

# Pemanfaatan Layanan *E-Banking* oleh Nasabah Perbankan Syariah: Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Kepanjen

*Utilization of E-Banking Services by Islamic Banking Customers: A Study at Bank Syariah Mandiri KCP Kepanjen*

Prayogi Restia Saputra, Tri Wahyuningtyas

## ABSTRACT

Islamic banking is a growing banking system in Indonesia. Thus, various studies on Islamic banks are needed as support for academic studies for Islamic banking. One of the interesting topics is the habit of Islamic bank customers in using information technology-based facilities or what is called *e-Banking*. This study aims to examine the use of *e-Banking* facilities by customers at Bank Syariah Mandiri KCP Kepanjen. The purpose of this study was to determine the utilization of *e-Banking* services by customers of Bank Syariah Mandiri KCP Kepanjen. This research uses the descriptive qualitative method. Primary data sources are obtained from measured interviews with 27 customers who come to the bank office. This study found that *e-Banking* services were not used optimally by customers. The reason is the age factor, the intensity factor of the use of banking services, and the customer's place of residence.

**Keywords:** *e-Banking*, Islamic banking, Bank Syariah Mandiri

## ABSTRAK

Perbankan Syariah merupakan sistem perbankan yang sedang tumbuh di Indonesia. Maka, berbagai kajian tentang bank Syariah sangat dibutuhkan sebagai dukungan kajian akademik bagi perbankan syariah. Salah satu topik yang menarik adalah kebiasaan nasabah bank syariah dalam menggunakan fasilitas berbasis teknologi informasi atau yang disebut *e-Banking*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penggunaan fasilitas *e-Banking* oleh nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Kepanjen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan dari layanan *e-Banking* oleh nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Kepanjen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sumber data primer didapatkan dari wawancara terukur terhadap 27 nasabah yang datang ke kantor bank. Penelitian ini menemukan bahwa layanan *e-Banking* kurang digunakan secara maksimal oleh nasabah. Penyebabnya adalah faktor usia, faktor intensitas penggunaan layanan perbankan, serta tempat tinggal nasabah.

**Kata Kunci:** *e-Banking*, bank syariah, Bank Syariah Mandiri



**JIHBIZ**  
Jurnal Ekonomi,  
Keuangan dan  
Perbankan Syariah  
P-ISSN 1238-1235

Vol. 4 No. 1 2020  
Page 93-104

### Published by:

Program Studi Ekonomi Syariah dan  
Program Studi Perbankan Syariah  
Universitas Islam Raden Rahmat,  
Malang, Indonesia

### Website:

<http://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/jihbiz/>

### Article's DOI:

<https://doi.org/10.33379/jihbiz.v4i1.853>



### Author(s):

**Prayogi Restia Saputra**

Fakultas Ilmu Keislaman,  
Universitas Islam Raden Rahmat Malang,  
Indonesia

Email: prayogirsaputra@uniramalang.ac.id

**Tri Wahyuningtyas**

Fakultas Ilmu Keislaman,  
Universitas Islam Raden Rahma, Malang,  
Indonesia

Email: triwahyuningtyas@gmail.com

### Correspondence:

prayogirsaputra@uniramalang.ac.id

### Article Type:

Research Paper

## 1. Pendahuluan

Indonesia adalah negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Menurut data yang dipublikasikan situs resmi pemerintah Indonesia, Dari 270 juta lebih penduduk, hampir 87,5% beragama Islam. Ini merupakan potensi pasar yang menjanjikan bagi pertumbuhan industri keuangan. Utamanya, industri keuangan syariah. Hal ini dibuktikan oleh data yang dipublikasikan oleh *Islamic Finance Development Indicator* (IFDI) yang menyebutkan bahwa pada tahun 2020, Indonesia menempati peringkat ke dua dalam pengembangan industri keuangan syariah di bawah Malaysia.

Salah satu wujud dari perkembangan ekonomi syariah di Indonesia adalah berkembangnya perbankan yang beroperasi dengan prinsip syariah. Perbankan syariah di Indonesia dari tahun ke tahun menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Pada tahun 1992, Bank Syariah pertama berdiri. Namun, pada periode 1999-2010, banyak berdiri bank syariah baru. Baik sebagai bank umum yang berdiri sendiri, unit usaha syariah, maupun jendela syariah. Hal ini menandakan bahwa masyarakat Indonesia menerima sistem yang ditawarkan oleh perbankan syariah.

Karena itu, dibutuhkan layanan perbankan syariah yang mumpuni yang diharapkan menjadi salah satu mesin yang mendorong pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia. Oleh karena itu, perbankan syariah harus terus mengembangkan pelayanan dan kompetensi usaha yang sejajar dengan sistem perbankan konvensional.

Perbankan syariah di Indonesia harus meningkatkan kompetisi usaha dengan memprioritaskan pengembangan sistem pelayanan di bidang teknologi informasi. Teknologi informasi telah menjadi komponen yang sangat penting bagi keberhasilan bisnis dan organisasi. Pesatnya kemajuan teknologi komunikasi, media, dan informatika, serta meluasnya perkembangan infrastruktur informasi global telah mengubah pola dan cara kegiatan bisnis yang dilaksanakan di industri Perbankan Syariah.

Dewasa ini, salah satu isu yang sangat penting di kalangan perbankan adalah menjaga nasabah yang telah ada di tengah tuntutan kebutuhan yang semakin beragam. Baik itu dalam konteks produk maupun pelayanan. Hal ini harus disiasati melalui beragam pelayanan yang didukung oleh teknologi informasi yang mumpuni. Sejak diperkenalkan, teknologi informasi menunjang keberhasilan operasional lembaga keuangan atau perbankan. Dalam hal ini, sudah pasti diperlukan sistem informasi yang dapat diakses dengan mudah oleh nasabah. Oleh karena itu, perbankan syariah di Indonesia juga meluncurkan inovasi pelayanan berupa *Electronic Banking* atau sering disebut dengan *e-Banking*.

*E-Banking* atau disebut merupakan suatu aktivitas yang melakukan transaksi, pembayaran dan transaksi lain dengan menggunakan internet dengan *website* bank yang sudah diberi sistem keamanan. Pengertian lain dari *e-Banking* adalah salah satu sektor yang terpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi perbankan, pemakaian teknologi informasi dan komunikasi pada sektor perbankan nasional tampak lebih maju daripada sektor lainnya.

Perbankan syariah dituntut pasar mengoperasikan *e-Banking* untuk mempermudah nasabahnya dalam bertransaksi. Dalam hal ini, nasabah tidak dibingungkan dengan proses layanan yang

dapat menghambat aktivitas mereka. Antara lain: antre, datang langsung ke kantor Bank saat melakukan transaksi dan lain sebagainya. Dengan adanya *e-Banking* nasabah bisa bertransaksi langsung, di mana pun dan kapan pun tanpa harus datang langsung ke Bank.

Perkembangan perbankan syariah dan sistem pelayanan menggunakan *e-Banking* harus tetap berjalan, karena perilaku nasabah yang saat ini banyak mengedepankan aspek kemudahan, *fleksibilitas* dan *efisiensi* dalam bertransaksi. Perkembangan teknologi informasi yang pesat ini hampir mempengaruhi seluruh aspek kehidupan dan kegiatan manusia.

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kapanjen adalah Bank yang menyadari bahwa masyarakat atau nasabahnya menghendaki layanan yang adil dan modern. Maka, Bank Syariah Mandiri KCP Kapanjen juga mengoperasikan layanan *e-Banking* untuk nasabahnya. Hal ini dilakukan untuk menunjang kemudahan transaksi di Bank Syariah Mandiri KCP Kapanjen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pemanfaatan Layanan *e-Banking* oleh Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Kapanjen”.

## 2. Kajian Pustaka

### 2.1 *E-Banking*

Menurut Ankras (2012), *e-Banking* datang dalam bentuk *internet banking*, telepon perbankan dan penggunaan saluran pengiriman elektronik lainnya. Penggunaan kebutuhan *e-Banking* saat ini kompetitif agi setiap bank menghadapi persaingan yang ketat (Gan, 2006). Ibrahim (2006) mengatakan bahwa *e-Banking* mengandung banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap bank, seperti: keandalan *e-channel*, keakuratan informasi dan aksesibilitas saluran; ini adalah semua dimensi penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Ibrahim, 2006). Ikhtiar untuk kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, *e-Banking* juga harus berisi fitur-fitur seperti kecepatan dalam melakukan transaksi, karena waktu merupakan hal yang penting di era teknologi saat ini (Al-Hawari, 2011).

*E-Banking* dimungkinkan melalui koneksi elektronik antara bank dan nasabah untuk mempersiapkan, mengelola dan mengendalikan transaksi keuangan (Anouze Dkk, 2019). Dengan kemajuan teknologi saat ini, bank mendapat manfaat dari dimensi *e-Banking* baru, yang menunjukkan berbagai fungsi dan layanan bagi pelanggan. Javed (2005) berpendapat bahwa *internet banking* memiliki dampak yang besar terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah perbankan. Akhirnya, kemudahan dalam fungsionalitas dan penggunaan saluran *e-Banking* memainkan peran penting berperan dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan menarik lebih banyak pelanggan (Collier, 2012).

### 2.2 Bank Syariah

Bank syariah adalah bank komersial, yang cenderung mematuhi perintah agama Islam (Noman, 2003). Tidak seperti aturan keuangan konvensional, aturan Islam mendorong pembagian risiko dan keuntungan dalam bidang kegiatan keuangan, sebagai prinsip penting dari bunga. Perbankan bebas bunga yang menerapkan bagi hasil/rugi (Metwally, 1997). Selain itu, melarang bunga atau riba, perjudian dan *gharar* (pengambilan risiko yang tidak semestinya), keterlibatan dalam perdagangan barang-barang tersebut dan layanan yang melanggar hukum itu sendiri (El-

Gamal, 2001). Sektor perbankan syariah terbukti memiliki potensi sebagai pengganti vital yang kompetitif dan lebih baik dari perbankan konvensional di banyak negara di dunia.

Krisis keuangan global baru-baru ini tidak hanya menimbulkan keraguan pada berfungsinya perbankan konvensional tetapi juga meningkatkan perhatian dibayarkan ke perbankan syariah; beberapa pengamat telah menunjukkan kinerjanya yang unggul selama krisis (Dridi, 2010). Namun, dikatakan bahwa tantangan utama yang dihadapi bank syariah adalah menentukan bagaimana melibatkan nasabah yang menggunakan produk perbankan konvensional (Garas, 2007).

### 3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada falsafah *pospositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah di mana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), dan hasil penelitian lebih menekankan pada makna (Arikunto, 1998). Penelitian adalah terjemahan dari bahasa Inggris *research* yang berarti usaha atau pekerjaan untuk mencari kembali yang dilakukan dengan suatu metode tertentu dan dengan cara hati-hati, sistematis serta sempurna terhadap permasalahan sehingga dapat digunakan untuk menyelesaikan atau menjawab problemnya (Subagyo, 2004).

#### 3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang dan perilaku yang diamati oleh peneliti. Penelitian hakikatnya merupakan kegiatan ilmiah untuk memperoleh pengetahuan yang benar tentang suatu masalah. Pengetahuan yang diperoleh berupa fakta-fakta, konsep, generalisasi, dan teori yang memungkinkan manusia dapat fenomena dan memecahkan masalah yang dihadapi.

Ruang lingkup penelitian dimaksud adalah untuk memberi kerangka acuan yang menggambarkan isi dari penelitian untuk menghindari ketidaksesuaian dan perluasan masalah dalam pembahasan skripsi ini sekaligus mempermudah pemahaman, maka batasan masalah dalam ruang lingkup penelitian dan pembahasannya adalah sebagai berikut:

##### 3.1.1 Subyek

Subjek di sini yang dimaksud adalah tempat penelitian ini dilakukan. Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Mandiri Kepanjen.

##### 3.1.2 Obyek

Objek penelitian adalah variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Objek di dalam penelitian ini yaitu membahas tentang pendapat nasabah Bank Syariah Mandiri Kepanjen tentang pemanfaatan *e-Banking*.

#### 3.2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

### 3.2.1 Pengumpulan Data Primer

Data primer didapatkan melalui wawancara di lapangan dengan partisipan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Kapanjen yang datang ke kantor. Wawancara dilakukan di Bank Syariah Mandiri Cabang Kapanjen dalam 2 hari.

### 3.2.2 Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder didapatkan dari buku, artikel di jurnal, media massa, dan sumber-sumber pendukung dari internet.

## 3.3 Metode Analisis Data

Data yang terkumpul dalam penelitian ini akan diukur kelayakannya. Peneliti menilai kelayakan data berdasarkan fakta-fakta terpercaya. Pemilihan data pun dilandaskan pada asumsi peneliti, predisposisi, dan pengaruh situasi sosial. Kemudian, dilakukan validasi dengan Triangulasi. Langkah berikutnya adalah mengevaluasi fakta yang tidak sesuai. Para peneliti secara aktif mencari bukti yang tidak sesuai dalam penentuan pola. Kemudian menyusun dan menyortir kategori pola. Peneliti menyusun kembali kategori-kategori berdasarkan urutan kejadian kemudian menyortir kategori yang tidak diperlukan. Setelah dibentuk representasi visual peneliti kemudian melakukan analisis silang logis. Ditampilkan dalam format matriks, setiap kategori diujicoba-silangkan agar diketahui kelayakannya dalam penentuan pola.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini, terdapat 27 informan di Bank Syariah Mandiri KCP Kapanjen yang akan di analisis datanya. Data yang diperoleh yaitu berupa nama, usia, pengguna layanan *e-Banking* dan bukan pengguna layanan *e-Banking*, pekerjaan, intensitas penggunaannya dan pemanfaatan layanan *e-Banking*. Adapun, dari wawancara yang dilakukan diperoleh data seperti ditampilkan dalam tabel 1 di bawah ini:

**Tabel 1 Data Profil Informan**

No.	Nama	Usia	Pengguna/ Bukan Pengguna layanan <i>e-Banking</i>	Pekerjaan	Intensitas	Pemanfaatan
1.	Mudaiyah	70	Bukan	PNS		
2.	Hery	60	Bukan	PNS		
3.	Roni	21	Pengguna	Mahasiswa	2 minggu sekali	Pembayaran listrik, cek saldo, transfer
4.	Sutarti	63	Pengguna	PNS	Sewaktu-waktu membutuhkan	Cek saldo, tarik tunai dan transfer
5.	Amari	53	Bukan	PNS		

Tabel bersambung

Sambungan tabel

No.	Nama	Usia	Pengguna/ Bukan Pengguna layanan <i>e-Banking</i>	Pekerjaan	Intensitas	Pemanfaatan
6.	M Abdul	24	Pengguna	Wirausaha	1 minggu sekali	Menyimpan tabungan dan transfer
7.	Kusianto	63	Bukan	PNS		
8.	Ovan	31	Bukan	Satpam		
9.	Sutatul	34	Pengguna	Ibu rumah tangga	Sewaktu-waktu membutuhkan	Transfer dan menerima transferan
10.	Mariani	72	Bukan	PNS		
11.	Eni	61	Bukan	PNS		
12.	Matruji	31	Bukan	Wirausaha		
13.	Sri Muryanti	65	Bukan	PNS		
14.	Novi	27	Pengguna	Wirausaha	3 hari sekali	Top up saldo, Transfer
15.	Wiwik	35	Pengguna	Ibu rumah tangga	Sewaktu-waktu membutuhkan	Cek saldo
16.	Nur Rifati	40	Pengguna	Ibu rumah tangga	Sewaktu-waktu membutuhkan	Transfer
17.	Badri	37	Pengguna	Petani	1 bulan sekali	Menyimpan transferan dari western union
18.	Wiwik	30	Pengguna	Ibu rumah tangga	Sewaktu-waktu membutuhkan	Mengambil transferan
19.	Siwan	43	Bukan	Sopir		
20.	Maskinat	55	Pengguna	wirausaha	Sewaktu-waktu membutuhkan	Cek saldo, Menerima transferan
21.	Bowo	25	Pengguna	Wirausaha	10 sampai 20x dalam sebulan	Tarik tunai, Transfer
22.	Riski	25	Pengguna	Wirausaha	5 kali dalam sebulan	Transfer, Cek Saldo, Mutasi rekening
23.	Ningsih	44	Pengguna	Ibu rumah tangga	1 kali dalam sebulan	Cek saldo, Tarik tunai
24.	Ika	25	Pengguna	Ibu rumah tangga	1 kali dalam sebulan	Cek saldo, Tarik tunai
25.	Rini	31	Pengguna	Ibu rumah tangga	1 kali dalam 2 bulan	Cek saldo, Tarik tunai
26.	Melati	26	Pengguna	Guru	Sewaktu-waktu membutuhkan	Cek saldo, Tarik tunai
27.	Aisyah	20	Pengguna	Mahasiswa	Sewaktu-waktu membutuhkan	Cek saldo, Tarik tunai, Beli pulsa

Sumber: Data Primer Penulis yang diolah, 2019

Setelah dilakukan survei dan wawancara ke nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Kapanjen, maka diperoleh data sebanyak 27 data informan sebagai berikut:

Dari 27 informan nasabah Bank Syariah Mandiri yang diwawancarai ada 17 informan yang terdiri dari 12 informan wanita dan 5 informan pria menggunakan layanan *e-Banking* dan 10 informan yang terdiri dari 4 informan wanita dan 6 informan pria tidak menggunakan layanan *e-Banking*. Dari informan yang diwawancarai, ditemukan persentase pengguna *e-Banking* sebesar 63%. Sementara sisanya tidak menggunakan layanan *e-Banking*.

Dari data yang diuraikan, usia juga menentukan nasabah menggunakan layanan *e-Banking*. Dari hasil penelitian 17 informan pengguna layanan *e-Banking* ditunjukkan pada Tabel 2 di bawah ini:

**Tabel 2 Data Informan Pengguna Layanan *e-Banking* Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Informan pengguna <i>e-Banking</i>	Persentase
1.	17 – 27	8	47%
2.	28 – 38	5	29%
3.	39 – 49	2	12%
4.	50 – 60	1	6%
5.	61 – 71	1	6%

Sumber: Data Primer Penulis yang diolah, 2019

Dari Tabel 2, dapat dilihat bahwa 47% informan pengguna layanan *e-Banking* berusia 17 tahun sampai 27 tahun dan 29% informan pengguna layanan *e-Banking* berusia 28 tahun sampai 38 tahun. Hanya 6% informan pengguna layanan *e-Banking* berusia 50 tahun sampai 60 tahun dan 61 tahun sampai 71 tahun. Dari hasil wawancara yang dilakukan di Bank Syariah Mandiri KCP Kapanjen, tidak ada informan yang menggunakan layanan *e-Banking* diatas usia 72 tahun, sedangkan usia 50 tahun ke atas hanya 2 orang yang menggunakan layanan *e-Banking*.

Sementara itu, pekerjaan juga mempengaruhi penggunaan *e-Banking*. Dari informan yang diwawancarai, ada 8 jenis pekerjaan, yaitu: Pegawai Negeri Sipil (PNS/ASN), Petani, Guru, Satpam, Wirausaha, Sopir, Ibu Rumah Tangga, dan Mahasiswa. Masing-masing profesi memiliki kecenderungan dalam penggunaan fasilitas *e-Banking*. Kecenderungan tersebut seperti diuraikan dalam Tabel 3 berikut:

**Tabel 3 Data informan penggunaan *e-Banking* berdasarkan profesi**

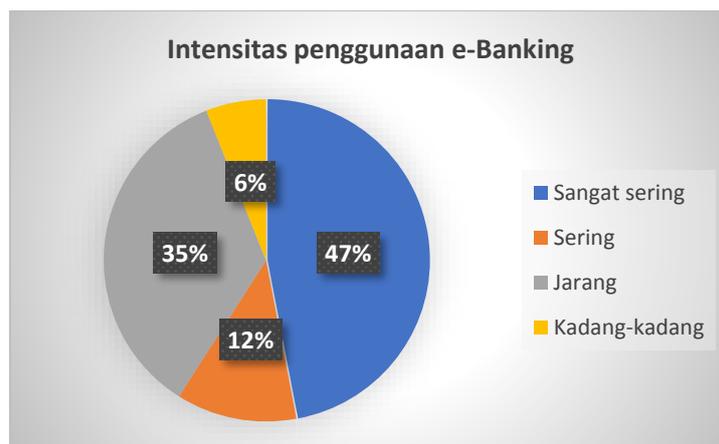
No.	Nama Pekerjaan	Pengguna	Persentase Pengguna	Bukan Pengguna	Persentase bukan Pengguna
1.	PNS	1	4%	7	26%
2.	Petani	1	4%	-	-
3.	Guru	1	4%	-	-
4.	Satpam	-	-	1	4%
5.	Wirausaha	5	17%	1	4%
6.	Sopir	-	-	1	4%
7.	Ibu rumah tangga	7	26%	-	-
8.	Mahasiswa	2	7%	-	-

Sumber: Data Primer Penulis yang diolah, 2019

Dari Tabel 3 perbandingan informan yang bekerja sebagai PNS adalah 4% merupakan pengguna *e-Banking*. Sementara yang tidak menggunakan layanan *e-Banking* 26% tidak menggunakan layanan *e-Banking*. Itu membuktikan bahwa lebih banyak PNS yang tidak menggunakan Layanan *e-Banking*. Perbandingan wirausaha adalah 17% : 4%. Artinya, 17% informan memilih untuk menggunakan layanan *e-Banking*, sedangkan 4% tidak menggunakan layanan *e-Banking*. Itu membuktikan bahwa lebih banyak wirausahawan yang menggunakan layanan *e-Banking*.

## 4.2 Intensitas penggunaan layanan *E-Banking*

Dari data yang diperoleh 17 informan adalah pengguna layanan *e-Banking* dan 10 informan bukan pengguna layanan *e-Banking*. Hal itu berarti 63% informan menggunakan layanan *e-Banking*, dan 37% informan bukan pengguna layanan *e-Banking*. Dari data tersebut maka diperoleh jawaban intensitas penggunaan layanan *e-Banking* sebagaimana ditampilkan Gambar 1 berikut ini:



**Gambar 1 Intensitas Penggunaan *e-Banking***

Ada 12% informan yang menggunakan layanan *e-Banking* dengan intensitas yang relatif tinggi, dalam satu bulan bisa mencapai 6 sampai 10 kali lebih seperti keterangan dari informan. Sementara itu, 47% informan menggunakan layanan *e-Banking* “sewaktu-waktu.” Sewaktu-waktu yang dimaksud adalah suatu waktu atau kondisi tertentu di mana nasabah merasa membutuhkan uang untuk memenuhi kebutuhannya, jadi seorang nasabah menggunakan

layanan *e-Banking* bisa 1 kali dalam satu minggu , 2 kali dalam sebulan atau bahkan satu tahun 1 kali jadi nasabah tersebut menggunakan layanan *e-Banking* seperlunya saja.

### 4.3 Kelebihan Layanan *e-Banking* terhadap Kebiasaan Transaksi

Informan yang menggunakan layanan *e-Banking* menceritakan tentang mengapa memilih layanan *e-Banking* dan menyebutkan kendala atau kelemahan yang dirasakan saat menggunakan layanan *e-Banking*. Berikut adalah hasil kelebihan dan kelemahan dari layanan *e-Banking*. Yang pertama yaitu kelebihan dari layanan *e-Banking* Bank Syariah Mandiri KCP Kapanjen.

#### 4.3.1 Fleksibel

Fleksibel bisa diakses 24 jam, kapan saja , dan tidak perlu membawa uang banyak dalam dompet, cukup membawa kartu ATM saja, ini sangat memberikan kemudahan bagi nasabah yang tidak memiliki banyak waktu untuk ke bank atau ATM. Terlebih jika urusannya hanya untuk mengurus berbagai hal yang berkaitan dengan keuangan nasabah, terutama dalam urusan bayar membayar, cek saldo atau transfer.

#### 4.3.2 Hemat Waktu

Karena tidak harus beranjak dari tempat, tentunya layanan *e-Banking* ini sangat menghemat waktu sebab jika saja nasabah memiliki suatu urusan yang sifatnya sangat penting dilain hal nasabah harus melakukan transaksi maka layanan *e-Banking* sangat menghemat waktu.

#### 4.3.3 Hemat Energi

Tentunya untuk sampai ke mesin ATM tidak bisa dengan mudah. Banyak hal yang harus nasabah lakukan untuk mencapai mesin ATM, namun dengan adanya *e-Banking* nasabah hanya memerlukan koneksi internet saja dan bermodalkan gadget untuk mengaksesnya.

#### 4.3.4 Merasa Lebih Tenang dan Nyaman dalam Transaksi

Karena tidak membawa uang tunai dalam prosesnya membuat lebih tenang dan nyaman dalam transaksi, termasuk dalam hal perjalanan dari dan ke mesin ATM.

### 4.4 Kelemahan Layanan *e-Banking* terhadap Kebiasaan Transaksi

Selain keunggulan tersebut, layanan *e-Banking* juga mempunyai beberapa kelemahan di antaranya sebagai berikut:

#### 4.4.1 Ketersediaan Koneksi Internet

Harus memiliki koneksi internet yang stabil karena *e-Banking* menggunakan layanan internet untuk operasinya, maka secara otomatis Anda membutuhkan koneksi internet yang stabil dalam menggunakan layanan ini.

#### 4.4.2 Melek Teknologi

Hanya dapat diakses oleh yang bisa teknologi saja, untuk orang awam atau usia 50 tahun ke atas agak sedikit kesulitan untuk memakai layanan *e-Banking*.

#### 4.4.3 Ketergantungan pada Infrastruktur Operator

Beberapa daerah/lokasi yang tidak memiliki infrastruktur yang bagus atas operator selular. Ini bermasalah walaupun nasabah memiliki paket data internet.

### 4.5 Pemanfaatan *E-Banking* oleh Nasabah

Dari data yang diperoleh 17 informan mengatakan bahwa mereka menggunakan ATM, namun hanya beberapa saja yang menggunakan layanan M-Banking ataupun SMS-Banking. Mereka memanfaatkan ATM tersebut untuk cek saldo, tarik tunai, transfer, mutasi rekening dan transaksi lainnya seperti pembelian pulsa atau belanja *online*.

## 5. Simpulan

Beberapa kesimpulan dari penelitian ini. Pertama, 63% informan menggunakan layanan *e-Banking* dan 37% tidak menggunakan layanan *e-Banking*, itu menunjukkan bahwa lebih banyak nasabah memilih menggunakan layanan *e-Banking*. Pengguna layanan *e-Banking* berusia 50 tahun ke bawah. Sementara untuk nasabah usia 50 tahun ke atas lebih memilih untuk tidak menggunakan layanan *e-Banking* dikarenakan tidak terbiasa dengan teknologi.

Kedua, terdapat 26% yang berprofesi sebagai PNS tidak menggunakan layanan *e-Banking* karena banyak faktor. Seperti faktor usia atau kesehatan mata yang sudah tidak mampu, atau bahkan karena tidak terbiasa dengan teknologi. Dan 17% informan yang berprofesi sebagai wirausahawan memilih untuk menggunakan layanan *e-Banking* karena layanan *e-Banking* sangat membantu kegiatan keuangannya.

Ketiga, Seiring dengan era globalisasi yang semakin meluas dengan diiringi pula kemajuan pada bidang teknologi, komunikasi dan Informatika seluruh perusahaan perbankan melakukan pembenahan pada setiap sistemnya. Layanan *e-Banking* merupakan suatu bentuk layanan dari perbankan untuk memuaskan nasabahnya. Ada beberapa keunggulan dari layanan *e-Banking*, antara lain: fleksibel, hemat waktu, hemat energi, dan lebih tenang/nyaman dalam melakukan transaksi.

Rekomendasi praktis dari penelitian ini, adalah manajemen perbankan syariah merespons atas kelemahan layanan *e-Banking* dengan terus meningkatkan layanan yang kerap dipakai nasabah dan meningkatkan kerja sama infrastruktur operator, khususnya daerah dengan geografis yang kurang bagus *traffic* data internetnya. Rekomendasi untuk peneliti selanjutnya. Pertama menambah lingkup penelitian pada beberapa bank syariah di Indonesia khusus bank syariah milik BUMN yang sudah melakukan aksi korporasi merger. Kedua, perlu konfirmasi dengan melakukan penelitian kuantitatif atas data dan hasil penelitian.

## Daftar Pustaka

- Adila, mariatul (2017). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Al-Hawari, M. (2011). The role of bank automated services in gaining customers' trust: a practical study in UAE. *Journal Pengurusan*, Vol. 33, pp. 45-52
- Anouze, Abdel L.M., Alamro, Ahmed S., Awwad, Abdulkareem, S. (2019). Customer satisfaction and its measurement in Islamic banking sector: a revisit and update. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 10(2), pp. 565-588
- Ankrah, E. (2012). Technology and service quality in the banking industry in Ghana. *Information and Knowledge Management*, Vol. 2(8), pp. 52-60
- Aryo, Fikri (2016). Fakultas Ekonomi dan Manajemen. pengaruh layanan *E-Banking* terhadap kepuasan Bank Bukopin Bogor. Hal 4
- Collier, J. (2012). Only if it is convenient: understanding how convenience influences self-service technology evaluation. *Journal of Service Research*, Vol. 16(1), pp. 39-51.
- Departemen Pendidikan Nasional (2002), Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka, edisi ke-3, cet. Ke-2, hal. 446
- Dewi, Gemala (2004). Aspek-aspek hukum dalam perbankan peransuransian syariah indonesi. Jakarta: Prenada Media., hal 82
- Dridi, M. (2010). The effects of the global crisis on islamic and conventional banks: a comparative study. *IMF Working Paper WP/10/201*
- Eddy, dan Rusdiyanta, IGN. (2016). Pengaruh Layanan *E-Banking*, Peran Manajemen dan Orientasi Pasar terhadap Peningkatan Tenaga Pemasar dalam Rangka Pencapaian BPD Regional Champion pada Bank BPD Bali. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 13(1).
- El-Gamal, M. (2001). *An economic explanation of the prohibition of Gharar in classical Islamic jurisprudence*, in Iqbal, M (Ed.), *Islamic Banking and Finance: Current Developments in Theory and Practice*, Islamic Foundation, Leicester
- Gan, C. (2006). *A logit analysis of electronic banking in New Zealand*. Canterbury: Discussion Paper No. 108, Commerce Division, Lincoln University
- Garas, N. (2007). Internationalization of islamic financial institution. Challenges and paths to solution. *Thunderbird International Business Review*, Vol. 49(2), pp. 225-249.
- Ibrahim, E. (2006). Customers' perception of electronic service delivery in the UK retail-bankingsector. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 24(7), pp. 475-493
- Ismanthono, W.H. (2010). *Kamus Istilah Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.

- Javed, J. (2005). Customer satisfaction at a public sector bank, karachi. *Market Force*, Vol. 1(2).
- Keynes, MJ. 1963. *The General Theory of Employment, Interest and Money*. New york : Harcourt Brace. (dikutip dari buku gemala dewi. Aspek-aspek hukum dalam perbankan peransuransian syariah Indonesi. Jakarta : Prenada media. 2004, hal 81)
- Kottler, Phillip (1994). *Marketing Manajemen : Analisis Planning, Implementation and Control*, Eight Edition, New Jersey, Prentice Hall
- Kurniawan, Reza (2013). Perkembangan *E-Banking* Indonesia, *Jurnal Ilmuti (Ilmu Teknologi Informasi)*, Vol. 4(2).
- Maryanto, S. (2010). *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Metwally, M. (1997). Economic consequences of applying Islamic principles in Muslim societies. *International Journal of Social Economics*, Vol. 24 Nos 7/8/9, pp. 941-957
- Moenir, AS. (2000). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara. cet. Ke-4
- Muhammad (2005). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta
- Noman, A. (2003). Imperatives of financial innovation for Islamic Banks. *International Journal of Islamic Financial Services*, Vol. 4(3), pp. 1-10
- Otoritas Jasa Keuangan (2019). ojk.go.id. Jakarta
- Sudarsono, Heri (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta : Ekonesia.
- Tjiptono, Fandi & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction* Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Subagyo, Joko (2004). *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Syafi'i Antonio, Muhammad (2001). *Bank Syariah, Dari Teori ke Praktik*, penyunting Dadi M.H. Basri, Farida R. Dewi, Cet. 1, Jakarta: Gema Insani Press.