

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan publik yang kian meningkat mempengaruhi peningkatan kegiatan ekonomi yang ditandai dengan peningkatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Hal ini juga mendorong peningkatan terhadap bidang finansial yaitu ketersediaan lembaga keuangan sebagai salah satu faktor pendorong bidang perekonomian. Secara tradisional, uang dapat disimpan pada celengan, di bawah tempat tidur, atau di dalam lemari. Akan tetapi, sejalan dengan perubahan waktu masyarakat mengetahui lembaga keuangan dan perbankan.¹

Dalam UU RI no. 10 Tahun 1998 tanggal 10 tahun 1998 tentang perbankan, yang diartikan bahwa bank ialah “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit atau bentukbentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.² Adapun definisi Bank Syariah yaitu bank yang melaksanakan usaha bisnisnya berdasarkan aturan syariah Islam, dengan istilah lain yaitu bank yang sistem praktik kerjanya berlandaskan pada aturan-aturang yang sudah ditetapkan dalam Al-Qur’an dan hadist.³

Sejak berdirinya, bank syariah bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan dan fasilitas terbaik kepada nasabahnya. Pada awal berdirinya dan sampai saat ini masih banyak nasabah bank syariah yang melakukan bentuk transaksi perbankan secara manual. Hal ini terlihat dari banyaknya antrian nasabah yang terjadi di industri perbankan. Tetapi kini lembaga perbankan syariah khususnya mulai menciptakan inovasi untuk memberikan

¹ Ainul Yaqin and Aniek Maschudah Ilfitriah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking Di Surabaya,” *Journal of Business and Banking* 4, no. 2 (2015): 245, <https://doi.org/10.14414/jbb.v4i2.375>.

² Agus Marimin and Abdul Haris Romdhoni, “Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 1, no. 02 (2017): 75–87, <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>.

³ Moh. Ali Wafa, “Hukum Perbankan Dalam Sistem Operasional Bank Konvensional Dan Bank Syariah,” *Kordinat: Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam* 16, no. 2 (2017): 257–70, <https://doi.org/10.15408/kordinat.v16i2.6441>.

kemudahan kepada nasabahnya. fakta ini dapat diketahui dari usaha terbentuknya bank syariah yang kontributif dan memadai. Oleh karena itu, diperlukan dorongan semua bagian, khususnya dari praktisi bidang usaha bank syariah maupun pemangku kepentingan lainnya. Supaya para praktisi usaha bank perbankan dapat merealisasikan bisnisnya dengan sehat. Sehingga mereka harus dipersiapkan dengan keterampilan (*skill*), pengetahuan (*knowledge*), dan sikap (*attitude*) yang proporsional serta disesuaikan dengan tugas dan tanggung jawab yang harus dijalankan.⁴

Sektor perbankan menjadi sangat kompetitif pada saat menjalankan layanan transaksi. Hal ini dapat diketahui dari ketersediannya teknologi informasi (TI) yang saat ini sudah banyak dimanfaatkan pada lingkungan yang kompetitif supaya dapat memberikan layanan perbankan yang baik kepada nasabah. Apalagi, kini sudah ada teknologi sistem informasi yang mengubah proses penggunaan layanan bank yang dimanfaatkan untuk menjalin hubungan dengan masyarakat pada saat memberikan layanan kepada nasabah sehingga mengalami peningkatan pada sistem informasi yang disediakan oleh bank.⁵

Indonesia saat ini berada pada masa industri 4.0. Sebagian besar masyarakatnya memanfaatkan teknologi digital saat menjalankan aktivitas kesehariannya. Pengguna *smartphone* pada generasi milenial (18-34 tahun) mengalami kenaikan dari 39% pada tahun 2015 menjadi 66% pada tahun 2018. Sedangkan pengguna *smartphone* yang berusia lebih dari 50 tahun mengalami kenaikan dari 2% pada tahun 2015 menjadi 13% pada tahun 2018.⁶ Manfaat *smartphone* pada bidang usaha bisnis sebagai penyatuan teknologi digital yang berkembang saat ini dengan aplikasi bisnis. Salah satu aplikasi yang memberikan kemudahan akses informasi khususnya pada dunia bisnis perbankan yaitu berkembangnya *e-banking*. *E-banking* merupakan sebuah teknologi yang dikembangkan oleh lembaga perbankan untuk memberikan pelayanan yang dapat memudahkan nasabahnya.

⁴ Toto Sukarnoto, "Atribut Produk Syariah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah" 1 (2020): 1–25.

⁵ Yaqin and Ilfitriah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking Di Surabaya.", 246

⁶ Firdausia Kumala Sari, Novita Safitri, and Wahyu Anggraini, "Trust on Sharia M-Banking: Evidence on Milenials Generations," *Journal of Islamic Economic Scholar* 1, no. 1 (2019): 29–41.

Electronic banking atau *e-banking* adalah suatu kegiatan lembaga perbankan dengan menggunakan jaringan internet. *E-Banking* mengizinkan nasabahnya untuk menjalankan hampir seluruh jenis layanan perbankan dengan memanfaatkan jaringan internet, khususnya melalui website. Sehingga memungkinkan nasabah untuk menekan waktu dan tenaga lantaran transaksi dengan menggunakan *e-banking* sudah pasti terhindar dari antrian panjang di bank dan dapat diakses dimanapun, selama nasabah masih tersambung dengan sistem internet⁷. Layanan produk yang terdapat didalam *e-banking* yakni berupa ATM (*Automatic Teller Machine*), *internet banking*, *sms banking*, *phone banking* dan *mobile banking*.⁸

Langkah sejumlah bank dalam menggunakan layanan *e-banking* dirasa menjadi sebuah sikap yang sangat berani, mempertimbangkan pemerintah belum menerbitkan undang-undang yang menjadi menaungi hukum layanan online aplikasi *e-banking*. Pemerintah mulai menerbitkan undang-undang yang mengatur tentang transaksi elektronik melalui aplikasi *e-banking* dengan diterbitkannya Undang-Undang (UU) No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) setelah kurang lebih sembilan tahun *e-banking* dioperasikan, oleh beberapa bank.⁹

Layanan *e-banking* merupakan implementasi teknologi informasi yang dikembangkan dan digunakan dalam memuaskan kepentingan nasabah bank yang memerlukan layanan aman, nyaman murah, cepat dan siap setiap saat dan dapat dilakukan dimanapun dengan menggunakan komputer atau laptop maupun *smartphone*. Pada perkembangannya, *e-banking* dipertimbangkan menjadi sebuah langkah yang dapat menaikkan produktifitas, efektifitas dan efisiensi sehingga pendapatan mengalami

⁷ Rinda Hestikusumaningtyas, Elsy Rahajeng, "Persepsi Nasabah Akan Layanan ATM dan E-banking dengan Metode TAM," *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, Vol10 no.2 (2017): 89-102.

⁸ Muhammad Idris and Rully Trihantana, "Analisis Mutu Layanan Electronic Delivery Channel Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bni Syariah)," *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah* 2, no. 1 (2016): 160, <https://doi.org/10.30997/jn.v2i1.237>.

⁹ M Yusuf S Barusman, "Pemanfaatan E-Banking Dalam Industri Perbankan Ditinjau Dari Structure-Conduct- Performance Paradigm Di Indonesia the Use of E-Banking in Banking Industry Viewed From Structure-Conduct-Performance Paradigm in Indonesia," *Pemanfaatan E-Banking Dalam Industri* 1, no. 1 (2010): 1-20.

peningkatan dengan menggunakan sistem *marketing* yang jauh lebih efisien.¹⁰

Pada dasarnya penelitian ini diambil dari salah satu fenomena pada layanan *e-banking* yang merupakan sebuah terobosan baru perkembangan teknologi. Agar masyarakat dapat menyambut baik adanya layanan *e-banking* yang ditawarkan oleh pihak bank tersebut, maka diperlukan sejumlah parameter atau ukuran yang dapat mendorong nasabah untuk menerima layanan *e-banking*. Pada penelitian ini menggunakan parameter pengetahuan dan kepercayaan dalam menggunakan fasilitas *e-banking* tersebut.¹¹

Menurut Wang and Wang (2013) pada dasarnya penerimaan nasabah tentang layanan *e-banking* ini berbeda-beda sebab dipengaruhi oleh kredibilitas, kepercayaan serta persepsi resiko terhadap bank tersebut. Durkin dan Howcort (2003) juga mengemukakan bahwa tingkat pengetahuan dan kepercayaan dari nasabah terhadap sebuah informasi merupakan kiat keberhasilan dalam mengimplementasikan terobosan baru pada layanan jasa perbankan. Pada dasarnya teknologi merupakan sarana potensial yang memudahkan nasabah dalam menggunakan layanan jasa perbankan.¹²

Menurut Sathye (1999), pemanfaatan aplikasi *e-banking* menjadi sebuah pengalaman baru pada sebagian nasabah dan kurangnya pengetahuan yang dimiliki nasabah tentang *e-banking* menjadi alasan yang mengakibatkan nasabah tidak mempunyai keinginan untuk menggunakan *e-banking*. Howcroft et al. (2002) juga menyatakan bahwa kurangnya pengetahuan nasabah yang dimiliki nasabah tentang manfaat dan layanan dari *e-banking* menjadi faktor nasabah menentang untuk memanfaatkan layanan *e-*

¹⁰ D. indah, “Pengaruh E-Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BNI’46 Cabang Langsa,” *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam* 5, no. 2 (2016): 545–54.

¹¹ Pengaruh Persepsi et al., “MANFAAT , DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN INTERNET BANKING (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Umum Di Kota Banda Aceh)” 1, no. 2 (2016): 264–76.

¹² Mieke Suharini, “Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk Dan Jasa E-Banking,” *Jurnal Lmu Administrasi Dan Organisasi* Vol 15 Nom (2008): 168–77, 169

banking yang disediakan oleh bank.¹³ Akan tetapi hasil penelitian yang dilakukan oleh Arnold Arnando (2018) menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan online.¹⁴ Konsep pengetahuan pada penelitian ini yakni dimana nasabah mengenal dan menginterpretasikan secara baik kegiatan atau transaksi yang dilakukan ketika menggunakan *e-banking*. Apabila nasabah mengetahui dan memahami fasilitas *e-banking* serta semua manfaat yang diberikan maka akan timbul keinginan dan minat dari nasabah tersebut untuk menggunakan layanan *e-banking*.

Menurut Suh dan Han (2002) Faktor kepercayaan nasabah terhadap minat penggunaan *e-banking* merupakan masalah utama dan menjadi faktor dari peningkatan layanan *e-banking*. Grazioli dan Jarvenpaa (2002) juga menyatakan bahwa menumbuhkan kepercayaan dalam diri nasabah sangat signifikan karena terdapat faktor resiko dan ketidakpastian yang esensial pada mekanisme fasilitas berbasis internet. Akan tetapi hasil yang berbeda dikemukakan dalam penelitian Kinanti (2013) yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat terhadap layanan online.¹⁵ Menurut Clarke (1997) *E-banking* mempunyai ketidakpastian yang besar mengingat para praktisi yang bersangkutan langsung pada bisnis yang memanfaatkan layanan *e-banking*, tidak dalam satu tempat yang sama. Hal ini menyebabkan nasabah tidak dapat memperhatikan karakter pihak perbankan secara transparan.¹⁶ Konsep kepercayaan pada penelitian ini adalah bahwa nasabah percaya saat menjalankan seluruh transaksi atau kegiatan yang diperlukan pada saat mengaplikasikan *e-banking*. apabila nasabah memiliki minat yang tinggi pada saat memanfaatkan *e-banking* dan memperoleh

¹³ Melitiana Tecuala, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Internet Banking Oleh Nasabah Bank Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis* Vol 11 No (2011)., 202

¹⁴ Arnold Arnando "Pengaruh Pengetahuan and Arnold Arnando, "Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Gadai Online," 2018.,4

¹⁵ Nasabah Bank et al., "BANKING YANG TERTERA PADA PERATURAN BANK INDONESIA NOMOR : 11 / 11 / PBI / 2009," 2009, 739–55.

¹⁶ Tecuala, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Internet Banking Oleh Nasabah Bank Di Indonesia.", 201

pengalaman yang baik dalam penggunaannya, tentu muncul kepercayaan dalam diri nasabah tentang *e-banking*.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian pada layanan jasa *e-banking* yang disediakan oleh Bank Jateng Syariah Kudus. Bank Jateng Syariah Kudus berperan serta dalam inovasi perbankan dengan cara mengambil perhatian nasabahnya serta digunakan menjawab keinginan dan keamanan nasabahnya. Usaha Unit Syariah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah (Bank Jateng Syariah) mengetahui bahwa perkembangan teknologi menjadi sebuah terobosan yang perlu untuk diikuti dan dikembangkan. Hal ini terlihat dari fasilitas *e-banking* yang ditawarkan seperti ATM dan *internet banking*.

Peresmian fasilitas *internet banking* syariah dilaksanakan bertepatan dengan *event* Jelajah Borobudur yang digelar di Magelang pada 30 Agustus 2020 yang lalu. Pada kesempatan yang sama, diluncurkan pula aplikasi Bima Market (Bimart). Rangkaian acara turut dihadiri oleh Gubernur Jateng Ganjar Pranowo. Direktur Utama Bank Jateng Supriyatno mengatakan bahwa adanya fasilitas layanan internet banking personal ini menjadi salah satu cara baru untuk menikmati fasilitas layanan jasa perbankan dengan menggunakan jaringan internet. Fasilitas *internet banking* Bank Jateng Syariah mengangkat tagline “Semua Jadi Mudah” yang dapat diakses dengan browser komputer ataupun *smartphone*. Layanan ini diharapkan mampu memudahkan nasabah untuk terhubung dengan Bank Jateng Syariah dimanapun dan kapanpun.¹⁷

Pemilihan penelitian ini didasarkan atas masih kurangnya pengetahuan dan kepercayaan nasabah pada layanan *e-banking* yang ditawarkan oleh pihak bank. Hal ini dibuktikan bahwa masih sedikitnya nasabah pengguna *e-banking* Bank Jateng Syariah Kudus. Maka dari itu peneliti menjadikan nasabah pengguna *e-banking* khususnya *internet banking* sebagai populasi pada penelitian ini. Karena nasabah yang menentukan alasan mereka dalam menggunakan layanan *e-banking* yang disediakan Bank Jateng Syariah Kudus. Dari hal tersebut maka peneliti tertarik dan selanjutnya dituangkan pada sebuah skripsi dengan judul : Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-banking* Nasabah Bank Jateng Syariah Kudus

¹⁷ Farodillah Muqqodam, “Bank Jateng Syariah Luncurkan Internet Banking,” Semarang.Bisnis.com, n.d., diakses pada 4 Maret 2020, 11:08

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang dijelaskan, maka dapat dirumuskan suatu masalah sebagai berikut :

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-banking* nasabah Bank Jateng Syariah Kudus?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-banking* nasabah Bank Jateng Syariah Kudus?
3. Apakah pengetahuan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-banking* nasabah Bank Jateng Syariah Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui, memahami dan menganalisis:

1. Pengaruh pengetahuan terhadap minat penggunaan *e-banking* nasabah Bank Jateng Syariah Kudus
2. Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-banking* nasabah Bank Jateng Syariah Kudus
3. Pengaruh pengetahuan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-banking* nasabah Bank Jateng Syariah Kudus

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoristis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberi data atau input dalam meningkatkan ilmu pengetahuan yang spesifik dan berkaitan pada aspek perbankan
- b. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi orientasi dan strategi untuk perbankan dalam mencipatkan layanan jasa untuk meningkatkan kepercayaan nasabah yang digunakan untuk menjaga loyalitas nasabah

2. Manfaat Praktis

- a. Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan mampu memperluas pengetahuan nasabah dan perbankan tentang pentingnya pengetahuan dan kepercayaan penggunaan *e-banking* terhadap minat penggunaan *e-banking* bagi nasabah
- b. Diharapkan mampu mendukung perbankan dalam memperluas dan menambah layanan sistem *e-banking* yang lebih baik lagi

E. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh penelitian yang sistematis dalam penelitian ini, sehingga dibutuhkan adanya sebuah uraian secara ringkas mengenai bagaimana sistematika penulisan yang telah dipaparkan supaya sejalan dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan. Adapun sistematika penulisan yang akan dijelaskan pada penelitian dengan judul “ Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-Banking* Nasabah Bank Jateng Syariah Kudus” yakni sebagai berikut:

Bagian awal terdiri atas Halaman Judul, Pengesahan Majelis Penguji Ujian Munaqosyah, Pernyataan Keaslian Skripsi Abstrak, Moto, Persembahan, Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel

Bagian utama terdiri dari Bab I Pendahuluan meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan penelitian.

BAB II Landasan Teori meliputi deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis

BAB III Metodologi Penelitian, meliputi jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel identifikasi variabel, desain d variabel operasional, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data

BAB IV meliputi hasil analisis dari penelitian yang dilakukan. Pada penelitian ini disajikan hasil analisis penelitian, analisis data (uji validitas, uji reliabilitas, uji pra syarat dan uji hipotesis) dan pembahasan (komparasi A2 dengan teori /penelitian lain) yang dilakukan mengenai Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-Banking* Nasabah Bank Jateng Syariah Kudus.

BAB V pada penelitian ini yang mencakup bagian penutup. Dalam bagian penutup ini mencakup dua bagian yakni kesimpulan dan saran pada penelitian berikutnya.

Bagian Akhir terdiri atas daftar pustaka, lampiran-lampiran (hasil olah data analisis statistik), daftar riwayat hidup