

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perbankan adalah salah satu industri keuangan yang menjadi bagian dari sistem keuangan di samping pasar modal, dana pensiun, asuransi, dan lainnya.<sup>1</sup> Atau suatu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan jasa pengiriman uang. Di dalam sejarah perekonomian kaum muslimin, fungsi-fungsi bank telah dikenal sejak zaman Rasulullah SAW. Fungsi-fungsi tersebut adalah menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan keperluan bisnis, serta melakukan pengiriman uang.<sup>2</sup>

Menurut Karmen A Perwaatmadja, Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yakni bank dengan tata cara dan operasinya mengikuti ketentuan ketentuan syariat Islam. Syariat Islam dalam muamalah berdasarkan al – Quran dan as-Sunnah merupakan media aktivitas tolong-menolong antar sesama umat manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>3</sup> Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* berfirman dalam Surah Al-Maidah Ayat 2:

---

<sup>1</sup> Tirta Segara, "*Buku 2 Perbankan Seri Literasi Keuangan Perguruan Tinggi*" (Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2019). hlm. 30.

<sup>2</sup> Sri Indah Nikensari, "*Perbankan Syariah*" (PT. Pustaka Rizki Putra, 2012). hlm. 30.

<sup>3</sup> Zulkifli Rusby, "*Manajemen Perbankan Syariah*" (Pusat Kajian Pendidikan Islam UIR, 2017). hlm. 50.

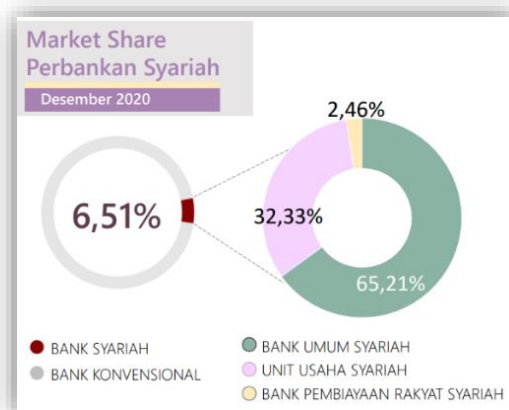
يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَابِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَنْتَعُونَ  
فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ  
تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syiar-syiar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (menggangu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qala'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam; mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya”. (Qs. Al-Maidah ([7]:2).<sup>4</sup>

Bank Syariah di Indonesia terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), serta Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) yang pada dasarnya melakukan kegiatan seperti: melakukan penyaluran dan penghimpunan dana dari masyarakat sebagai penyediaan jasa keuangan lainnya.<sup>5</sup> Berikut *market share* perbankan syariah dari tahun 2020 sampai 2021.

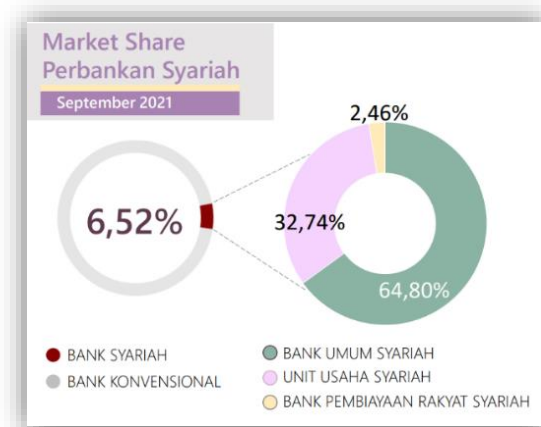
<sup>4</sup> Departemen Agama RI, “Al-Quran Dan Terjemahan,”. (Bandung:Lajnah Pentashihan mushaf Al-Quran, 2019 ) hlm. 150.

<sup>5</sup> A Soemitra, “Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah” (Jakarta: Kencana, 2014). hlm. 30.



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan Tahun 2020<sup>6</sup>

**Gambar 1.1 Market Share Perbankan Syariah Tahun 2020**



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan Tahun 2021<sup>7</sup>

**Gambar 1.2 Market Share Perbankan Syariah Tahun 2021**

<sup>6</sup> “Www.Ojk.Go.Id.”. Diakses melalui <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/-Snapshot-Perbankan-Syariah-Desember-2020/Snapshot%20Perbankan%20Syariah%20Desember%202020.pdf>, Pada Tanggal 12 Oktober 2022 Pukul 13.00 WIB.

<sup>7</sup> “Www.Ojk.Go.Id.” Diakses melalui <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-September-2021/SNAPSHOT%20PERBANKAN%20SYARIAH%20SEPTEMBER%202021.pdf>, Pada Tanggal 12 Oktober 2022 Pukul 13.00 WIB.

Mengacu pada gambar 1.1 dan gambar 1.2 data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), untuk data terakhir bulan Desember 2020 yaitu *market share* perbankan syariah mencapai 6,51%. Lalu pada bulan September 2021, *market share* perbankan syariah meningkat menjadi 6,52%. Bank Umum Syariah (BUS) menjadi kontributor terbesar dalam meningkatnya *market share* perbankan syariah yaitu sebesar 64,80%. Lalu yang kedua ialah Unit Usaha Syariah (UUS) sebesar 32,74% dan terakhir Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) yaitu sebesar 2,46%.

Hal tersebut membuat perbankan syariah di Indonesia terus menerus melakukan inovasi dan pembaharuan produk untuk kemajuan bank syariah sendiri. Salah satunya ialah meluncurkan produk dengan menggunakan sistem layanan teknologi informasi yang dikenal dengan *Financial Technology (FinTech)*. Perkembangan pusat Teknologi Informasi (TI) dan globalisasi di dunia, mendukung bank untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah secara aman, nyaman, dan efektif, diantaranya yaitu melalui media elektronik.

Penggunaan sistem teknologi informasi menjadikan nasabah memiliki banyak pilihan dan pertimbangan dalam memutuskan jasa perbankan yang akan memberikan kepuasan sesuai ekspektasinya. Dalam menciptakan kepuasan bagi nasabah, sebuah perusahaan harus banyak melakukan terobosan - terobosan terhadap kemajuan teknologi dalam melayani kebutuhan nasabahnya. Kepuasan bagi nasabah merupakan hal yang harus diperhatikan perusahaan. Sebagaimana pendapat Schnoor, pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan

kepada nasabah yang akan memberikan dasar yang baik.<sup>8</sup> Sebagai contoh, dengan adanya produk berbasis layanan digital telah mendorong layanan perbankan menjadi relatif tidak terbatas, baik dari sisi waktu maupun dari segi jangkauan geografis. Hal tersebut tentunya akan meningkatkan volume dan nilai transaksi keuangan secara signifikan. Dan juga kepuasan nasabah saat ini bukan lagi merupakan kesesuaian suatu produk dengan standar tertentu melainkan kepuasan nasabah dilihat dari suatu produk, apakah produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan atau harapan nasabahnya.

Salah satu bentuk inovasi yang dikembangkan oleh bank untuk kebutuhan nasabah sehingga kepuasan nasabah terpenuhi diantaranya layanan digital seperti *Electronic Banking (E-Banking)* atau *Electronic Channel (E-Channel)*. Menurut Daniela mendefinisikan *Electronic Banking (E-Banking)* sebagai pelayanan otomatis yang modern dimana penyampaian produk kepada nasabah dilakukan melalui teknologi informasi dan *channel* informasi atau dikenal dengan sebutan *Electronic Channel (E-Channel)*. *Electronic Channel (E-Channel)* menurut Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan adalah layanan perbankan yang menggunakan media elektronik, baik itu *Mobile Banking*, *SMS banking*, Internet, Internet bisnis, dan ATM. Transaksi yang dilakukan lewat *Electronic Channel (E-Channel)* juga tidak perlu diragukan lagi keamanannya

---

<sup>8</sup> Engkur, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di DKI Jakarta," *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* Vol 14 No 01 (2018): hlm. 24. Diakses melalui <https://ejournal.stei.ac.id/index.php/JAM/article/view/142/100>, Pada Tanggal 14 September 2022 Pukul 19.00 WIB.

karena banyak bank sudah mendesain sistem keamanan berlapis yang sudah terjamin keandalannya.<sup>9</sup>

Kini hampir semua perbankan menerapkan layanan *Electronic Channel (E-Channel)* tak terkecuali Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA). Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA) merupakan salah satu Kantor Cabang Pembantu Tasikmalaya beralamat di Jl. Masjid Agung Blok Kaum Kaler No 26, Yudanegara Kec. Cihideung Tasikmalaya, Jawa Barat 46112. Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA) menjalankan operasional bank berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan memiliki produk-produk dan jasa yang beragam seperti layanan *Electronic Channel (E-Channel)*. Layanan *Electronic Channel (E-Channel)* pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA) meliputi BSI *Mobile*, BSI Net yang meliputi *Internet Banking* dan *Cash Management System (CMS)*, dan BSI Kartu Debit.

Adapun data jumlah nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA) Tahun 2022 sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Jumlah Nasabah  
Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA)  
Tahun 2022**

<b>Tahun 2021</b>		
<b>Juli</b>	<b>Agustus</b>	<b>September</b>
216 Nasabah	226 Nasabah	228 Nasabah

<sup>9</sup> Abdul Yusep Riri Juliani, "Hubungan Antara *Electronic (E - Channel)* Dengan Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia KC Karawang," *Journal Of Management* Vol 5 No 1 (2022): hlm. 471. Diakses melalui <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/1569>, Pada Tanggal 14 September 2022 Pukul 20.00 WIB.

<b>Tahun 2022</b>		
<b>Juli</b>	<b>Agustus</b>	<b>September</b>
237 Nasabah	239 Nasabah	241 Nasabah

Sumber: BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA) Data Diolah Penulis

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA) di tahun 2022 mengalami kenaikan yang signifikan jika dilihat jumlah nasabah perbulannya. Untuk melihat perbandingan pada tahun 2021, pada bulan Juli meningkat 21 nasabah, pada bulan Agustus meningkat 13 nasabah, dan pada bulan September meningkat 13 nasabah.

Hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah Bank Syariah KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA) pada tahun 2022 kualitas pelayanan berkualitas tinggi terhadap nasabah sehingga mengalami kenaikan pada jumlah nasabah dan hal tersebut tercipta kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah adalah tingkat dimana kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik dan puas. Kepuasan nasabah sangat erat kaitannya dengan loyalitas nasabah. Kepuasan inilah akan muncul loyalitas nasabah terhadap perusahaan, jika perusahaan sudah memiliki nasabah yang loyal, maka perusahaan bisa meningkatkan pendapatan sesuai dengan yang diharapkan. Dan juga penerapan sistem teknologi yang mempuni untuk mempertahankan nasabah.<sup>10</sup> sistem teknologi yang dipakai yaitu *Electronic Channel (E-Channel)*.

---

<sup>10</sup> Robert W Lucas, "*Customer Service: Building Succesfull Skill For The Twenty First Century*", (New York: Mc Graw Hill, 2005). hlm. 15.

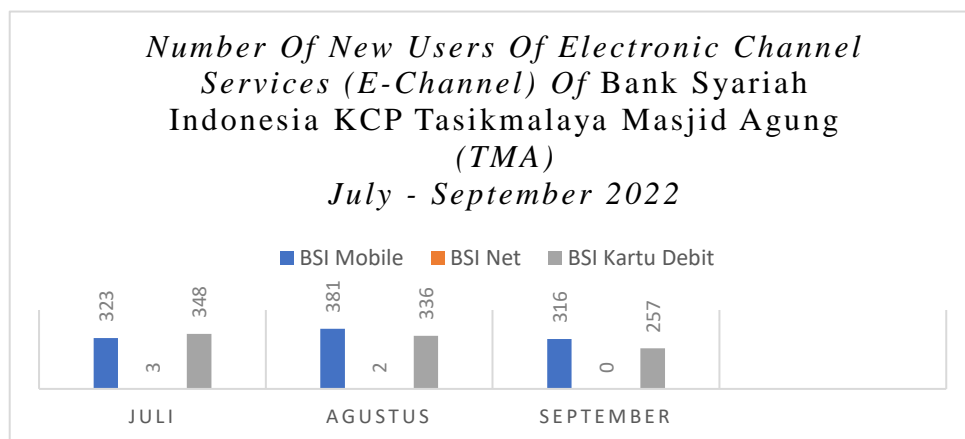
Berikut jumlah pengguna baru layanan *Electronic Channel (E-Channel)* pada Bank Syariah KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA) Tahun 2022:

**Tabel 1.2 Jumlah Pengguna Baru Layanan *Electronic Channel (E-Channel)* Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA) Tahun 2022**

Tahun 2022			
Pengguna <i>Electronic Channel (E-Channel)</i>	Bulan		
	Juli	Agustus	September
BSI Mobile	323 User	381 User	316 User
BSI Net	3 User	2 User	0 User
BSI Kartu Debit	348 Orang	336 Orang	257 Orang

Sumber: BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA) Data Diolah Penulis

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, jumlah pengguna baru layanan *Electronic Channel (E-Channel)* pada tahun 2022 sebesar 1.025 *User* aktif dan 941 orang diantaranya pengguna BSI *Mobile*, BSI *Net*, dan BSI *Kartu Debit*. Total keseluruhan 1.966 *user* aktif dan orang. Jika dilihat gambar grafik sebagai berikut:



Sumber: BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA) Data Diolah Penulis

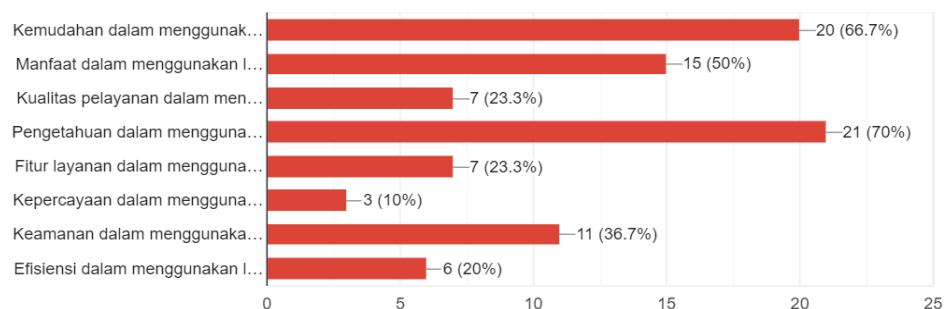
**Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Baru Layanan *Electronic Channel (E-Channel)* Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA) Tahun 2022**



Berdasarkan gambar grafik 1.3 diatas mengenai jumlah pengguna baru layanan *Electronic Channel (E-Channel)* pada tahun 2022, di bulan Agustus dan September BSI *Mobile* lebih unggul dibanding dengan BSI Net, dan BSI Kartu Debit dengan pengguna *user* dibulan Agustus BSI *Mobile* 381 *user*, BSI Net 2 *user*, dan BSI Kartu Debit 336 orang, dibulan September pengguna BSI *Mobile* 316 *user*, BSI Net tidak ada *user*, dan BSI Kartu Debit 257 orang.

Dari penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa beberapa layanan *Electronic Channel (E-Channel)* mengalami penurunan dan ada yang tidak sama sekali mengalami kenaikan. Hal tersebut adanya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)*. Berikut hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA) Mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)*.

30 responses



Sumber: Data Diolah Penulis

**Gambar 1.4 Tanggapan Responden Mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan *Electronic Channel (E-Channel)* Di Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA)**

Berdasarkan hasil kuesioner melalui *google form* dengan jumlah responden 30 orang mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi layanan *Electronic Channel (E-Channel)* yaitu: kemudahan, manfaat, kualitas pelayanan, pengetahuan, fitur layanan, kepercayaan, keamanan, dan efisiensi. Persentase jumlah responden memilih kemudahan 66.7%, manfaat 50%, kualitas pelayanan 23.3%, pengetahuan 70%, fitur layanan 23.3%, kepercayaan 10%, keamanan 36,7%, dan efisiensi 20%. Dilihat dari hasil persentase responden, persentase terbesar ada pada persentase kemudahan, manfaat, dan pengetahuan. Disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)* adalah: kemudahan, manfaat, dan pengetahuan.

Menurut Jogiyanto, kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya.<sup>11</sup> Sedangkan manfaat di definisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dapat disimpulkan bahwa manfaat adalah kepercayaan seseorang dalam proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa sistem itu berguna maka ia akan menggunakannya namun sebaliknya jika sistem itu kurang berguna maka ia tidak akan menggunakannya.<sup>12</sup> Dan pengetahuan

---

<sup>11</sup> Jogiyanto, "*Metodologi Penelitian Bisnis*" (Yogyakarta: BPFE, 2007). hlm. 115-129.

<sup>12</sup> Jogiyanto, "*Sistem Informasi Keprilakuan*" (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2007). hlm. 114-115.

menurut Fredekirus bahwa pengetahuan dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang diketahui atau diketahui manusia tentang suatu objek tertentu.<sup>13</sup>

Berdasarkan penelitian Ahmad Taopiq, Toni Herlambang, dan Ira Puspitadewi (2016) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jember Sudirman” Persepsi kemudahan dan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang artinya semakin baik persepsi kemudahan dan manfaat maka akan semakin tinggi kepuasan nasabahnya.

Dan juga peneliti melakukan wawancara kepada karyawan BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA) Ibu Evi Septiani sebagai *Funding And Transaction Staff (FTS)* mengenai pengetahuan yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna *Electronic Channel (E-Channel)* mengatakan bahwa pengetahuan menjadi salah satu faktor untuk membantu nasabah dalam menggunakan *Electronic Channel (E-Channel)* tersebut. Dan juga Ibu Evi Septiani berkata bahwa *Electronic Channel (E-Channel)* merupakan salah satu upaya dalam mempertahankan nasabah, karena melihat perkembangan perbankan yang semakin menggunakan teknologi informasi seperti layanan internet membuat kepuasan nasabah terpenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan berjudul “**Analisis Faktor – Faktor Yang**

---

<sup>13</sup> Fredekirus, "*Pengantar Filsafat Ilmu Dan Logika*" (Jakarta: Salemba Humanika, 2013). hlm. 31.

**Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan *Electronic Channel* (*E - Channel*) Pada Nasabah BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA).”**

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka di identifikasikan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan *Electronic Channel* (*E-Channel*) BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA)?
2. Bagaimana pengaruh manfaat terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan *Electronic Channel* (*E-Channel*) BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA)?
3. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan *Electronic Channel* (*E-Channel*) BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA)?
4. Bagaimana pengaruh kemudahan, manfaat, dan pengetahuan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan *Electronic Channel* (*E-Channel*) BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA) secara simultan?

**C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)* BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA).
2. Untuk mengetahui pengaruh manfaat terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)* BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA).
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)* BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA).
4. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan, manfaat, dan pengetahuan secara simultan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)* BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA).

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang dihasilkan penelitian ini dibagi menjadi dua macam, yaitu kegunaan secara teoritis dan kegunaan praktis.

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan bagi penulis berikutnya dalam melakukan penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pengetahuan tambahan terutama tentang layanan digital *Electronic Channel (E-Channel)* perbankan syariah, khususnya di perguruan tinggi dan masyarakat pada umumnya.

## 2. Kegunaan Praktis

### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan peneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)* pada nasabah BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA).

### b. Bagi BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA)

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan serta saran dalam pengembangan perbankan syariah yang ada di BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA) dan menjadi bahan masukan untuk mengevaluasi yang dipandang perlu dalam usaha meningkatkan pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)*.

### c. Bagi Umum

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai *Electronic Channel (E-Channel)* bagi para pembaca dan juga bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai *Electronic Channel (E-Channel)*.