layanan universal atau bank bagi semua lapisan masyarakat dan semua segmen sesuai dengan strategi masing-masing bank syariah.

Keempat, program pengembangan produk yang diarahkan kepada variasi produk yang beragam yang didukung oleh keunikan value yang ditawarkan (saling menguntungkan) dan dukungan jaringan kantor yang luas dan penggunaan standar nama produk yang mudah dipahami.

Kelima, program peningkatan kualitas layanan yang didukung oleh SDM yang kompeten dan penyediaan teknologi informasi yang mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah sertamampu mengomunikasikan produk dan jasa bank syariah kepada nasabah secara benar dan jelas, dengan tetap memenuhi prinsip syariah; dan

Keenam, program sosialisasi dan edukasi masyarakat secara lebih luas dan efisien melalui berbagai sarana komunikasi langsung, maupun tidak langsung (media cetak, elektronik, online/website), yang bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang kemanfaatan produk serta jasa perbankan syariah yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat.⁴

B. Produk-produk Bank Syariah

Seperti halnya dengan bank konvensional, bank syariah juga menawarkan nasabah dengan beragam produk perbankan. Hanya saja bedanya dengan bank konvensional adalah dalam hal penentuan harga, baik terhadap harga jual maupun harga belinya. Produk-produk yang ditawarkan sudah tentu sangat islami, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada

⁴Nurul Ihsan Hasan, Op Cit, hlm. 113-115

nasabahnya. Berikut ini jenis-jenis produk bank syariah yang ditawarkan adalah sebagai berikut:⁵

1. *Al-wadi'ah (simpanan)*

Al-wadi'ah merupakan titipan atau simpanan pada bank syariah. Prinsip *Al-wadi'ah* merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja bila si penitip menghendaki.

2. Pembiayaan dengan bagi hasil

Penyaluran dana dalam bank konvensional, dikenal dengan istilah kredit atau pinjaman. Sedangkan dalam bank syariah untuk penyaluran dananya dikenal dengan istilah pembiayaan. Jika dalam bank konvensional keuntungan bank diperoleh dari bunga yang dibebankan, maka dalam bank syariah tidak ada istilah bunga, akan tetapi bank syariah menerapkan sistem bagi hasil. Prinsip bagi hasil dalam bank syariah yang diterapkan dalam pembiayaan dapat dilakukan dalam 4 akad utama yaitu:

a. *Al-musyarakah*

Al-musyarakah merupakan akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk melakukan usaha tertentu. Masing-masing pihak memberikan dana atau amal dengan kesepakatan bahwa keuntungan atau resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

b. *Al-mudharabah*

Al-mudharabah merupakan akad kerjasama antara dua pihak, dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal dan pihak lain menjadi pengelola. Keuntungan dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Apabila rugi maka akan ditanggung pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat dari kelalaian si pengelola. Apabila kerugian diakibatkan pengelola, maka si pengelolalah yang bertanggung jawab.

⁵ Kasmir, *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Rajawali Pers, hlm. 179-189.

c. *Al-muza'arah*

Al-muza'arah merupakan kerjasama pengolahan pertanian antara pemilik lahan dengan penggarap. Pemilik lahan menyediakan lahan kepada penggarap untuk ditanami produk pertanian dengan imbalan bagian tertentu dari hasil panen. Dalam dunia perbankan kasus ini diaplikasikan untuk pembiayaan bidang platation atas dasar bagi hasil panen.

d. *Al-musaqah*

Al-musaqah merupakan bagian dari *Al-muza'arah* yaitu penggarap hanya bertanggung jawab atas penyiraman dan pemeliharaan dengan menggunakan dana dan peralatan mereka sendiri. Imbalan tetap diperoleh dari presentase hasil panen pertanian.

3. *Bai' Al-Murabahah*

Bai'al-Murabahah merupakan kegiatan jual beli pada harga pokok dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam hal ini penjual harus terlebih dulu memberitahukan harga pokok yang ia beli ditambah keuntungan yang diinginkannya.

4. *Bai'as-salam*

Bai'as-salam adalah pembelian barang yang diserahkan kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan dimuka. Prinsip yang harus dianut adalah harus diketahui terlebih dulu jenis, kualitas dan jumlah barang dan hukum awal pembayaran harus dalam bentuk uang.

5. *Ba'i Al-istihna'*

Bai' Al-istihna' merupakan bentuk khusus dari akad *Bai'as-salam*, oleh karena itu ketentuan dalam *Bai' Al-istihna'* megikuti ketentuan dari aturan *Bai'as-salam*. *Bai'Al-istihna'* adalah kontrak penjualan antara pembeli dengan produsen (pembuat barang). Kedua belah pihak harus saling menyetujui lebih dulu tentang harga dan sistem pembayaran. Kesepakatan harga dapat dilakukan tawar menawar dan sistem

pembayaran dapat dilakukan di muka atau secara angsuran perbulan atau dibelakang.

6. *Al-Ijarah*

Al-Ijarah merupakan akad pemindahan hak guna atas barang/jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri. Dalam praktiknya kegiatan ini dilakukan oleh perusahaan leasing, baik untuk kegiatan operating lease maupun financial lease.

7. *Al-Wakalah (Amanat)*

Wakalah atau wakilah artinya penyerahan atau pendelegasian atau pemberian mandat dari satu pihak kepada pihak lain. Mandat ini harus dilakukan sesuai dengan yang telah disepakati oleh si pemberi mandat.

8. *Al-Kafalah (Garansi)*

Al-Kafalah adalah jaminan yang diberikan penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dapat pula diartikan sebagai pengalihan tanggung jawab dari satu pihak ke pihak lain. Dalam dunia perbankan dapat dilakukan dalam hal pembiayaan dengan jaminan seseorang.

9. *Al-Hawalah*

Al-Hawalah merupakan pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Atau dengan kata lain pemindahan beban utang dari satu pihak kepada pihak lain. Dalam dunia keuangan atau perbankan dikenal dengan kegiatan anjak piutang atau factoring.

10. *Ar-Rahn*

Ar-Rahn merupakan kegiatan menahan salah satu harta milik peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Kegiatan seperti ini dilakukan seperti jaminan utang atau gadai.

C. E-Banking

1. Pengertian E-Banking

E-Banking merupakan bisnis pada web melalui penggunaan teknologi internet telah memungkinkan organisasi untuk memasuki dunia yang on-line yang meningkatkan semua aspek bisnis mereka. Dengan menggunakan web site, perusahaan dapat meningkatkan penjualan produk atau jasa dengan memberi pilihan kepada para pembeli potensial atau pembeli yang sudah ada untuk membeli produk atau jasa secara langsung dengan sistem on-line. Disamping itu transaksi bisnis sekarang dapat dilakukan tanpa media dokumentasi kertas (paperless documents), tetapi dilakukan dalam format elektronik.⁶

Secara teknis, web adalah sebuah sistem dimana informasi dalam bentuk teks, gambar, suara, dan lain-lain yang tersimpan dalam sebuah internet webserver dipresentasikan dalam bentuk hypertext. Informasi di web dalam bentuk teks umumnya ditulis dalam format HTML. Informasi lainnya disajikan dalam bentuk grafis, suara, dan objek multimedia lainnya.

Web dapat diakses oleh perangkat lunak web client secara populer disebut browser. Browser membaca halaman-halaman web yang tersimpan dalam webserver ke server lain.

Seiring dengan semakin berkembangnya jaringan internet diseluruh dunia maka jumlah situs web yang tersedia juga semakin meningkat. Hingga saat ini, jumlah halaman web yang bisa diakses melalui internet telah mencapai angka milyaran. Untuk mempermudah penelusuran halaman web, terutama untuk menemukan halaman yang memuat topik-topik yang spesifik, para pengakses web dapat menggunakan suatu mesin pencari (search engine).⁷

⁶ Abdul halim, *Auditing dan Sistem Informasi (Isu-isu Dampak Teknologi Informasi)*, Yogyakarta: YKPN, hlm. 145

⁷ Simarmata Janner, *Pengenalan Teknologi Komputer dan Informasi*, Yogyakarta: Andi Offset, hlm. 185-186

Selama beberapa tahun belakangan ini, perkembangan yang cepat dari teknologi internet dan aplikasi World Wide Web (WWW) memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan Electronic Commerce (EC). EC mengintegrasikan teknologi jaringan (network), informasi manajemen, jasa keamanan, dan Value Added Networks untuk memberikan jasa on-line seperti pengiriman produk, berbelanja secara elektronik, home banking, dan pengamanan pembayaran secara on-line.⁸

Electronic Banking (e-Banking) adalah salah satu aplikasi teknologi internet yang memberi nilai keuntungan ganda yaitu bagi institusi di sektor finansial dan juga bagi nasabah. Internet mempengaruhi perubahan fundamental di semua industri. Konsekuensi dari perkembangan internet, dalam beberapa tahun terakhir terjadi pertumbuhan website perbankan. Mayoritas perbankan yang mengadopsi internet melalui online banking mayoritas adalah di AS, kemudian di Eropa di dominasi oleh Inggris, Jerman, Spanyol, Italia dan Prancis.⁹

Bank Indonesia membagi e-banking menjadi 4 kategori: (1) internet banking, (2) ATM banking, (3) phone banking dan juga (4) SMS banking (5) mobile banking. Perkembangan e-banking kini sangat pesat sehingga jenis e-banking semakin sulit untuk dibedakan karena teknologinya mengalami konvergensi (BankIndonesia, 2009).¹⁰

a. *Internet Banking*

Internet Banking merupakan salah satu produk perbankan elektronik yang ditawarkan untuk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan non-tunai melalui komputer dan jaringan internet. Pada prinsipnya layanan internet banking hampir serupa dengan layanan ATM.

Kesempatan Indonesia untuk mengembangkan internetbanking sangat terbuka luas. Hal itu dimungkinkan karena pertumbuhan

⁸ Abdul Halim, Op Cit., hlm. 171

⁹ Sujadi, Edy Purwo Saputro, *E-banking: Urgensi Aspek Trust Di Era E-Service*, UPN Veteran Yogyakarta, Vol. 1 No. 5, 2010, hlm. 307.

¹⁰ Ibid., hlm. 308

penggunaan internet di kawasan Asia sangat tinggi dan nasabah perbankan memerlukan layanan yang lebih lagi. Salah satu isu yang menjadi permasalahan dalam penggunaan internet banking adalah sistem keamanan bertransaksi perbankan dengan menggunakan internet. Masalah yang sering muncul adalah adanya pencurian nomor kredit dan MITM Attack. MITM attack adalah serangan dimana attacker berada di tengah bebas mendengarkan dan mengubah percakapan antara dua pihak. Sedangkan pencurian dalam nomor kredit, nomor curian kemudian dimanfaatkan oleh orang yang sesungguhnya tidak berhak. Nasabah harus diyakinkan oleh pihak bank bahwa transaksi perbankan berjalan aman karena bank bersangkutan memiliki perangkat keamanan untuk mencegah para hacker mengganggu transaksi mereka.¹¹

Inovasi perbankan berbasis teknologi terus berkembang sesuai dengan keinginan nasabah. Saat ini internet banking sedang menjadi perhatian dimana nasabah dapat melakukan transaksi perbankan (non cash) setiap saat dari manapun dengan begitu mudah dan nyaman hanya dengan mengakses melalui komputer (jaringan internet). Teknologi internet mampu menghilangkan batas ruang dan waktu, bersifat global/internasional bahkan tanpa batas negara. Bagi bank sendiri, pelayanan melalui internet banking dapat menekan biaya operasional karena dapat menghemat kertas, tenaga manusia, dan tidak perlu investasi ATM atau kantor cabang.

Terdapat 3 tingkatan internet banking:

1) *Entry/ Informational*

Merupakan tingkatan atau tahapan yang paling sederhana, yaitu hanya menyediakan informasi statistik mengenai bank tersebut serta jasa/produk yang ditawarkan. Tingkatan ini tidak lebih dari sekedar brosur elektronik dari suatu bank. Tingkat

¹¹ Rialda Annisya, Maynina Norshela Hastuti, *Security Layanan Internet Banking PT Bank Mandiri (persero) Tbk*, Jurnal Sistem Komputer, Vol. 2 No. 2, 2012, hlm. 55

risikonya sangat rendah karena tidak terhubung dengan data base bank.

2) *Intermediate/communicative*

Pelayanannya lebih luas daripada sekedar informasi, karena nasabah bisa melakukan interaksi dengan bank penyedia jasa internet secara terbatas, misalnya account inquiry, on line account application, electronic mail, dan sebagainya. Dalam tahapan ini tidak ada execution of transaction sama sekali. tingkatan ini memiliki risiko yang lebih besar informational website.

3) *Advance Transaction*

Tingkatan ini adalah yang paling lengkap dan dapat menampilkan seluruh transaksi yang diperlukan oleh nasabah termasuk transfer atau pembayaran tagihan dan lain-lain seperti layaknya pelayanan melalui ATM kecuali penarikan kas.

Pekembangan teknologi internet diperkirakan akan mengubah wajah sistem keuangan yang awalnya menempatkan bank sebagai mediator transaksi perdagangan antara pelaku bisnis maupun dengan konsumen perorangan. Seiring dengan globalisasi pemanfaatan teknologi internet di masa mendatang yang memberikan banyak manfaat dan kemudahan, internet portal akan berperan sebagai gateway bagi setiap interaksi bisnis.

Selain menghemat biaya, terdapat beberapa manfaat yang diharapkan oleh bank dalam menerapkan internet banking, antara lain:

- 1) Menambah jumlah nasabah.
- 2) Tuntutan pasar yang menghendaki pelayanan bank yang berorientasi paperless, timeless, dan borderless.
- 3) Contagion willingness, karena pengaruh bank-bank lain yang sama telah menyelenggarakan internet banking.

- 4) Membangun image dan peningkatan level persaingan, khususnya bagi bank-bank yang belum banyak dikenal masyarakat.
- 5) Memperluas jaringan pelayanan, yang atas dasar analisis ekonomis dan geografis lebih menguntungkan dan mudah untuk menerapkan internet banking dibandingkan dengan membuka kantor cabang.
- 6) Information collection, terutama informasi mengenai keinginan pasar perbankan. Lebih cepat dan up to date diserap melalui internet banking.
- 7) Instalasi internet banking semakin hari akan semakin murah karena persaingan perusahaan diantara penyedia jasa internet.
- 8) Belum adanya ketentuan prudensial yang mengatur internet banking secara khusus. Misalnya tentang perizinan dan persyaratan sehingga bank merasa bebas menyelenggarakan internet banking.

Tahapan prosedur transaksi melalui internet banking sesedikitnya perlu melalui namun tidak terbaatas pada tahapan sebagai berikut:¹²

- 1) Authentication (Pengujian keotentikan)

Biasanya digunakan untuk memeriksa validitas identitas nasabah berupa user identification yang unik.

- 2) Transaksi

Selama terjadinya transaksi secara on line, bank harus memastikan bahwa proses keontetikan dan pengamanan atas transaksi berlangsung terus. Nasabah perlu mengetahui mekanisme pengamanan yang digunakan bank melalui *secure socket layer server authentication*.

¹² Nasser Atorf, Agus Sugiarto, dkk. *Internet Banking di Indonesia, Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 1, Juni 2002

3) Validasi

Validasi untuk setiap transaksi online perlu dilakukan diantaranya melalui penggunaan public key cryptography, digital signature, dan lain lain. Selain itu bank juga harus mampu mendeteksi dan menindaklanjuti dalam hal terdapat indikasi terjadinya transaksi yang mencurigakan.

4) Pencatatan

Pencatatan harus dilakukan pada saat yang sama dengan terjadinya transaksi. Setiap nasabah yang melakukan transaksi dalam internet banking harus mendapatkan bukti transaksi yang dapat disimpan atau dicetak oleh nasabah. Bank juga harus mengirimkan konfirmasi terjadinya transaksi dengan mengirimkan e-mail atau instrumen lain melalui jalur komunikasi kepada nasabah.

5) Pembatasan transaksi

Tujuannya untuk melindungi bank maupun nasabah mengalami kerugian yang lebih besar akibat rendahnya tingkat liquiditas bank, adanya fraud atau hacking dalam transaksi yang dilakukan melalui internet.

Secara umum terdapat beberapa jenis produk/jasa yang ditawarkan melalui internet banking yaitu:¹³

- 1) Informasi saldo, yaitu informasi mengenai saldo rekening yang dapat diakses langsung lewat internet, baik menyangkut jumlah dana yang tersedia, transaksi yang telah dilakukan, penerimaan bunga, maupun pemotongan biaya lainnya.
- 2) Pembukaan rekening, transaksi ini mungkin belum dapat dilaksanakan karena masih diperlukan tanda tangan asli/basah dari pemohon.

¹³ Amin Wahyudi, *Penggunaan Teknologi Informasi Di Dunia Bisnis Dan Perbankan*, Jurnal Akutansi dan Sistem Teknologi Informas, Vol. 7 No. 1, 2009, hlm 5-6

- 3) *Transfer*, yaitu cara yang paling efisien dan murah karena nasabah dapat melakukan dimana saja dan tidak dibatasi oleh waktu.
 - 4) *Payment Gateway*, merupakan fasilitas pembayaran jasa tertentu (telpon, air PAM dan listrik) yang disediakan oleh bank sehingga nasabah dapat melakukan pembayaran langsung melalui internet.
 - 5) Kliring. Transaksi ini dimungkinkan dalam internet banking di mana nasabah dapat mengisi *on line form* untuk kliring ke bank lain. Hanya saja, pelaksanaan kliring tersebut tetap mengikuti mekanisme yang sudah ada dalam arti, bank tetap harus mengirim fisik warkat ke bank lain melalui *Clearing House*.
 - 6) *Trade Service & Finance*: memberikan jasa *trade information* dan *transaction initiation* di antaranya *Trade import, Trade Export, Trade transfer credit, Trade messages*.
 - 7) Penutupan rekening, Jenis jasa penutupan rekening melalui internet masih perlu diteliti lebih lanjut apakah dimungkinkan atau tidak, dan apakah berlaku otomatis untuk rekening tidur.
 - 8) Transaksi lainnya. Bank penyedia internet banking dapat juga menyediakan pelayanan jasa bagi korporasi seperti *Cash Management service, Continuous link settlement, foreign exchange transaction, transaksi spot, swap, forward*, dan lain-lain.
- b. *ATM Banking*

Dengan semakin majunya teknologi digital, computer informasi, maka pola belanja seorang konsumen lebih bervariasi dan semakin meninggalkan pola belanja tradisional. Teknologi informasi dan ATM menyebabkan kemudahan dalam melakukan transaksi, kalau dulu transaksi belanja selalu melibatkan uang tunai. Maka kini tidak lagi, dunia kita disebut sebagai *the plastic world*, atau *cashless society*.

Sebagian besar pembelian atau transaksi dapat dilakukan tanpa uang tunai baik berbelanja di toko maupun berbelanja melalui mail order dan internet. Kartu plastik dalam berbagai bentuknya, seperti kartu kredit, kartu debit, kartu ATM, dan kartu took, telah menggantikan uang sebagai alat transaksi. Konsumen tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah banyak ketika akan berbelanja, konsumen pun merasa lebih aman dan tidak merasa khawatir karena hanya membawa kartu plastik kemanapun ia berbelanja.¹⁴

Ketentuan Pasal 1 butir (2) UU Perbankan menyatakan bahwa: Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Berdasarkan kegiatan bank secara umum, dapat diketahui bahwa bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya berfungsi sebagai *financial intermediary* yang usaha utamanya menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat serta memberikan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran. Dua fungsi tersebut tidak dapat dipisahkan. Sebagai badan usaha, bank akan selalu berusaha mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dari usaha yang dijalankannya. Sebaliknya, sebagai lembaga keuangan bank mempunyai kewajiban pokok untuk menjaga kestabilan nilai uang, mendorong kegiatan ekonomi dan perluasan kesempatan kerja. Upaya untuk melaksanakan mengoptimalkan pelayanan yang prima di lembaga perbankan yaitu dengan mendirikan ATM-ATM pada tempat-tempat yang strategis. Dimana tujuan didirikannya ATM tersebut yaitu untuk memudahkan nasabah dalam rangka menarik atau menyetor dana secara tunai, melakukan pemindahbukuan, dan memperoleh informasi mengenai saldo rekening nasabah.

¹⁴ Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*, Kudus: Nora media Enterprise, 2010, hlm.113-114

Penggunaan uang sebagai sarana pembayaran sudah dikenal luas dan merupakan kebutuhan pokok hampir di setiap kegiatan masyarakat. Namun dalam perjalanannya penggunaan uang mengalami berbagai hambatan tertentu. Jika penggunaan dalam jumlah besar hambatannya adalah risiko membawa uang tunai sangat besar. Risiko yang timbul dan harus dihadapi adalah seperti risiko kehilangan, pemalsuan, atau terkena perampokan. Akibatnya kegiatan penggunaan uang tunai sebagai alat pembayaran mulai berkurang penggunaannya. *Automatic Teller Machine* (ATM) adalah salah satu bentuk produk perbankan hasil teknologi (komputer) dalam upaya peningkatan pelayanan bank kepada nasabah. ATM mampu menggantikan fungsi uang sebagai alat pembayaran. Penggunaan ATM dirasakan lebih aman dan praktis untuk segala keperluan. Jikalau tadinya nasabah dilayani oleh petugas bank di kantor bank yang bersangkutan bila hendak bertransaksi, dengan ATM nasabah tetap dapat melakukan kegiatan keuangan rutin tersebut tanpa harus pergi ke kantor yang bersangkutan. Melalui ATM nasabah dapat melakukan penarikan tunai, penyetoran, pemindahan buku antar rekening, melihat informasi saldo, dan menukarkan cek setiap saat selama 24 jam sehari dan 7 hari dalam seminggu dan pada waktu libur, ATM diberikan pada konsumen (nasabah) untuk melakukan pembayaran di berbagai tempat seperti, hotel, restoran, tempat hiburan, supermarket dan tempat-tempat lainnya.¹⁵

c. *Phone Banking*

Fasilitas yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi via telepon. Layanan *Phone Banking* ini menawarkan kemudahan untuk bertransaksi perbankan apapun selama 24 jam darimanapun, hanya dengan menghubungi *call center*.

¹⁵ Tami Rusli, *Perlindungan Hukum Konsumen (Nasabah) Elektronik Banking Melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM)*, Vol. 5, No. 2, 2010, hlm 68.

d. *SMS Banking*

SMS Banking merupakan salah satu kategori layanan yang terdapat dilayanan mobile banking.

SMS Banking memiliki tiga fungsi dalam melakukan transaksi keuangan, yaitu:

- 1) Menyimpan nilai kedalam akun yang dapat diakses melalui telepon genggam.
- 2) Melakukan konversi uang masuk dan keluar pada pemilik akun.
- 3) Melakukan transfer antar akun.

Berdasarkan fungsi-fungsi tersebut, transaksi dapat dilakukan dengan lebih mudah dan efisien dari segi waktu, jarak, dan kecepatan.¹⁶

D. Kebutuhan Masyarakat

Berbeda dengan keinginan, kebutuhan lahir dari suatu pemikiran atau identifikasi secara objektif atas berbagai sarana yang diperlukan untuk mendapatkan suatu manfaat bagi kehidupan. Kebutuhan dituntun oleh rasionalitas normatif dan positif serta sejalan dengan rasionalitas ajaran Islam.

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut dapat menyebabkan martabat manusia meningkat. Semua yang ada di dunia ini adalah untuk manusia, namun manusia diperintahkan untuk yang halal dan baik saja secara wajar dan tidak berlebihan. Dengan kata lain, pemenuhan kebutuhan dan keinginan tetap dibolehkan selama hal itu mampu menambah masalah atau tidak mendatangkan madarat.¹⁷

Menurut teori Maslow, kebutuhan rasa aman (Safety Needs) adalah kebutuhan manusia dari gangguan kriminalitas, sehingga ia bisa hidup dengan aman dan nyaman ketika berada dirumah maupun ketika bepergian.

¹⁶ Mohammad Ridwan, et.al. *Implementasi ISO 8583 Untuk Billing Online Mahasiswa Universitas Diponegoro Melalui Channel SMS Banking Bank Rakyat Indonesia Berbasis AIX*. Journal of Informatics And Technology. Vol 2, No 4, 2013, hlm 4.

¹⁷ Anita Rahmawaty, *Ekonomi Mikro Islam*, Kudus: Nora Media Enterprise, 2011, hlm. 68-69

Keamanan secara fisik akan menyebabkan diperolehnya rasa aman secara psikis, karena konsumen tidak merasa waw-was dan khawatir serta terancam jiwanya dimana saja dia berada.¹⁸

Bila masyarakat menghendaki lebih banyak akan suatu barang atau jasa, maka hal ini akan tercermin pada kenaikan permintaan akan barang/jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun faktor keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar sesuatu barang berfungsi secara sempurna. Sebagai misal, genting dan pintu-jendela merupakan kebutuhan suatu rumah tinggal. Demikian pula, kebutuhan manusia adalah segala sesuatu yang diperlukan agar manusia berfungsi secara sempurna, berbeda dan lebih mulia daripada makhluk-makhluk lainnya.

Secara umum, pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan tambahan fisik, spiritual, intelektual, ataupun material, sedangkan pemenuhan keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis disamping manfaat lainnya. Jika suatu kebutuhan diinginkan oleh seseorang, maka pemenuhan kebutuhan tersebut akan melahirkan masalah sekaligus kepuasan, namun jika pemenuhan kebutuhan tidak dilandasi oleh keinginan, maka hanya akan memberikan manfaat semata. Dalam kasus, jika yang diinginkan bukan merupakan suatu kebutuhan, maka pemenuhan keinginan tersebut hanya memberika kepuasan saja.¹⁹

Sebagaimana firman Allah dalam Alquran surat Al-A'raf [7];31:

﴿يَبْنَى ءآءم خذوا زينتكم عند كل مسجدٍ واكلوا واشربوا ولا تسرفوا إنه

لا تحب المسرفين﴾

Artinya: “Makan dan minumlah, dan jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”²⁰

¹⁸ Ekawati Rahayu Ningsih, OpCit hlm. 33

¹⁹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2013, hlm. 130

²⁰ Departemen Agama R.I, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Diponegoro, Bandung, 2006, hlm.291

Sebagaimana keinginan, kebutuhan adalah konsep nilai. Jika keinginan ditentukan oleh konsep utility, maka kebutuhan dalam perspektif islam ditentukan oleh konsep mashlahah. Tujuan syariah adalah kesejahteraan umat manusia (mashlahat al-'ibad). Oleh karenanya, semua barang dan jasa yang mempengaruhi mashlahaha (kesejahteraan) dapat disebut kebutuhan manusia.²¹

Kebutuhan yang dirasakan konsumen (feld need) bisa dimunculkan dari faktor diri konsumen sendiri (fisiologis), misalnya rasa lapar dan haus, atau bisa juga dimunculkan dari faktor luar diri konsumen, misalnya aroma yang datang dari restoran sehingga terangsang ingin makan. Termasuk juga tayangan iklan di televisi atau media komunikasi pemasaran lainnya bisa membangkitkan kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Yang kedua adalah kebutuhan *ekspresiv* atau *hedonic* yaitu kebutuhan yang bersifat psikologis seperti rasa puas, gengsi, emosi dan perasaan subjektif lainnya. Kebutuhan ini sering kali muncul untuk tuntutan formal, sosial dan estetika berdasarkan budaya tertentu dari lingkungannya.

Dilihat dari macam kebutuhan konsumen ada yang termasuk kebutuhan primer, dan ada juga yang termasuk kebutuhan sekunder atau biasa disebut "motif". Kebutuhan sekunder atau kebutuhan yang diciptakan (acquired needs) adalah kebutuhan yang muncul sebagai reaksi konsumen terhadap lingkungan dan budayanya. Kebutuhan tersebut biasanya bersifat psikologis karena berasal dari sikap subjektif konsumen dan dari lingkungan konsumen.

Kebutuhan yang dirasakan (felt needs) konsumen, sering kali dibedakan berdasarkan manfaat yang diharapkan dari pembelian dan penggunaan produk. Pertama adalah kebutuhan utilitarian, yang mendorong konsumen melakukan pembelian terhadap produk karena adanya manfaat fungsional dan karakteristik obyektif dari produk tersebut. Kedua, kebutuhan ekspresiv atau hedonik, yaitu kebutuhan yang bersifat psikologis seperti rasa puas,

²¹ M. Fahim Khan, *Esai-esai Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014, hlm.

gengsi, emosi, dan perasaan subjektif lainnya. Kebutuhan ini seringkali muncul untuk memenuhi tuntutan sosial dan estetika.²²

E. Hasil Penelitian Terdahulu

Jurnal yang disusun oleh Nasser Atorf, Agus Ssugiono, dkk, jurnal Manajemen Teknologi, Vol.1, juni 2002, yang berjudul “Internet Banking di Indonesia”. Dapat disimpulkan bahwa perkembangan internet banking di Indonesia dapat meningkat pesat sejalan dengan perkembangan teknologi, permintaan pasar, letak geografis dan jumlah penduduk. Penataan operasi internet banking diperlukan untuk menghindari permasalahan dimasa mendatang serta memadahkan pengawasan yang dilakukan oleh Bank Indonesia. Pada saat ini secara khusus pengaturan untuk internet banking belum ada di Indonesia, maka perlu disusun standar minimal bagi bank-bank dalam melakukan jasa pelayanan menggunakan internet. Pengaturan yang diperlukan berkaitan dengan perijinan maupun standar operasi pelayanan nasabah dengan menggunakan jasa internet. perijinan akan menyangkut kriteria bank untuk diberi ijin serta produk-produk apa yang dapat dilayani melalui internet. Perlu diatur mengenai bentuk produk dan layanan internet banking yang dapat ditawarkan bank. Standar operasi akan meliputi masalah teknologi sistem informasi, standar-prosedur, kontrol internal, legal dan risk management operasi internet banking. Pengaturan dilakukan sedemikian rupa sehingga diharapkan agar bank-bank tetap menerapkan prinsip prudential banking operation, manajemen resiko dan perlindungan nasabah. Untuk internet Only Banking, pendiriannya di Indonesia belum dimungkinkan.²³

Jurnal yang disusun oleh Irvan Verdiansyah dan Putu Wuri Handayani, Journal Of Information System, Volume 7, Nomor 1, April 2011, yang berjudul “Penentuan CSF Pada Website Internet Banking Ditinjau Dari Aspek Kebutuhan Penggunaan Sebagai Nasabah Individual Dengan Studi Kasus BCA, Bank Mandiri, Dan BNI”. Dapat disimpulkan bahwa faktor

²² Ekawati Rahayu Ningsih, Loc.Cit hlm. 62

²³ Nasser Atorf, Agus Sugiarto, et.al., Internet Banking di Indonesia, Jurnal Manajemen Teknologi, Vol. 1, Juni 2002

kesuksesan layanan-layanan internet banking meliputi dimensi-dimensi layanan perbankan yaitu informasi rekening, transfer dana, pembayaran dan pembelian, informasi dan operasi pinjaman dan kredit, download informasi rekening, fitur customer service, personalisasi serta produk lain. Sedangkan faktor desain meliputi dimensi-dimensi butiran desain yaitu membuat pengguna merasa aman, navigasi mudah, visibilitas status sistem, feedback mudah dipahami, kemudahan mengontrol aktivitas, pencegahan dan penanganan error. Berdasarkan evaluasi website internet banking, implementasi dimensi-dimensi criterial success factors kelengkapan layanan-layanan internet banking dan desain antarmuka website telah baik diimplementasikan pada masing-masing website. Jenis nasabah baik dipandang dari segi pendidikan, maupun sebagai pengguna layanan internet banking, memiliki karakteristik tersendiri dalam melakukan transaksi perbankan. Dengan demikian analisis data survey responden perlu mempertimbangkan karakteristik tersebut.²⁴

jurnal yang disusun oleh Mieke Suharini, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Volume 15, Nomor 3, September-Desember 2008, yang berjudul "Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk dan Jasa E-Banking. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa menurut mayoritas nasabah kemudahan untuk memperoleh informasi tentang produk-produk E-Banking Bank Mandiri biasa-biasa saja. Artinya untuk memperoleh informasi tersebut tidaklah terlalu sulit, tetapi juga tidak terlalu mudah. Namun, nasabah yang menyatakan hal tersebut tidak terlalu sulit lebih banyak jumlahnya dari pada yang menganggap sulit untuk memperoleh informasi dari bank. Perhatian merupakan suatu proses aktif dan dinamis, nasabah dengan sengaja akan mencari stimulus tertentu dan mengarahkan perhatian terhadap sesuatu. Tingginya sikap positif nasabah terhadap pemfokusan informasi ini tidak terlepas dari tahap penerimaan informasi yang kurang maksimal mengenai produk-produk Bank Mandiri. Akibatnya kurang

²⁴ Irvan Verdiansyah dan Putu Wuri Handayani, Penentuan CSF Pada Website Internet Banking Ditinjau Dari Aspek Kebutuhan Penggunaan Sebagai Nasabah Individual Dengan Studi Kasus BCA, Bank Mandiri, Dan BNI, Journal Of Information System, Vol. 7, 2011

maksimalnya informasi yang diterima menyebabkan nasabah secara aktif dan dinamis mencari dan memilih informasi sesuai dengan kebutuhan nasabah secara mandiri.²⁵

Jurnal yang disusun oleh Ni Putu Rita Arini Indriawati, Jurnal Vol. 5, Nomor 1, Tahun 2015, yang berjudul “Kepuasan Pengguna E-Banking Oleh Mahasiswa universitas Pendidikan Ganesha Sebagai Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO), TBK Kantor Cabang Singaraja”. Dapat disimpulkan bahwa layanan e-Banking yang paling sering digunakan oleh nasabah adalah penarikan tunai. Hal ini ditunjukkan dengan adanya jawaban yang memilih menggunakan fitur layanan penarikan tunai yang mampu memberikan kemudahan bagi nasabah saat ingin mengambil dana di lokasi ATM di mana saja dan kapan saja. Dan kendala yang sering dialami nasabah dalam bertransaksi melalui layanan e-Banking adalah tidak adanya print out laporan/resi dalam penarikan secara otomatis karena print out laporan/resi didapatkan saat melakukan transaksi apabila nasabah melakukan cek saldo terlebih dahulu.²⁶

Jurnal yang disusun oleh Prapti Daliyanik, Jurnal Etikonomi Volume 12, Nomor 2, Oktober 2013, yang berjudul “Hubungan E-Banking Dalam Meningkatkan Citra Produk Tabungan iB Plus dan Kartu BNI Syariah”. Dapat disimpulkan bahwa E-Banking memang diciptakan untuk memudahkan nasabah menikmati jasa-jasa layanan bank. Adapun operasional transaksi e-banking dilakukan dengan cara mengaktifkan terlebih dahulu rekening yang dimiliki nasabah, setelah itu pengguna fasilitas ini berhak melakukan transaksi melalui e-banking. Besarnya hubungan variabel persepsi nasabah terhadap variabel peningkatan citra produk iB Plus dan BNI Syariah Card adalah 58%. Hal ini berarti bahwa hubungan antara hubungan variabel persepsi nasabah terhadap variabel peningkatan citra produk iB Plus dan BNI

²⁵ Mieke Suharini, Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk dan Jasa E-Banking, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Vol. 15, 2008

²⁶ Ni Putu Rita Arini Indriawati, Kepuasan Pengguna E-Banking Oleh Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha Sebagai Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) TBK Kantor Cabang Singaraja, Vol. 5, 2015

Syariah Card adalah berkurang sedang. Hasil olah data menunjukkan bahwasanya penggunaan layanan e-banking, rata-rata berkisar dari umur 20-30 tahun yang memiliki pekerjaan pegawai swasta, serta berpenghasilan 2 juta hingga 4 juta perbulan, kemudian kebanyakan dari mereka memiliki pendidikan terakhir diperguruan tinggi yang rata-ratanya lebih memilih menggunakan layanan SMS Banking ketimbang menggunakan layanan e-banking lainnya seperti internet banking, mobile banking, dan phone plus. Dan hasil data menunjukkan bahwasanya persepsi nasabah mengenai layanan e-banking tabungan iB Plus dan BNI Syariah Card sejauh ini lebih baik dan positif.²⁷

F. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir disini adalah landasan teori yang dijadikan pegangan untuk menyelesaikan atau memecahkan permasalahan dan untuk mencari jawaban yang mendekati kebenaran.

Dalam permasalahan ini akan ditelusuri hal-hal yang berkaitan dengan E-Banking Bank BNI Syariah Kudus, dengan menjelaskan apa yang menjadi kebutuhan masyarakat dari layanan E-Banking, mengetahui respon Bank terhadap kebutuhan nasabah terkait dengan layanan E-Banking dan untuk mengetahui bagaimana implementasi E-Banking yang dilakukan oleh bank dalam merespon kebutuhan nasabah.

Perbankan elektronik atau E-Banking yang juga dikenal dengan istilah internet banking ini dapat didefinisikan sebagai jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui elektronik, saluran komunikasi interaktif E-Banking meliputi sistem yang memungkinkan nasabah bank, baik individu maupun bisnis, untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau publik, termasuk internet. Dari waktu ke waktu, makin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa internet banking yang diatur melalui Peraturan

²⁷ Prapti Dalinyak, Hubungan E-Banking Dalam Meningkatkan Citra Produk Tabungan iB Plus Dan Kartu BNI Syariah, Jurnal Ekonomi, Vol. 2, 2013

Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 tahun 2007 tentang penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum.

Adanya E-Banking ini adalah hasil dari perkembangan teknologi informasi yang dimanfaatkan oleh bank untuk menjawab kebutuhan nasabah yang menginginkan service cepat, aman, memiliki fitur yang lengkap, murah dan tersedia setiap saat (24 jam) dan dapat diaksesdimana saja baik itu dari Hp, Komputer, laptop, PDA, dan sebagainya.

Bila masyarakat menghendaki lebih banyak akan suatu barang atau jasa, maka hal ini akan tercermin pada kenaikan permintaan akan barang/jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun faktor keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar sesuatu barang berfungsi secara sempurna.

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

