**PREFRENSI NASABAH DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI PERBANKAN MELALUI LAYANAN E-BANKING**

**DI PT. BRI SYARIAH KC. BENGKULU**

****

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memproleh**

**Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)**

**OLEH :**

**M.RONALDO PERDANA BINA HARI**

**NIM. 1516140285**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU**

**BENGKULU, 2019 M/ 1440**

**MOTTO**

* Sesungguhnya bersama sesulitan ada kemudahan (Al-Insyarah : 6-8)
* Keep moving forward and never give up!
* Bersyukur atas segala nikmat yang telah diberikan oleh Allah S.W.T. walaupun hanya sekecil biji kacang.
* Maka nikmat Tuhanmu yang manakah yang kamu dustakan (Ar-Rahman : 13)
* Gapailah cita-citamu seperti yang kamu impikan, abaikan semua perkataan buruk untukmu, lalu tampar mereka dengan kesuksesanmu.
* Jadilah seperti layaknya padi, kian berisi kian menunduk
* Jadilah seseorang yang menginspirasi untuk generasi milenial yang akan datang.
* Genggamlah kesuksesan ditanganmu lalu jabat tangan yang lain untuk hidup bersamamu.

**PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

* Kedua orang tua tecinta yang dari dulu hinga sekarang memberikan support yang tiada henti, menyemangati tanpa batas, dan kelulusaan ini adalah bentuk upaya dari perjuangan dan doa kedua orang tua.
* Kedua saudaraku yang tercinta yang selalu memberikan nasehat, suport dan penyemangat bagiku.
* Ketiga kucingku yang selalu menghiburku ketika semua hal dalam pendidikan ini menjadi beban dalam pikiran.
* Keluarga adik sanak tercinta yang selalu memberikan support dan doa bagi kesuksesan pada saat menempuh pendidikan sarjana strata 1 ini
* Sahabat dan teman-teman yang memberikan semangat, doa dan memberikan amunisi ketika skripsi begitu memusingkan dan melelahkan
* Almamaterku yang telah menempatkanku ditempat yang sangat indah dan selalu bangga menyandang sebuah almamater kebanggaanku.

**KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul preferensi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan melalui layanan *E-Banking* di PT. BRI Syariah KC. Bengkulu. Shalawat serta salam semoga senantiasa di limpahkan pada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang menjadi uswatun hasanah bagi kita semua Aamiin.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Ekonomi Islam program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terimakasih teriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di IAIN Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, yang selalu mendukung demi kesuksesan penulis.
3. Desi Isnaini, MA. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam yang telah memberikan saran dan motivasi demi kesuksesan penulis.
4. Dr. Yusmita. M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan saran dan motivasi demi kesuksesan penulis.
5. Yosy Arisandy, MM. Selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah dan Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, fikiran, dan penuh kesabaran dalam membimbing penulis serta memberikan pengarahan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr. Nurul Hak, MA. Selaku Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, fikiran, dan penuh kesabaran dalam membimbing penulis serta memberikan pengarahan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu beserta staff dan karyawan yang telah mengajar dan memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan serta pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
8. Pihak Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu yang telah bersedia memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengadakan penelitian dan memberi informasi yang di butuhkan dalam rangka penulisan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Bengkulu, 16 Desember 2019 M

19 Rabiul Akhir 1441 H

M. Ronaldo Perdana Bina Hari

NIM: 1516140285

**ABSTRAK**

**Preferensi Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Perbankan Melalui Layanan E-Banking di PT. BRI Syariah KC. Bengkulu**

**Oleh M. Ronaldo Perdana Bina Hari, NIM 1516140285**

Tujuan dalam penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui preferensi nasabah terhadap layanan *E-Banking*. (2) Untuk mengetahui ketertarikan nasabah terhadap layanan *E-Banking*. (3) Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan layanan *E-Banking* di PT. BRI Syariah KC. Bengkulu. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan menggunakan metode Kualitatif Deksriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik data primer dan data sekunder berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ditemukan bahwa (1) Preferensi nasabah terhadap layanan *E-Banking* yang paling disukai yaitu *internet banking, mobile banking* dan ATM. Diantara ketiga layanan tersebut nasabah lebih menyukai atau memilih layanan *mobile banking* dan ATM dibandingkan *internet banking*. (2) Ketertarikan nasabah terhadap layanan *E-Banking* karena memberikan kenyamanan, keamanan, akses yang cepat dan baik, pengetahuan *E-Banking*, fitur-fitur Islami dan kemudahan bertransaksi. (3) Kelebhihan *E-Banking* BRI Syariah dari jenis dan fiturnya sudah cukup lengkap sehingga dapat memudahkan nasabahnya melakukan berbagai transaksi, sehingga efisien dan efektif terhadap waktu dan biaya. Sedangkan kekurangan *E-Banking* BRI Syariah kelemahan dari sistem, ketidakstabilan jaringan, gagal transaksi atau *error,* berbagai resiko kemungkinan adanya *hacker* yang melakukan pembobolan dan kurangnya promosi untuk layanan *E-Banking*.

*Kata kunci :Preferensi Nasabah,Transaksi Perbankan, E-Banking BRI Syariah*

**DAFTAR ISI**

**HALAMAN JUDUL**

**SURAT PERNYATAAN PLAGIASI**

**SURAT PERNYATAAN**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING** iv

**HALAMAN PENGESAHAN** v

**MOTTO** vi

**PERSEMBAHAN** vii

**KATA PENGANTAR** viii

**ABSTRAK** ix

**DAFTAR ISI** x

**DAFTAR TABEL** xi

**DAFTAR LAMPIRAN** xii

**BAB I PENDAHULUAN**

1. Latar Belakang Masalah 1
2. Batasan Masalah 4
3. Rumusan Masalah 4
4. Tujuan Peneltian 4
5. Kegunaan Penelitian 4
6. Penelitian Terdahulu 5
7. Metode Penelitian 8
8. Jenis dan Pendekatan Penelitian 8
9. Waktu dan Lokasi Penelitian 8
10. Subjek/Informan Penelitian 9
11. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 9
12. Teknik Analisis Data 10
13. Sistematika Penulisan 12

**BAB II KAJIAN TEORI**

1. Preferensi 13
2. Pengertian Preferensi 13
3. Nasabah 14
4. Pengertian Nasabah 14
5. Transaksi 17
6. Pengertian Transaksi 17
7. Manajemen Perbankan Syariah 18
8. Pengertian Manajemen Perbankan Syariah 18
9. Prinsip Manajemen Syariah 19
10. Tujuan Manajemen Syariah 20
11. Unsur Manajemen Syariah 20
12. Prinsip-Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah 21
13. Produk Operasional Bank Syariah di Indonesia 23
14. Kegiatan Operasional Bank Syariah 27
15. Manajemen Pemasaran Syariah 28
16. Perbankan 33
17. Pengertian Perbankan 33
18. Kualitas Layanan 34
19. Definisi Pelayanan 34
20. Tujuan Layanan 35
21. Manfaat Kualitas Layanan 35
22. *Electronic Banking* 36
23. Pengertian *Electronic Banking* (*E-Banking*) 36
24. Sejarah *Electronic Banking* (*E-Banking*) 37
25. Jenis Transaksi *Electronic Banking* (*E-Banking*) 39
26. Produk-Produk *Electronic Banking* (*E-Banking*) 40
27. Perkembangan Transaksi *Electronic Banking* (*E-Banking*) 42
28. Keamanan Transaksi *E-Banking* 44
29. Keuntungan *E-Banking* 44
30. Risiko *internet Banking* 45
31. Manfaat *Electronic Banking* 45

**BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

1. Sejarah Singkat BRI Syariah KC. Bengkulu 47
2. Visi dan Misi BRI Syariah 49
3. Visi BRI Syariah 49
4. Misi BRI Syariah 49
5. Peran BRI Syariah Bengkulu 49
6. Sumber Daya Insani 51
7. Teknologi Informasi 51
8. Produk Pendanaan 52
9. Produk Pembiayaan 53
10. Struktur Organisasi Bank BRI Syariah Bengkulu 54

**BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. Data Informan 55
2. Preferensi Nasabah Terhadap Layanan E-Banking di PT. BRI Syariah KC. Bengkulu 56
3. Ketertarikan Nasabah Terhadap Layanan *E-Banking* di PT. BRI Syariah KC. Bengkulu. 61
4. Kelebihan dan Kekurangan Layanan *E-Banking* Bagi Nasabah di PT. BRI Syariah KC. Bengkulu. 63
5. Pembahasan 67

**BAB V PENUTUP**

1. Kesimpulan 71
2. Saran 72

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

# Tabel 1.1 : Struktur Organisasi Bank BRI Syariah KC.Bengkulu........................53

# Tabel 1.2 : Informan Penelitian.............................................................................54

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Bukti Menghadiri Seminar Proposal

Lampiran 2 : LembarPengajuan Judul

Lampiran 3 : Plagiarism Scan Report

Lampiran 4 : Daftar Hadir Seminar Proposal

Lampiran 5 : Catatan Perbaikan Proposal Skripsi

Lampiran 6 : Halaman Pengesahan

Lampiran 7 : Surat Penunjukan Pembimbing

Lampiran 8 : Halaman Pengesahan

Lampiran 9 : Pedoman Wawancara

Lampiran 10 : Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 11 : Rekomendasi Penelitian dari KESBANGPOL

Lampiran 12 : Surat Keterangan Selesai Penelitian

Lampiran 13 : Lembar Bimbingan Skripsi

Lampiran 14 : Dokumentasi Gambar

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Perkembangan teknologi telah memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan layanan jasa perbankan. Jika dahulu nasabah harus berkunjun ke ban setiap kali ingin melakukan transasksi maka setelah adanya ATM (Anjungan Tunai Mandiri), *Mobile Banking* dan *Internet Banking* nasabah tidak perlu lagi menghabiskan waktu dan biaya untuk berkunjung ke bank. Hal ini dikarenakan gerai ATM yang telah tersebar luas dimana-mana. Dalam perkmbangannya, tidak hanya akses layanan perbankan melalui gerai ATM yang ditawarkan bank kepada nasabahnya tetapi juga akses layanan perbankan melalui gadget atau telepon seluler maupun melaui internet, dan nasabah dapat mengunduh aplikasi mobile banking kemudian dapat mengakses *internet banking*. Kini nasabah tidak perlu mengantri di *Teller* maupun ATM untuk melakukan transaksi non tunai. Melakukan transfer antar rekening, membayar tagihan bulanan, maupun sekedar mengecek saldo dapat dilakukan dengan menggunakan telepon atau internet.[[1]](#footnote-1)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *Marketing Research* Indonesia, pada tahun 2008 terjadi peningkatan penetrasi pengguna akses layanan perbankan melalui *electronic channel.* Peningkatan pengguna akses layanan perbankan melalui *SMS banking* dari 11% pada tahun 2006 menjadi

15% pada tahun 2008 turut didorong oleh tingginya penetrasi telepon seluler di Indonesia. Sementara itu, meningkatnya penggunaan akses melalui *Internet Banking* selain didukung oleh tingginya penetrasi penggunaan *internet* juga turut didukung oleh diberlakukannya Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transasksi elektronik. Adanya pratuan tersebut transaskis elektronik ini memberi kepastian hukum kepada nasabah dalam melakukan transaksi sehingga nasabah tidak perlu lagi merasa khawatir ketika melakukan transaksi melalui *internet banking*.Selain itu, dimasa yang akan datang dengan mengembangkan jaringan akses layanan perbankan melalui ATM, Telepon seluler, maupun internet akan menghemat biaya dibandingkan jika bank harus mengoperasikan sebuah kantor cabang. Sementara bagi nasabah, tersedianya berbagai *delivery cahnnel* akan lebih memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi.[[2]](#footnote-2)

Banyak bank yang terdorong untuk menggunakan *electronic banking* dikarenakan biaya yang harus dikeluarkan lebih rendah jika dibandingkan dengan biaya untuk mendirikan sebuah kantor cabang, namun demikin keputusan bank seharusnya lebih didasari pada apa yang menjadi preferensi nasabah dan bukan semata-mata karena faktor biaya. Haytko dan simmers mengemukakan bahwa kepuasan nasabah secara keseluruhan terhadap jasa perbankan ditentukan oleh kepuasan dari masing-masing interaksi individu terhadap jasa yang disediakan. Sebagaimana telah disebutkan, interaksi ini dapat terjadi melalui berbagai *delivey cahnnel*, yaitu dari bertatap muka dengan *teller,* menggunakan ATM, atau melakukan transaksi secara elektronik. Terkait hal tersebut, peningkatan dan pengembangan akses layanan perbankan melalui beragam *Delivey Channel* sejatinya senantiasa dilakukan agar bank BRI syariah dapat kopetitif dan selalu terdepan dalam memberikan layanan kepada nasabahnya. Selanjutnya, sebagai upaya meningkatkan layanan kepada nasabah maka Bank BRI syariah perlu melakukan evaluasi bagaimana preferensi nasabah dengan apa yang ditawarkan dalam sitem transaksi baik itu ATM, *Mobile banking* dan *Internet banking* dalam layanan jasa perbankan yang diberikan secara keseluruhan.[[3]](#footnote-3)

Berdasarkan hal tersebut maka penulis ingin mengkaji objek layanan *E-Banking* ( *Mobile banking*, *Internet banking* dan ATM) dan Oleh karena itu berdasarkan pernyataan-pernyataan diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul :

“ **PREFRENSI NASABAH DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI PERBANKAN MELALUI LAYANAN *E-BANKING* DI PT. BRI SYARIAH KC. BENGKULU**.”

1. **Batasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penulis membatasi hanya berkaitan dengan layanan *E-Banking* yaitu *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan ATM.

1. **Rumusan Masalah**
2. Bagaimana preferensi nasabah terhadap layanan *E-Banking* ?
3. Bagaimana Layanan *E-Banking* menurut nasabah ?
4. Bagaimana Kelebihan dan kekurangan *E-Banking* bagi nasabah ?
5. **Tujuan Penelitian**
6. Untuk mengetahui bagaimana preferensi nasabah terhadap layanan *E-Banking* di PT. BRI Syariah KC bengkulu.
7. Untuk mengetahui apakah layanan *E-Banking* memberikan layanan yang sangat baik untuk nasabah dalam bertransaksi dengan mudah.
8. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan pada layanan *E-Banking.*
9. **Kegunaan Penelitian**
10. Bagi PT. BRI Syariah KC. Bengkulu

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi PT. BRI Syariah Cab.Kota Bengkulu dalam upaya mengetahui bagaimana preferensi nasabah terhadap layanan *E-banking* di PT. BRI Syariah KC Bengkulu.

1. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang preferensi nabah terhadap layanan *E-banking* (*Internet banking*, *mobile banking* dan ATM) di PT. BRI Syariah KC. Bengkulu.

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah refrensi dan wacana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang teori layanan *E-banking* ( *Internet banking*, *mobile banking* dan ATM).

1. **Penelitian Terdahulu**

Untuk mendukung pembahasan yang lebih mendalam mengenai pembahasan diatas, maka peneliti melakukan kajian pustaka yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dikaji. Adapun pustaka yang terkait dalam hal ini adalah :

Adelina Dwi Priyastanti, dengan judul skripsinya “*Analisis Implementasi E-Banking Bank Syariah Dalam Merespon Kebutuhan Nasabah (studi kasus pada bank BNI Syariah cabang Kudus)*”, tahun 2016 di Kudus Jawa Tengah. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui kebutuhan nasabah terhadap jasa layanan *E-Banking* di Bank BNI Syariah cabang Kudus dan untuk mengetahui implementasi *E-Banking* Bank BNI Syariah cabang Kudus dalam merespon kebutuhan nasabah. Jenis penelitian ini adalah *filed Research* dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bermacam-macam kebutuhan setiap nasabah yang belum terpenuhi pada layanan *E-Banking* Bank BNI Syariah cabang Kudus seperti pembayaran ulang listrik pada *Mobile Banking,* pembayaran BPJS pada *Internet Banking,* pembayaran air PDAM pada *SMS Banking*. Implementasi *E-Banking* di BNI Syariah cabang Kudus dalam upaya memenuhi kebutuhan nasabah menurut hasil penelitian sudah cukup efektif[[4]](#footnote-4)

Perbedaannya dengan yang akan penulis lakukan adalah subyek atau informan pada skripsi Adelina yaitu implementasi *E-Banking* pada Nasabah, sedangkan penulis subyeknya yaitu preferensi nasabah. Dan perbedaan di masalah dan tujuan penulis untuk mengetahui bagaimana preferensi atau selera nasabah dalam layanan *E-Banking* dan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan *E-Banking* sedangkan penelitian ini fokus terhadap implementasi *E-Banking.* Persamaannya adalah sam-sama meneliti tentang *E-Banking* dan metode kualitatif.

Jurnal Nasional, Pauji, Nawawi, Hakiem dengan judul “*Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat dan layanan kepadaq Nasabah di BPRS Amanah Ummah”*, tahun 2015 di Bogor. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran *Funding Officer* dalam menghimpun dana, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi peningkatan minat nasabah, bagaimana meningkatkan layanan kepada nasabah dan bagaimana dampak strategi pemasaran terhadap peningkatan minat nasabah di BPRS Amanah Ummah. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Proses pengumpulan data yang dilakukan antara lain berupa wawancara dengan *Funding Officer* *(Fo Marketing)* dan nasabah, dokumentasi dan arsip BPRS Amanah Ummah. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh *funding officer* memberikan hasil yang baik, dari hasil yang dilakukan dilapangan, kepuasan, dan pelayanan yang baik, dan strategi *marketing mix* yang diterapkan berjalan sesuai dengan tujuan dan sasaran.[[5]](#footnote-5)

Perbedaannya dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah dari segi tempat penelitian jurnal ini meneliti di Bogor di BPRS Amanah Ummah sedangkan penulis di Bengkulu di BRI Syariah Kc Bengkulu dan perbedaan pembahasan di fasilitas *E-Banking.* Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang layanan terhadap nasabah.

Jurnal Internasional, Nabil Hussein Al-Fahim yang berjudul “*An Exploratory Study of Factors Affecting the Internet Banking Adoption: A Qualitative Study among Postgraduate Students”*, tahun 2013 di Malaysia studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *internet banking* di antara mahasiswa pascasarjana di International Islamic University Malaysia (IIUM). Metode yang di gunakan adalah metode kualitatif, Wawancara dengan semi terstruktur dengan delapan informan yakni empat pengadopsi dan empat non pengadopsi pada mahasiswa pascasarjana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengadopsi dan bukan pengadopsi menyadari bahwa internet banking (IB) memiliki beberapa manfaat dan kemudahan. Namun, non adopters khawatir tentang beberapa faktor seperti kepercayaan, kemudahan penggunaan, kesadaran dan keamanan. Hasil juga menunjukkan bahwa pengadopsi memiliki pengaruh positif pada penggunaan perbankan online dan mereka tidak memiliki masalah dengan faktor-faktor ini karena mereka memiliki pengetahuan dan pengalaman yang cukup dalam menggunakan perbankan online.[[6]](#footnote-6)

Perbedaannya dengan yang akan penulis lakukan terletak pada subyek yang diteliti yaitu pada jurnal Internasional ini subyeknya adalah mahasiswa pascasarjana sedangkan penulis adalah nasabah. Persamaannya yaitu masih mencakup pembahasan *E-Banking* dan metode kualitatif.

1. **Metode Penelitian**
2. **Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenisnya adalah deskriptif. Metode deskriptif adalah metode yang dilakukan untuk menggambarkan dan menginterprestasi objek sesuai dengan apa adanya. Dalam penelitian ini jenis deksriptif digunakan untuk memproleh dekripsi preferensi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan melalui layanan *E-Banking* di PT. Bank BRI Syariah KC. Bengkulu.

1. **Waktu dan Lokasi Penelitian**
2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Juni 2019 sampai dengan selesai.

1. Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul yang penulis ajukan dan supaya terfokus pada ruang lingkup lingkungan penelitian, sehingga lebih terarah maka untuk memproleh data yang berkaitan dengan permasalahan yang ada maka penulis mengambil lokasi di PT. Bank BRI Syariah KC. Bengkulu. Karena, Bank BRI Syariah banyak diminati oleh kalangan masyarakat dan bank BRI Syariah ini bersih agama dan *non* bunga yang menjadikan banyaknya nasabah pada bank tersebut.

1. **Subjek/ Informan Penelitian**

Teknik pemilihan subek/informan dalam penelitian ini menggunakan model *purposive sampling* yang bertujuan untuk mendapatkan informasi paling relevan dengan masalah yang akan diteliti dari orang yang dipilih dengan pertimbangan tertentu dengan kriteria yang diambil dari nasabah di PT.BRI Syariah KC. Bengkulu jumlah informan pada penelitian ini adalah 10 orang karena merupakan nasabah dari Bank BRI Syariah KC. Bengkulu.

1. **Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**
2. **Sumber Data**
3. Data Primer yaitu data yang diproleh langsung dari objek yang akan diteliti (Responden).[[7]](#footnote-7) Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui interview (wawancara) dengan 30 orang nasabah bank BRI Syariah.
4. Sumber data sekunder sifatnya merupakan data yang mendukung data pimer yang diproleh secata tidak langsung seperti dokumentasi,buku, jurnal, dan yang berkaitan dengan peneliti.
5. **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam pengumpulan data, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Studi Pustaka

Studi pustaka didapat dari bacaan dan leteratur terkait yang digunakan dalam penelitian ini.sebagian besar literatur yang digunakan dalam penelitian ini merupakan buku-buku, jurnal penelitian, *internet search.*

1. Studi Lapangan

Studi lapangan ini dilakukan untukmemproleh data dengan mengadakan penelitian secara langsung yang meliputi :

1. Wawancara

Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara, dengan menggunakan pedoman wawancara. Pedoman wawancara berfungsi sebagai pengendali jangan sampai proses wawancara kehilangan arah. Pada proses wawancara penulis mengajukan pertanyaan terkait tentang preferensi nasabah dalam menggunakan layanan E-Banking. Penulis mewawancarai nasabah di bank BR Syariah KC. Bengkulu.

1. Observasi

Pada penelitian ini penulis melakukan pengamatan langsung dengan mendatangi lokasi penelitian di Bank BRI Syarih KC Bengkulu.

1. Dokumentasi

Pada penelitian ini penulis mengambil beberapa dokumen, yaitu berupa data tentang profil Bank BRI Syariah KC Bengkulu dan foto-foto saat sedang melakukan wawancara dengan nasabah bank BRI Syariah KC Bengkulu.

1. **Teknik Analisis Data**

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknis analisis data model miles dan Huberman. Adapun langkah dalam analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang dan menyusun data dalam suatu dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasikan.[[8]](#footnote-8) Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data.

1. Penyajian Data

Setelah direduksi,maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara, kategori, *flowchart*, dan sejenisnya.

1. Penarikan Kesimpulan.

Penarikan kesimpulan dan verifikasi data dapat menjawab rumusan masalah, temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya tidak jelas sehingga diteliti menjadi lebih jelas argumentatif.

1. **Sistematika Penulisan**

Penelitian yang direncanakan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I Merupakan Pendahuluan yang berisi Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Penelitian Terdahulu, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

Bab II Merupakan Kajian Teori yang berupa, Preferensi, Nasabah, Manajemen Perbankan Syariah, Perbankan, Kualitas Layanan, dan *E-Banking*.

Bab III Merupakan Gambaran Umum PT. Bank BRI Syariah KC. Bengkulu, Sejarah Singkat Berdirinya BRI Syariah, Visi Misi, Struktur Organisasi dan Produk-produk BRI Syariah KC. Bengkulu.

Bab IV Merupakan pembahasan Hasil Penelitian. Hasil penelitian merupakan penjelasan penyajian data hasil penelitian yang sudah diolah. Penyajian data ini disertai dengan penjelasan secara deskriptif.

Bab V Merupakan Penutup yang berisi Kesimpulan dan Saran. Dimana kesimpulan merupakan penyajian secara singkat apa yang diperoleh dari pembahasan serta saran merupakan anjuran yang diberikan peneliti.

**BAB II**

**KAJIAN TEORI**

1. **Preferensi**
2. **Pengertian Preferensi**

Preferensi menurut Kamus Besar Bahas Indonesia adalah pilihan, kecendrungan, minat atau kesukaan.[[9]](#footnote-9) Preferensi adalah pilihan-pilihan yang dibuat oleh para konsumen atas produk-produk yang dikomsumsi. Kekuatan preferensi konsumen akan menentukan produk-produk apa yang mereka beli dan pendapatan mereka yang berbatas, dan juga permintaan untuk produk-produk. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang, atau jasa yang dikomsumsi kotler berpendapat bahwa preferensi konsumen menunjukan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk atau jasa yang ada. Teori preferensi dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen. Preferensi yang berarti minat atau kesukaan, kata arti atau pengganti. Jadi, preferensi atau minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukannya yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih.

Preferensi ini terbentuk dari presepsi konsumen terhadap produk, faktor-faktor yang mempengaruhi *preferensi trust, profit, service, religious* dominan terhadap ketertarikan konsumen dalam memilih produk yang ingin

Digunakan dan setiap minat akan memuaskan kebutuhan konsumen dalam melakukan fungsin kehendak itu yang berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan.[[10]](#footnote-10)

1. **Nasabah**
2. **Pengertian Nasabah**

Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Penghimpun dan dan pemberi kredit merupakan pelayanan jasa perbankan yang utama dari semua kegiatan lembaga keuangan bank. Berdasarkan pasal 1 angka (16) UU Perbankan diintroduksikan rumusan nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.[[11]](#footnote-11) Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan bank yang di percayai nya.

Dalam memahami mengenai apa yang dipikirkan oleh nasabah ada beberapa hal yang harus dipahami terlebih dahulu14 :

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

Rumusan tersebut kemudian diperinci pada butir berikutnya, yaitu sebagai berikut :

1. Nasabah Penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya dibank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.[[12]](#footnote-12)
2. Nasabah Debitur adalah nasabah yang memproleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah yang dipersamakan dengan itu berdasarkan pernjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan. [[13]](#footnote-13)

Nasabah dapat didefinisikan sebagai seorang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.[[14]](#footnote-14)

Dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa, nasabah adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Nasabah adalah seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain. [[15]](#footnote-15)

Dalam praktiknya, nasabah dibagi dalam tiga kelompok:

1. Nasabah Baru

Nasabah jenis ini baru pertama kali datang ke perusahaan, yang kedatangannya hanya sekedar untuk memperoleh informasi atau sudah mau melakukan transaksi. Jika semula kedatangannya hanya mau untuk memperoleh informasi namun karena sikap kita yang baik bukan tidak mungkin nasabah akan melakukan transaksi. [[16]](#footnote-16)

1. Nasabah Biasa

Artinya nasabah yang sudah pernah berhubungan dengan kita, namun tidak rutin. Jadi kedatangannya sudah untuk melakukan transaksi. Hanya saja frekuensi melakukan transaksi dan kedatangannya belum terlalu sering.

1. Nasabah Utama (primer)

Artinya nasabah yang sudah sering berhubungan dengan kita pelanggan atau nasabah primer selalu menjadikan kita nomor satu dalam berhubungan. Pelanggan ini tidak lagi diragukan loyalitasnya dan sikap kita terhadap mereka harus selalu dipupuk.[[17]](#footnote-17)

1. **Transaksi**
2. **Pengertian Transaksi**

Transaksi adalah suatu aktivitas perusahaan yang menimbulkan perubahan terhadap posisi harta keuangan perusahaan, misalnya seperti menjual, membeli, membayar gaji, serta membayar berbagai macam biaya yang lainnya. Administrasi transaksi adalah suatu kegiatan untuk mencatat berbagai perubahan posisi keuangan dari sebuah perusahaan yang dilakukan secara kronologis, dengan metode-metode tertentu sehingga hasil pencatatan dapat di komunikasikan kepada pihak lainnya. Lalu pengertian transaksi keuangan ialah kegiatan ekonomi yang dapat diukur dengan satuan uang tertentu, yang dapat mengubah posisi keuangan perusahaan tersebut. Dan pengertian transaksi bisnis yaitu dapat di artikan sebagai kejadian-kejadian ekonomi dari suatu bisnis yang secara langsung mempengaruhi kondisi keuangan suatu bisnis, Ini merupakan kegiatan dasar yang mendefinisikan status dalam bisnis.

1. Jenis-jenis transaksi

Pada umumnya transaksi yang terjadi pada kehidupan sehari-hari di dalam suatu perusahaan terbagi menjadi 2 (dua) jenis, diantaranya yaitu :

1. Transaksi internal

Transaksi Internal adalah suatu transaksi yang terjadi yang melibatkan hanya bagian-bagian yang terdapat di dalam perusahaan saja, lebih menekankan perubahan posisi keuangan yang terjadi antara bagian yang ada dalam perusahaan misalnya seperti memo dari pimpinan kepada seseorang yang ditunjuk, perubahan nilai dari harta kekayaan karena penyusutan, pemakaian perlengkapan kantor. Lebih tepatnya dibuat dan juga dikeluarkan oleh perusahaan itu sendiri. Selain itu dapat juga diartikan sebagai bukti pencatatan atas kejadian-kejadian yang terjadi di dalam perusahaan itu sendiri. Contohnya seperti : penghapusan piutang usaha, pengalokasian beban dan lain-lain.

1. Transaksi eksternal

Transaksi Eksternal adalah suatu transaksi yang melibatakan pihak dari luar perusahaan. Seperti misalnya: transaksi penjualan, pembelian, pembayaran hutang piutang dan lain-lain.[[18]](#footnote-18)

1. **Manajemen Perbankan Syariah**
2. **Pengertian Manajemen syariah**

Secara umum, pengertian manajemen ialah “kegiatan untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan terlebih dahulu dengan menggunakan orang lain”.[[19]](#footnote-19)

Menurut Mary Parker Follet, manajemen adalah suatu seni untuk melaksanakan suatu pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini mengandung perhatian pada kenyataan bahwa mencapai tujuan organisasi para manajer mengatur orang-orang lain untuk melaksanakan apa saja yang perlu dalam pekerjaan itu, bukan dengan cara melaksanakan pekerjaan itu oleh dirinya sendiri.[[20]](#footnote-20)

Secara istilah, sebagian pengamat mengartikannya sebagai alat untuk merealisasikan tujuan umum. Oleh karena itu mereka mengatakan bahwa manajemen itu adalah suatu aktivitas khusus menyangkut kepemimpinan, pengarahan, pengembangan personal, perencanaan, dan pengawasan terhadap pekerjaan-pekerjaan yang berkenaan dengan unsur-unsur pokok dalam suatu proyek, tujuannya adalah agar hasil yang di targetkan dapat tercapai dengan cara yang efektif dan efisien.[[21]](#footnote-21)

1. **Prinsip Manajemen Syariah**
2. Prinsip Amar *Ma’ruf Nahi Munkar*

Menyeru kepada kebajikan (*amar ma’ruf*) dan mencegah kemunkaran (*nahi munkar*) adalah wajib. Untuk melaksanakan prinsip tersebut, ilmu manajemen harus dipelajari dan dilaksanakan secara sehat, baik secara bijak maupun secara ilmiah.

1. Kewajiban Menegakkan Kebenaran

Menegakkan kebenaran adalah metode Allah yang harus ditaati oleh manusia. Dengan demikian, manajemen yang disusun oleh manusia untuk menegakkan kebenaran itu menjadi wajib.

1. Kewajiban Menegakkan Keadilan

Hukum syariah mewajibkan kita menegakkan keadilan, kapan dan dimanapun. Semua perbuatan harus dilakukan dengan adil.

1. Kewajiban Menyampaikan Amanah

Allah dan Rasul-Nya memerintahkan kepada setiap muslim untuk menunaikan amanah.[[22]](#footnote-22)

1. **Tujuan Manajemen Syariah**

Semua organisasi, baik yang berbentuk badan usaha swasta, badan yang bersifat publik ataupun lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan tentu mempunyai suatu tujuan sendiri-sendiri yang merupakan motivasi dari pendiriannya. Manajemen didalam suatu badan usaha didorong oleh motif mendapatkan keuntungan (*profit*). Untuk mendapatkan keuntungan yang besar, manajemen haruslah diselenggarakan dengan efisisen.[[23]](#footnote-23)

1. **Unsur Manajemen Syariah**

Manajemen sebagai suatu sistem yang didalamya terdapat unsur-unsur yang saling terkait antara satu dengan yang lainnya dalam rangka mencapai sasaran. Hal inilah sebagai suatu konsep keutuhan. Islam memberikan dorongan kepada umatnya untuk melihat sesuatu secara utuh (*kaafah*). Manajemen terdapat unsur-unsur yaitu:

1. **Perencanaan**

Semua dasar dan tujuan manajemen seperti tersebut diatas haruslah terintergrasi, konsisten dan saling menunjang satu sama lain. Untuk menjaga konsistensi ke arah pencapaian tujuan manajemen maka setiap usaha itu harus didahului oleh proses perencanaan yang baik. [[24]](#footnote-24)

1. **Pengorganisasian**

Perorganisasian ini juga diartikan sebagai keseluruhan proses pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas, tanggung jawab, dan wewenang sedemikian rupa sehingga tercipta suatu kesatuan yang digerakkan dalam rangka mencapai tujuan. [[25]](#footnote-25)

1. **Pengawasan**

Kelancaran operasi bank adalah kepentingan utama bagi manajemen puncak (*top management*). Melalui pengawasan para manajer dapat memastikan tercapai atau tidaknya harapan mereka. Pengawasan juga dapat membantu mereka mengambil keputusan yang lebih baik.[[26]](#footnote-26)

1. **Prinsip-Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah**

Secara garis besar, hubungan ekonomi berdasarkan syariah Islam ditentukan oleh hubungan Aqadyang terdiri dari lima konsep dasar Aqad. Kelima konsep tersebut adalah :

1. Prinsip Simpanan Murni (*al-Wadi’ah)*

Prinsip ini merupakan fasilitas yang diberikan oleh bank syariah untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk *al-Wadi’ah*. Fasilitas *al-Wadi’ah*  biasa diberikan untuk tujuan investasi guna mendapatkan keuntungan seperti halnya giro dan tabungan.

1. Bagi Hasil (*Syirkah*)

Sistem ini adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana, maupun antara bank dengan nasabah penerima dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah *mudharabah* dan *musyarakah.[[27]](#footnote-27)*

1. Prinsip Jual Beli (*at-Tijarah)*

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan. Implikasinya dapat berupa: *Murabahah, Salam, dan Istishna’.*

1. Prinsip Sewa (*al-Ijarah)*

Prinsip ini secara garis besar terbagi kepada dua jenis: (1) *Ijarah,* sewa murni. Seperti halnya penyewaan traktor dan alat-alat produk lainnya. Dalam teknis perbankan, bank dapat membeli dahulu *equipment* yang dibutuhkan nasabah kemudian menyewakan dalam waktu dan hanya yang telah disepakati kepada nasabah. (2) *ijarah al muntahiya bit tamlik* merupakan penggabungan sewa dan beli, dimana si penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa.

1. Prinsip Jasa/*Fee (al-Ajr walumullah)*

Prinsip ini meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini antara lain Bank Garansi, Kliring, Inkaso, Jasa, Transfer, dan lain-lain.[[28]](#footnote-28)

1. **Produk Operasional Bank Syariah di Indonesia**

Pada sistem operasi bank syari’ah, pemilik dana menanamkan uangnya dibank tidak dengan motif mendapatkan bunga, tapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan (misalnya modal usaha), dengan perjanjian pembagian keuntungan sesuai kesepakatan.[[29]](#footnote-29)

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syari’ah dapat di bagi menjadi tiga bagian besar, yaitu:

1. Produk Penyaluran Dana (Financing)
2. Produk Penghimpun Dana (Funding); dan
3. Produk Jasa (*Service*).[[30]](#footnote-30)

Produk-produk tersebut yang ditawarkan bank kepada nasabahnya dengan penjelasan sebagai berikut:

1. **Penyaluran Dana**
2. **Prinsip Jual Beli (*Ba’i*)**

Jual beli dilaksanakan karena adanya pemindahan kepemilikan barang. Keuntungan bank disebutkan didepan dan termasuk harga dari harga yang dijual. Terdapat tiga jenis jual beli dalam pembiyaan kosumtif, modal kerja dan investasi dalam bank syari’ah, yaitu :

1. *Ba’I Al-Murabahah*

Jual beli dengan harga asal ditambah keuntungan yang disepakati antara pihak bank dengan nasabah, dalam hal ini bank menyebutkan harga barang kepada nasabah yang kemudian bank memberikan laba dalam jumlah tertentu sesuai dengan kesepakatan.

1. *Ba’I As-Salam*

Jual beli ini nasabah sebagai pembeli dan pemesan memberikan uangnya ditempat akad sesuai dengan harga barang yang dipesan dan sifat barang telah disebutkan sebelumnya. Uang yang tadi diserahkan menjadi tanggungan bank sebagai penerima pesanan dan pembayaran dilakukan segera.

1. *Ba’I Al-Istishna’*

Merupakan bagian dari ba’i As-salam, namun ba’i Al-istishna bisa digunakan dalam bidang manufaktur dan pembayaran dapat dilakukan beberapa kali pembayaran.[[31]](#footnote-31)

1. **Prinsip Sewa (*Ijarah*)**

Kesepakatan pemindahan hak guna atas barang/jasa melalui sewa tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa.[[32]](#footnote-32)

1. **Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)**
2. *Musyarakah,* Dimana kedua pihak bekerja sama untuk meningkatkan aset seluruh pihak memberikan dana, barang, skill atau aspek lainnya.
3. *Mudharabah,* Kerja sama dua orang yang mana pemilik modal mempercayai pengelola modal untuk mengelola usaha yang nantinya hasil akan dibagi dua sesuai dengan keuntungan.[[33]](#footnote-33)
4. **Penghimpun Dana**
5. **Prinsip *Wadi’ah***

Penerapan prinsip *wadiah* adalah *wadiah yad dhamanah* yaitu bank boleh memanfaatkan harta itu dengan harus bertanggung jawab, sedang *wadiah yad amanah* tidak boleh untuk dimanfaatkan.[[34]](#footnote-34)

1. **Prinsip *Mudharabah***

Dalam prinsip *mudharabah*, penyimpan atau deposan bertindak sebagai pemilik modal sedangkan bank bertindak sebagai pengelola. Dana yang tersimpan kemudian oleh bank digunakan untuk melakukan pembiayaan, dalam hal ini apabila bank menggunakannya untuk pembiayaan *mudharabah*, maka bank bertanggung jawab atas kerugian yang mungkin terjadi. Prinsip *mudharabah* dibagi menjadi tiga yaitu:

1. *Mudharabah mutlaqoh*: prinsipnya dapat berupa tabungan dan deposito, sehingga ada dua jenis yaitu tabungan mudharabah dan deposito mudharabah. Tidak ada pembatasan bagi bank untuk menggunakan dana yang telah terhimpun.
2. *Mudharabah muqayyadah on balance sheet*: jenis ini adalah simpanan khusus dan pemilik dapat menetapkan syarat-syarat khusus yang harus dipatuhi oleh bank, sebagai contoh disyaratkan untuk bisnis tertentu, atau untuk akad tertentu.
3. *Mudharabah muqayyadah off balance sheet*: yaitu penyaluran dana langsung kepada pelaksana usaha dan bank sebagai perantara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pelaksana usaha juga dapat mengajukan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi bank untuk menentukan jenis usaha dan pelaksana usahanya. [[35]](#footnote-35)
4. **Jasa Perbankan**
5. ***Sharf* (jual beli valuta asing)**

Jual beli mata uang yang tidak sejenis namun harus dilakukan pada waktu yang sama bank mengambil keuntungan untuk jual beli tersebut.[[36]](#footnote-36)

1. ***Ijarah* (sewa)**

Menyewakan simpanan dan jasa tata laksana administrasi dokumen dalam hal ini bank mendapatkan imbalan sewa dari jasa tersebut.[[37]](#footnote-37)

1. **Kegiatan Operasional Bank Syariah**
2. **Bidang *Marketing***
3. Pemasaran produk dengan melalui bermacam-macam media pemasaran, baik media elektronik, cetak, pertemuan-pertemuan, pengajian-pengajian, dan sebagainya.
4. Kegiatan *Funding Officer* dan Anggotanya terutama dalam mobilisasi dana.
5. Operasionalisasi *Account Officer* (A/O) atau Pembina Pembiayaan
6. Operasionalisasi bagian *Support* Pembiayaan (BSP)
7. Operasionalisasi bagian Administrasi Pembiayaan
8. Operasionalisasi bagian Pengawasan Pembiayaan.[[38]](#footnote-38)
9. **Bidang Operasional**
10. *Service* Operasional
11. *Teller/*Kasir
12. Jasa Nasabah
13. Bagian Tata Buku.[[39]](#footnote-39)
14. **Bidang Umum**
15. Sekretariat
16. Perbekalan/perlengkapan
17. Personalia
18. Urusan rumah tangga kantor.[[40]](#footnote-40)
19. **Bidang Pengawasan**
20. Pengawasan *Marketing*
21. Pengawasan Personil
22. Pengawasan Umum.[[41]](#footnote-41)
23. **Manajemen Pemasaran Syariah**
24. **Pemasaran Syariah**

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan nasabah. Pemasaran syari’ah diartikan sebagai suatu disiplin unit bisnis strategis yang diarahkan kepada suatu proses dimana terdapat perubahan nilai serta penawaran dari satu penggagas kepada bagian yang lain dalam keseluruhannya sesuai dengan prinsip-prinsip kegiatan muamalah dalam islam.[[42]](#footnote-42)

1. **Tujuan Pemasaran Syariah**

Secara umum tujuan pemasaran syari’ah adalah:

1. Memudahkan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan secara berulang-ulang.
2. Memaksimalkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan.
3. Memaksimumkan pilihan dalam arti perusahaan menyediakan berbagai jenis produk sehingga konsumen memiliki beragam pilihan.
4. Memaksimalkan kualias dengan memberikan berbagai kemudahan kepada konsumen.[[43]](#footnote-43)
5. **Konsep Pemasaran Syariah**

Konsep pemasaran syariah menekankan bahwa perlunya menerapkan manajemen professional, artinya dengan melakukan kegiatan tersebut maka semua produk atau jasa yang dihasilkan pasti dapat memiliki *positioning* tersendiri. Hal ini dapat membedakan antara pemasaran bisnis perusahaan konvensional dengan pemasaran bisnis yang menerapkan prinsip syariah yang memberikan kepuasan kepada konsumen dan *stakeholder* tidak saja pada tataran kepuasan duniawi, akan tetapi juga mengarah pada kepuasan *ukhrawi*, karena terdapat ridha Allah swt yang dituju. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa tujuan pemasaran bisnis dengan prinsip syariah adalah dengan penerapan prinsip-prinsip etika atau berlandaskan kepada entitas nilai-nilai Islam sebagai penciptaan kepuasan duniawi dan *ukhrawi* bagi para *stakeholders* perusahaan.[[44]](#footnote-44)

1. **Dasar Hukum**

Pemasaran adalah bagian dari aktivitas atau kegiatan jual beli. Pada dasarnya Islam sangat menghargai mekanisme dalam perdagangan dan penghargaan tersebut berangkat dari ketentuan Allah swt yang menghalalkan transaksi jual beli.

1. **Karakteristik Pemasaran Syariah**

Ada empat karakteristik pemasaran syari’ah yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar sebagai berikut:

1. *Teistis (Rabbaniyyah),* Salah satu ciri khas pemasaran syariah adalah sifatnya yang religius.
2. *Etis (Akhlaqiyyah),* Mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kehidupannya.
3. *Realistis (Al-Waqi’iyyah),* Pemasaran syariah bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti modernitas, dan kaku. Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang fleksibel.
4. *Humanistis (Al-Insaniyyah),* Keistimewaan pemasaran syariah yang lain adalah sifatnya yang *humanistis universal*.[[45]](#footnote-45)
5. **Etika (*Akhlak)* Pemasar**

Ada sembilan etika pemasar, yang akan menjadi prinsip-prinsip bagi *syariah markerter* dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran yaitu: (1) Memiliki kepribadian spiritual (takwa), (2) Berperilaku baik dan simpatik (*shidq*), (3) Berlaku adil dalam bisnis (*al-‘adl*), (4) Bersikap melayani dan rendah hati (*khidmah*), (5) Menepati janji dan tidak curang, (6) Jujur dan terpercaya (*al-amanah*), (7) Tidak suka berburuk sangka (*su’uzh-zhann*), (8) Tidak suka menjelek-jelekkan (*ghibah*), dan (9) Tidak melakukan sogok/suap (*risywah*).[[46]](#footnote-46)

1. **Aplikasi Manajemen Pemasaran Syariah pada Perbankan**

Dalam ilmu pemasaran kita mengenal konsep klasik *Marketing mix* untuk melakukan penetrasi pasar, yaitu untuk menembus pasar di perlukan beberapa strategi terhadap masing-masing komponen yang terdiri atas :

1. *Product* (Produk), sama halnya dengan perbankan konvensional, produk yang dihasilkan dalam perbankan syariah bukan berupa barang, melainkan berupa jasa. Ciri khas jasa yang dihasilkan harus mengacu pada nilai-nilai syariah atau yang diperbolehkan dalam Al-Qur’an, tetapi agar bisa lebih menarik minat konsumen terhadap jasa perbankan yang dihasilkan, produk tersebut harus tetap melakukan strategi “*diferensiasi”* agar mereka mau beralih dan mulai menggunakan jasa perbankan syariah.[[47]](#footnote-47)
2. *Price* (Harga), menerjemahkan pengertian harga dalam perbankan syariah bisa dianalogikan dengan melihat seberapa besar pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dalam bentuk jasa yang setimpal atas pengorbanan yang telah dikeluarkan oleh konsumen tersebut. Ketika jasa yang dihasilkan oleh perbankan syariah mampu memberikan sebuah nilai tambah (keuntungan) lebih dari perbankan konvensional pada saat ini, artinya harga yang ditawarkan oleh perbankan syariah tersebut mampu bersaing, bahkan berhasil mengungguli perbankan konvensional.
3. *Place* (Tempat atau saluran distribusi), merupakan hal yang tidak kalah penting dengan unsur-unsur “P” sebagaimana disebutkan diatas, melakukan penetrasi pasar perbankan syariah yang baik tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik pula, untuk menjual jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Jika pelayanan perbankan syariah bisa dilakukan dimana saja diseluruh Indonesia, bisa dipastikan penetrasi pasar perbankan syariah akan lebih cepat berhasil.[[48]](#footnote-48)
4. *Promotion* (Promosi), dalam *marketing*, efektifitas sebuah iklan sering digunakan untuk menanamkan *brand image*  atau agar lebih dikenal keberadaannya. Ketika *brand image* sudah tertanam dibenak masyarakat umum, menjual sebuah produk, baik dalam bentuk barang maupun jasa akan terasa menjadi jauh lebih mudah.
5. *People* (Orang), bisa kita interprestasikan sebagai sumber daya manusia (SDM) dari perbankan syariah, baik secara langsung, maupun tidak langsung akan berhubungan dengan nasabah (*customer)*, SDM ini pun sangat berkorelasi dengan tingkat kepuasan para pelanggan perbankan syariah.
6. *Process* (Proses), saat ini merupakan salah satu unsur tambahan *Marketing Mix* yang cukup mendapat perhatian serius dalam perkembangan ilmu *marketing*. Dalam perbankan syariah, proses atau mekanisme mulai dari melakukan penawaran produk hingga proses menangani keluhan pelanggan perbankan syariah yang efektif dan efisien perlu dikembangkan dan ditingkatkan.
7. *Physical evidence* ( Bukti fisik), cara dan bentuk pelayanan kepada nasabah perbankan syariah juga merupakan bukti nyata yang seharusnya bisa dirasakan atau dianggap sebagai bukti fisik bagi para nasabahnya, yang suatu hari nanti diharapkan akan memberikan sebuah testimonial positif kepada masyarakat umum guna mendukung percepatan perkembangan perbankan syariah menuju arah yang lebih baik lagi dari saat ini.[[49]](#footnote-49)
8. **Perbankan**
9. **Pengertian Perbankan**

*A.Abdurrachman* mengemukakan perbankan (*Banking)* pd umumnya ialah kegiatan-kegiatan dalam menjual-belikan mata uanga, surat efek dan instrumen-instrumen yang dapat diperdagangkan.penerimaan deposito, untuk memudahkan penyimpanannya atau mendapatkan bunga, dan pembuatan, pemberian pinjaman-pinjaman dengan atau tanpa barang-barang tanggungan, penggunaan uang yang diempatkan atau diserahkan untuk disimpan. [[50]](#footnote-50)

Sementara itu pasal 1 UU No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan, sebagaimana telah diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998 Dijelaskan : perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup elembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya, sedangkan pengertian bank dijelaskan dalam Pasal 1 angka 2 UUP: Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dari berbagai pengertian tentang perbankan yang dikutip diatas, secara sederhana kiranya dapat dikemukakan disini.[[51]](#footnote-51)

1. **Kualitas Layanan**
2. **Definisi Pelayanan**

Layanan merupakan aktivitas yang tidak berwujud atau keuntungan yang disediakan perusahaan dengan maksud untuk memuaskan kebutuhan konsumennya ketika mereka mengeluarkan uang. Layanan menjadi bagian penting yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian di Asia, yaitu sekitar 40% dari GDP (*Gross domestic product*).[[52]](#footnote-52)

Jasa (*service*) merupakan entitas yang tidak berwujud. Contohnya dalam usaha perbankan. Meskipun kita melihat bentuk usaha secara fisik, tetapi yang dijual sebenarnya adalah jasa.Pelayanan pelanggan menurut Kotler ialah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan apapun Sehingga pelayanan perbankan dapat diartikan kegiatan bank dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga pada akhirnya diharapkan dapat menciptakan kepuasan bagi nasabah itu sendiri.[[53]](#footnote-53)

1. **Tujuan Layanan**

Tujuan pelayanan secara umum adalah untuk menunjang pemasaran terhadap nasabah atau pelanggan. Apabila tujuan telah terlaksana maka manfaat secara umum dari pelayanan bisa didapatkan yaitu meningkatkan loyalitas pelanggan. Konsep loyalitas pelanggan ditandai dengan pembelian secara berulang kali, sehingga perusahaan akan tetap survive dalam jangka panjang dan meningkatkan laba perusahaan. [[54]](#footnote-54)

1. **Manfaat Kualitas Layanan**
2. Manfaat bagi pelanggan
3. Pemenuhan kebutuhan.
4. Penghargaan mendapatkan layanan yang baik.
5. Kepercayaan sebagai mitra bisnis.
6. Kepercayaan terhadap perushaan yang profesional.
7. Manfaat bagi karyawan
8. Meningkatkan kepercayaan diri.
9. Menumbuhkan kepuasan pribadi.
10. Menumbuhkan semangat bekerja.
11. Manfaat bagi perusahaan
12. Peningkatan citra profesional.
13. Kelangsungan usaha terjamin.
14. Meningkatkan laba perusahaan.[[55]](#footnote-55)
15. **Electronic Banking**
16. **Pengertian *Electronic Banking* (*E-Banking*)**

Menurut Tampubolon (2009), *E-Banking* adalah salah satu jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. Sedangkan Clarke (2009) mengatakan bahwa *E-Banking* adalah penyediaan jasa perbankan pada sektor retail dan skala kecil melalui saluran elektronik.[[56]](#footnote-56)

Melalui *E- Banking*, nasabah bank pada umumnya dapat mengakses produk dan jasa perbankan dengan menggunakan berbagai peralatan elektronik (*intelligent electronic device*), seperti *personal computer* (PC), kios atau telepon.[[57]](#footnote-57) Kemajuan pesat teknologi komputer baik perangkat keras, perangkat lunak, sistem *host to host*, sistem jaringan dan komunikasi data memberikan dampak yang luar biasa kepada jasa perbankan secara elektronik. Perkembangan *E-Banking* mengalami lompatan besar, transaksi bank menjadi mudah, cepat dan *real time* tanpa ada batasan waktu dan tempat. Bank menyediakan layanan *E-Banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif media untuk melakukan transaksi perbankan, tanpa nasabah datang ke bank atau ke ATM. Kecuali untuk transaksi setoran dan tarikan uang tunai.17

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/15/PBI/2007 *Electronic Banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik antara lain ATM, *phone banking electronic fund transfer, internet banking, mobile phone.*

1. **Sejarah *Electronic Banking (E-Banking)***

*Electronic Banking* adalah istilah yang menggambarkan semua transaksi yang terjadi antara perusahaan, organisasi, dan individu dan lembagaperbankan mereka. Pertama dikonseptualisasikan dalam pertengahan 1970-an, Inggris Negara pertama yang mempunyai layanan perbankan *online*, didirikan oleh *Bank of Scotland* bagi para pelanggan dari *Nottingham Building Society* (NBS) pada tahun 1983. Beberapa bank yang ditawarkan nasabah perbankan elektronik pada tahun 1985. Namun, kurangnya pengguna internet, dan biaya yang terkait dengan penggunaan *online banking*, terhambat pertumbuhan. Ledakan internet diakhir 1990-an membuat orang lebih nyaman dengan membuat transaksi melalui web. Meskipun kehancuran dot-com, *E-Banking* tumbuh bersama internet.[[58]](#footnote-58)

Sementara lembaga keuangan mengambil langkah untuk menerapkan *E- Banking* dipertengahan 1990-an, *Stanford Federal Credit Union* adalah lembaga keuangan pertama yang menawarkan layanan internet *banking online* untuk semua anggotanya pada bulan Oktober 1994, banyak konsumen ragu-ragu untuk melakukan transaksi keuangan melalui web. Butuh adopsi perdagangan elektronik, berdasarkan perusahaan *trailblazing* seperti *America Online*, *Amazon.*com dan *eBay*, untuk membuat ide membayar untuk barang secara *online* luas. Pada tahun 2000, 80 persen dari bank-bank AS yang ditawarkan *E-Banking*. Di gunakan pelanggan tumbuh perlahan-lahan. Di *Bank of America*, misalnya, butuh 10 tahun untuk memperoleh 2 juta *E-Banking* pelanggan.[[59]](#footnote-59)

Pada tahun 2001, *Bank of America* menjadi bank pertama ke atas 3 juta pelanggan *online banking*, lebih dari 20 persen basis pelanggannya Sebagai perbandingan, lembaga-lembaga nasional lebih besar, seperti *Citigroup* mengklaim 2,2 juta hubungan *online* secara global, sementara JP Morgan Chase Fargo memiliki 2,5 juta pelanggan *online banking*, termasuk usaha kecil. Pelanggan *online* terbukti lebih loyal dan menguntungkan dari pelanggan biasa. Pada Oktober 2001, *Bank of America* pelanggan dieksekusi rekor 3,1 juta pembayaran tagihan elektronik, dengan total lebih dari $1 miliyar. Pada tahun 2009, sebuah laporan *Gartner Group* memperkirakan bahwa 47 persen orang dewasa AS dan 30 persen di Inggris bank *online*. Tahun 2000, implementasi *E-Banking* dan *mobile banking* mulai dilakukan oleh beberapa Bank di Indonesia dan sampai saat ini. Bank di Indonesia mulai memasuki dunia maya.[[60]](#footnote-60)

1. **Jenis Transaksi *Electronic Banking* (*E-Banking*)**

Dalam *E-*Banking adanya pemisahan secara fisik antara konsumen dengan karyawan bank meyebabkan situasi yang unik, sehingga kepercayaan dari nasabah adalah hal yang terpenting bagi bank. Dalam Al-Qur’an dijelaskan mengenai tatacara transaksi yang dilakukan tidak tunai yaitu keterangan dalam surah Al-Baqarah ayat 282 :

...فَٱكْتُبُوهُ مُّسَمًّى أَجَلٍ إِلَىٰٓبِدَيْنٍ تَدَايَنتُم إِذَا ءَامَنُوٓا۟ٱلَّذِينَ يَٰٓأَيُّهَا

*“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.”* (Q.s. Al Baqarah (2): 282).

Dari ayat diatas dapat dijelaskan apabila dalam bermuamalah tidak secara tunai maka tuliskanlah. Hal ini dalam dunia perbankan bermuamalah secara tidak tunai yaitu transaksi yang dilakukan melalui *E-Banking*. Saat ini transaksi *E-Banking* sudah dapat melakukan banyak hal, tetapi masih akan dapat berkembang lebih jauh lagi diwaktu mendatang. Transaksi yang saat ini dapat dilakukan antara lain:

1. Transfer Dana atau Pemindahan Dana
2. Dua rekening di bank yang sama
3. Rekening di bank yang berbeda, missal rekening di bank A ke rekening di bank B, dan lain-lain.
4. Informasi
5. Saldo
6. Transaksi, dan lain-lain.
7. Pembayaran
8. Listrik
9. Handphone berbagai operator
10. Iuran TV kabel
11. PBB
12. Kartu Kredit, dan lain-lain[[61]](#footnote-61)
13. Pembelian
14. Pulsa telepon berbagai operator
15. Pulsa PLN Prabayar
16. Pulsa ETOL, dan lain-lain. [[62]](#footnote-62)
17. **Produk-Produk *Electronic Banking***

Kemajuan teknologi *E-Banking* sangat pesat bersamaan dengan kemajuan interkoneksi pelayanan dan komunikasi data melalui jaringan kabel maupun *wireless*(tanpa kabel).[[63]](#footnote-63)

Ternyata *E-Banking* tersebut telah melahirkan beberapa produk, yaitu *Internet Banking, Mobile Banking, Phone Banking*, dan *Sms Banking*:

1. *Internet Banking*

Menurut Bank Indonesia (2004), *Internet Banking* merupakan salah satu pelayanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet.[[64]](#footnote-64)

Menurut Turban et al. (2002), *Internet Banking*  adalah perbankan yang menggunakan internet yang memungkinkan di lakukannya pembayaran tagihan, mendapatkan pinjaman dari bank, atau melakukan transfer antar rekening. Sedangkan menurut Furst et al. (2000) mendefinisikan *Internet Banking* sebagai penggunaan internet sebagai saluran perpanjangan jarak jauh untuk mengantarkan jasa-jasa perbankan.[[65]](#footnote-65)

*Internet Banking*, ini termasuk saluran teranyar *E-Banking* yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi via internet dengan menggunakan komputer/PC atau PDA. Fitur transaksi yang dapat dilakukan sama dengan *Phone Banking* yaitu informasi jasa/produk bank, informasi saldo rekening, transaksi pemindah bukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (voucher dan tiket), dan transfer ke bank lain. Kelebihan dari saluran ini adalah kenyamanan bertransaksi dengan tampilan menu dan informasi secara lengkap tertampang di layar komputer/PC atau PDA.[[66]](#footnote-66)

1. *Mobile Banking*

*Mobile Banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon selular/*handphone GSM* dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon selular misal XL, Indosat, Telkomsel, dan operator telepon lainnya. *Phone Banking*

*Phone Banking* Adalah layanan yang diberikan bank kepada nasabah untuk kemudahan dalam mendapatkan informasi perbankan dan untuk melakukan transaksi *financial non-cash* melalui telepon.[[67]](#footnote-67)

1. *Sms Banking*

*Sms Banking* Adalah layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon selular dengan menggunakan media *SMS*(*Short Message Service*).[[68]](#footnote-68)

Produk tersebut membuat lompatan teknologi yang luar biasa, menembus batasan ruang dan waktu. Kapanpun dimanapun nasabah dapat bertransaksi selama 24 jam. Nasabah dibuat nyaman dengan produk dan jasa ini, karena untuk transaksi yang bermacam-macam cukup bertransaksi ditempat nasabah, dan tidak perlu datang ke bank dan tidak perlu antri panjang didepan *Teller* atau antri di mesin *ATM*. [[69]](#footnote-69)

1. **Perkembangan Transaksi *Electronic Banking* (*E-Banking*)**

Transaksi yang dapat dilakukan via “*Electronic Banking*” akan terus berkembang sampai tidak terbatas. Selama ini *E-Banking* telah berkembang sangat cepat sekali dan faktor teknologilah yang turut mendorong ke arah itu. Ada beberapa bidang teknologi yang saling berkaitan dan sangat berpengaruh dalam perkembangan *E-Banking*, yaitu:

1. *Hardware*

Pada intinya perkembangan *hardware* tertuju kepada perkembangan teknologi *mikroprosesor* (sebagai otak dari komputer). Peningkatan kemampuan *mikroprosesor* dalam melakukan jumlah instruksi per detik (contoh dari 2 miliyar instruksi per detik menjadi 100 miliyar instruksi per detik) dan peningkatan kemampuan *multitasking* dan lain-lain.[[70]](#footnote-70)

1. *Software*

Menyangkut ke perkembangan dan kemampuan aplikasi program.

1. Teknologi Komunikasi Data

Dalam teknologi telekomunikasi dibagi menjadi 2 macam, yaitu *Voice* dan data. Sebagai gambaran kalau kita ngobrol (telepon biasa/konvensional) dengan teman sambil ketawa-ketawa itu adalah “*Voice*”, dan ini teknologi “Analog”. Sedangkan “Data” dikaitkan dengan teknologi “Digital”. Sekarang ini peta perubahan teknologi menjurus ke arah menggunakan teknologi digital. Contohnya internet, TV Digital, pelayanan data *service* (Indosat, Telkom, XL, operator telepon *GSM/CDMA*).

1. *Host to Host*

Ini berkaitan dengan hubungan kerja sama antara pihak bank dengan pihak lain. Sebagai contoh, pembayaran rekening listrik dapat dibayar di Bank A via *ATM* Bank A. Maka server Bank A harus dapat berhubungan dengan server PLN (*Host to Host*) untuk komunikasi data.[[71]](#footnote-71)

1. **Keamanan Transaksi *E-Banking***
2. PIN merupakan kode akses sehingga nomor pin merupakan kode rahasia pribadi, tidak boleh orang lain mengetahuinya.
3. Untuk *Internet Banking*, *User ID* bersifat rahasia dan *key token* tidak dipinjamkan ke orang lain, serta mengakses situs bank yang benar.
4. Penggantian PIN secara berkala merupakan salah satu cara untuk meminimalkan resiko.
5. *Sim Card handphone* harus dilindungi karena nomor telepon tersebut sudah terdaftar pada database komputer bank untuk dapat bertransaksi melalui *phone banking*. Apabila nomor *handphone* tersebut akan dijual atau di buang, nomor tersebut harus di-*unregistered*.
6. Nasabah harus berhati-hati, karena banyak orang-orang jahat selalu mencoba untuk memanfaatkan kelengahan nasabah baik melalui *phising* atau kegiatan *hacker*.[[72]](#footnote-72)
7. **Keuntungan *E-Banking***
8. Dapat bertransaksi kapan saja dan dimana saja.
9. Sangat efisien, hanya dengan menggunakan perintah melalui komputer atau *handphone*, nasabah dapat langsung melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor bank. Efisiensi waktu dan efisiensi biaya.
10. Aman, *Electronic Banking* dilengkapi dengan *security user* ID dan PIN untuk menjamin keamanan dan menggunakan *Key Token* alat tambahan untuk mengamankan transaksi. Pengiriman data dengan melalui acak terlebih dahulu.[[73]](#footnote-73)
11. **Risiko *Internet Banking***

Resiko yang banyak terjadi adalah adanya orang atau sekelompok orang yang dengan sengaja melakukan kegiatan *Phising*. Artinya mereka membuat situs yang mirip dengan situs bank aslinya, sehingga tanpa disadari oleh nasabah bahwa yang bersangkutan sedang mengakses situs palsu karena logo bank dan formatnya sama persis menyerupai aslinya.[[74]](#footnote-74)

1. **Manfaat Elektronik Banking**

Manfaat elektronik banking antara lain :

1. Mudah

* Dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja.
* Hanya dengan menggunakan perintah melalui computer atau alat komunikasi yang anda gunakan dapat langsung melakukan transaksi perbankan tanpa datang ke bank.

1. Aman

Produk elektronik banking dilengkapi dengan security user ID dan PIN untuk menjamin atas transaksi yang dilakukan.[[75]](#footnote-75)

**BAB III**

**GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

1. **Sejarah singkat BRI Syariah KC. Bengkulu**

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya. 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT Bank BRIsyariah Tbk secara resmi beroperasi. Kemudian PT Bank BRIsyariah Tbk merubah kegiatan usaha yang semula beroperasional secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam. Dua tahun lebih PT Bank BRI syariah Tbk hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.[[76]](#footnote-76)

Kehadiran PT. BRI Syariah Tbk di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas pleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. BRI Syariah Tbk yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang

Digunakan merupakan turunan dari biru dan putih sebagai benang merah dengan *brand* PT. BRI Syariah (Persero) Tbk.

Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT Bank BRI Syariah Tbk. Saat ini PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT Bank BRI Syariah Tbk tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT Bank BRI Syariah Tbk menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

Sesuai dengan visinya, saat ini PT Bank BRI Syariah Tbk merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumer berdasarkan prinsip Syariah.[[77]](#footnote-77)

Sejak tanggal 9 Mei 2018 BRI Syariah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham BRIS. Melihat potensi yang sangat besar pada segmen perbankan syariah, kami menghadirkan bisnis keuangan yang berlandaskan dengan prinsip-prinsip luhur perbankan syariah. Dengan basis nasabah yang terbentuk secara luas di seluruh penjuru Nusantara, kami terus tumbuh dan menghadirkan produk dan layanan terbaik dengan kapabilitas kami sebagi bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah.

1. **Visi dan Misi BRI Syariah**
2. **Visi BRI Syariah**

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.[[78]](#footnote-78)

1. **Misi BRI Syariah**
2. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
3. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
4. Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
5. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.[[79]](#footnote-79)

BRI Syariah mempunyai motto yang berbunyi Bersama Wujudkan Harapan Bersama sebagai perwujudan dari visi dan misi BRI Syariah sendiri yang mempunyai arti bahwa BRI Syariah ingin menjelaskan bahwa seluruh.[[80]](#footnote-80)

# Peran BRI Syariah Bengkulu

Dalam menjalankan kegiantannya bank mempunyai peran penting dalam sistem keuangan adapun PT. Bank BRI Syariah, yaitu :

1. Pengalihan asset ( asset transmutation )

Yaitu pengalihan dana atau asset dari unit surplus ke unit devisit. Dimana sumber dana yang di berikan pada pihak pinjaman berasal waktunya di atur sesuai dengan keinginan pemilik dana. Dalam hal ini bank berperan sebagai aset yang likuid dari unit surplus kepada unit defisit.

1. Transakasi (*Transaction*)

Bank memberikan berbagai kemudahan kepada pelaku ekonomi untuk melakukan transaksi. Dalam ekonomi modern, transaksi barang dan jasa tidak pernah terlepas dari transaksi keuangan. Untuk itu produk-produk yang dikeluarkan oleh bank (giro, tabungan, deposito saham dan sebagainya) merupakan pengganti uang dan dapat di gunakan sebagai alat pembayaran.

1. Likuiditas (*Liquidity*)

Unit surplus dapat menempatkan dana uang dimilikinya dalam bentuk produk-produk berupa giro, tabungan, deposito dan sebagainya. Produk- produk tersebut masing-masing mempunyai tingkat likuiditas yang berbeda-beda.Untuk kepentingan likuiditas para pemilik dana dapat menempatan dananya sesuai dengan kebutuhan dana kepentingannya. Dengan demikian bank memberikan fasilitas pengelolaan likuiditas kepada pihak yang mengalami surplus likuiditas dan menyalurkan kepada pihak yang mengalami kekurangan likuiditas.

1. Efisiensi (*Efficiency*)

Peranan bank adalah menemukan peminjaman dan pengguna modal tanpa mengubah produknya. Disini bank hanya memprlancar dan mempertemukan pihak-pihak yang saling membutuhakan.[[81]](#footnote-81)

1. **Sumber Daya Insani**

Sebagai bentuk apresiasi atas kinerja sumber daya insani perusahaan. BRI Syariah telah dianugerahkan indonesia *Employe Engagement* Award dalam kategori *Overal Favorability Index Employe Engagement,* oleh LPPI, Majalah Stabilitas, Kinerja Unggul Nusantara. Kami menyadari pentingnya Sumber Daya Insani (SDI) bagi keberlanjutan usaha. Oleh karenanya, BRI Syariah senantiasa meningkatkan kompetensi dan kualitas SDI nya secara berkelanjutan. Selain itu, kami juga menggunakan pendekatan berbasis informasi teknologi terkini dalam pengelolaan operasional dan layanan kepada karyawan. Hal ini dilakukan untuk menjadikan Sumber Daya Insani (SDI) kami yang terintegrasi menjadi landasan dalam memberikan pelayanan terbaik dari produk-produk kami yang berkualitas.[[82]](#footnote-82)

1. **Teknologi Infomasi**

Kami terus menerus melakukan pengembangan di bidang Teknologi Informasi (TI) dalam rangka mempersiapkan dairi menghadapi tantangan dan perubahan teknologi di masa depan. Untuk itu, BRI Syariah melakukan banyak hal terkait pengembangan di bidang TI, termasuk diantaranya pengembangan aplikasi, produk dan layanan serta jaringan untuk mendukung operasional layanan perbankan yang aman, cepat dan memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melaukan setiap transaksi perbankan.[[83]](#footnote-83)

* 1. **BRI Syariah *Online***

Merupakan layanan perbankan *E-Banking* untuk kemudahan para nasabah.

Fitur-fitur BRI Syariah *Online* yaitu :

* + - 1. Transaksi Perbankan Digital
      2. Pembayaran Tagihan
      3. Pembelian
      4. Notifikasi Transaksi
      5. Inbox
      6. Electronic Statement
      7. Mulri-Rekening
      8. Transaksi Favorit
      9. Personalisasi BRI Syariah Online
      10. Informasi BRI Syariah.
      11. Konten Islami[[84]](#footnote-84)

1. **Produk Pendanaan**

Adapun produk-produk pendanaan BRI Syariah yaitu :

* + - 1. Tabungan Faedah BRI Syariah
      2. Tabungan Faedah Impian BRI Syariah
      3. Tabungan Faedah Cerdas BRI Syariah
      4. Tabungan Faedah Haji BRI Syariah
      5. Tabungan Faedah Bisnis BRI Syariah
      6. Giro Faedah BRI Syariah
      7. Deposito Faedah BRI Syariah[[85]](#footnote-85)

1. **Produk Pembiayaan**

Adapun produk-produk pembiayaan BRI Syariah yaitu :

* + - 1. Gadai Faedah BRI Syariah
      2. RitelFaedah BRI Syariah
      3. Mitra Faedah BRI Syariah
      4. Purna Faedah BRI Syariah
      5. Griya Faedah BRI Syariah
      6. Oto Faedah BRI Syariah
      7. Mikro Faedah BRI Syariah
      8. Multi Faedah BRI Syariah
      9. KUR IB[[86]](#footnote-86)

# Struktur Organisasi Bank BRI Syariah Bengkulu

# Struktur organisasi perusahaan merupakan suatu gambaran yang menunjukkan suatu pekerjaan yang harus dilakukan oleh setiap bagian atau anggota. Gambar struktur organisasi PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu dapat dilihat pada gambar berikut ini: [[87]](#footnote-87)

# Tabel 1.1

# Struktur Organisasi Bank BRI Syariah KC.Bengkulu

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | Pimpinan Cabang  BRISyariah Bengkulu | |  | | |
|  | | | | |  | | | |
|  |  | |  | | |  | |  |
| Marketing Manager  Small Medium Enterprise & Consumer | | Marketing Manager Micro (M3) | | | Manager Operational  (MO) | | Financing Support  Manager (FSM) | |
|  |  | |  | | |  | |  |
| * AO SME * AO Consumer * Funding officer ( FO ) * Relationship Officer KLS | | * Unit Head * Area Financing Officer * Unit Financing Officer * Sales Officer * Relationship Officer * Area Support | | | * Customer Service ( CS ) * Teller * General Affair ( GA ) * Loan Operation ( LO ) * Petugas Kliring * Operation Quality Assurance (OQA) | | * Appraisal & Legal * Administrasi Pembiayaan ( ADP ) * Custody | |

**BAB IV**

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Untuk melakukan penelitian tentang preferensi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan melalui layanan *E-Banking* yaitu *Internet banking, mobile banking* dan ATM di PT. BRI Syariah KC. Bengkulu, maka penulis mengumpulkan data dengan melakukan wawancara langsung ke objek penelitian.

1. **Data Informan**

Informan dalam penelitian ini terdiri dari nasabah Bank BRI Syariah KC. Bengkulu yang dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut :

**Tabel 1.2**

**Informan Penelitian**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Nama** | **Posisi** | **Pekerjaan** | **Usia** |
| 1. | Supy Arnof, S.Pd. | Nasabah | Karyawan Swasta | 26 Thn |
| 2. | Briptu Anjas Dwi Putra, S.H. | Nasabah | Polisi | 23 Thn |
| 3. | Lidya Febri | Nasabah | Mahasiswa | 21 Thn |
| 4. | Imam Setiono, S.E. | Nasabah | Karyawan Swasta | 22 Thn |
| 5. | Vivit Marlias | Nasabah | Presenter RBTV | 21 Thn |
| 6. | Bayu Prayuda | Nasabah | Mahasiswa | 21 Thn |
| 7. | Nicko Apriansyah | Nasabah | Karyawan Swasta | 21 Thn |
| 8. | Selfie Ramadhani, S.I.Kom | Nasabah | Karyawan Swasta | 24 Thn |
| 9. | Lia Hatika, S.Pd. | Nasabah | Guru | 26 Thn |
| 10. | Hadi Supriono, S.E. | Nasabah | Pengusaha | 37 Thn |
| 11. | Tifani Alexandera | Nasabah | Mahasiswa | 21 Thn |
| 12. | Ramawan Aidil Fitri | Nasabah | Swasta | 57 Thn |
| 13. | Wahyu Masyuri, S.Pd. | Nasabah | Guru | 24 Thn |
| 14. | Aisyah Puja, S.Mat | Nasabah | Guru | 24 Thn |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 15. | Rocky Farenza | Nasabah | Mahasiswa | 23 Thn |
| 16. | Noverson Triyanda | Nasabah | Swasta | 26 Thn |
| 17. | Amirruzuhra, S.Ked | Nasabah | Dokter | 26 Thn |
| 18. | Intan Andini P. | Nasabah | Mahasiswa | 23 Thn |
| 19. | Julian Wijaya | Nasabah | Mahasiswa | 23 Thn |
| 20. | Adi Pramana | Nasabah | Swasta | 25 Thn |
| 21. | Devi Suryani, S.Pd | Nasabah | Guru | 35 Thn |
| 22. | Yara Astuti | Nasabah | IRT | 28 Thn |
| 23. | Berly Pratama | Nasabah | Swasta | 28 Thn |
| 24. | Jalon S.Pd | Nasabah | Guru | 43 Thn |
| 25. | Agus Thaifur,S.Pd | Nasabah | Guru | 33 Thn |
| 26. | Mahesa Kurniati, S.Ked | Nasabah | Dokter | 25 Thn |
| 27. | Baghas Pradena | Nasabah | Swasta | 23 Thn |
| 28. | Dicky Ardiansyah | Nasabah | Pegawai | 23 Thn |
| 29. | Evi Maryani | Nasabah | IRT | 45 Thn |
| 30. | Rechi Tri Okazani | Nasabah | Mahasiswa | 24 Thn |

Sumber : Dokumen Wawancara, Tanggal 12-21 November 2019

1. **Referensi nasabah terhadap layanan *E-Banking* di PT. BRI Syariah KC. Bengkulu*.***

Preferensi merupakan pilihan-pilihan yang dibuat oleh para konsumen atas produk-produk yang dikomsumsi. Preferensi juga dapat diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang, atau jasa yang dikomsumsi, Preferensi yang berarti minat atau kesukaan, kata arti atau pengganti. Jadi, preferensi atau minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukannya yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap produk yang ada di PT. BRI Syariah KC. Bengkulu tentunya ada yang berperan dalam memasarkan atau mempromosikan dan langkah-langkah untuk menarik minat nasabah supaya tertarik menggunakan produk tersebut, terutama produk jasa *E-Banking* yaitu seperti *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan ATM sehingga dengan keunggulan-keunggulan yang dimiliki dapat terjadinya peningkatan terhadap jumlah nasabah. Teori preferensi dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen. Preferensi yang berarti minat atau kesukaan, kata arti atau pengganti. Jadi, preferensi atau minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukannya yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan nasabah.

Berikut ini penulis mengemukakan hasil penelitian tentang bagaimana preferensi nasabah terhadap layanan *E-Banking* yaitu nasabah lebih banyak menggunakan *mobile banking* dibandingkan dengan *internet banking* dan ATM, dikarenakan nasabah lebih memilih menggunakan layanan *E-Banking* tersebut atas dorongan kebutuhan dan kemudahan dalam bertransaksi di BRI Syariah KC. Bengkulu.

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan kepada Bapak Supy Arnof, S.Pd. mengatakan :

Saya dulu menggunakan ATM sebagai alat bertransasksi saya, setelah munculnya layanan *E-Banking* khususnya yaitu *Mobile Banking* dan karena adanya dorongan kebutuhan dan untuk mempermudah bertransaksi, saya lebih memilih menggunakan *Mobile Banking* dari pada *internet Banking* karena saya kurang mengetahui layanan tersebut, karena saya lebih paham dengan *Mobile Banking* menurut saya dengan *Mobile Banking* saya dapat mengetahui dengan mudah cara penggunaanya juga terbantu dalam bertransaksi tanpa harus ke bank BRI Syariah, karena tempat dimana saya bekerja cukup jauh dari BRI Syariah dan layanan ini juga menghemat waktu dan tenaga saya.[[88]](#footnote-88)

Senada dengan yang diungkapkan oleh bapak Hadi Supriono, S.E. mengatakan :

Setelah saya menggunakan layanan *E-Banking* yaitu *mobile banking* saya lebih mudah untuk melakukan transaksi tanpa terkendala jarak, aplikasinya juga keren, mudah digunakan, *interface* nya juga oke, dengan aksesnya yang mudah dan pelayanan *Customer Service* yang ramah yang menjadikan saya memilih menggunakan *mobile banking* namun saya masih menggunakan ATM karena untuk tarik tunai yang dimana *mobile banking* tidak bisa tarik tunai uang.[[89]](#footnote-89)

Penulis melakukan wawancara terhadap saudara Imam Setiono, S.E. mengatakan :

Bahwasannya saya sangat menyukai dan memilih layanan *E-Banking* yang ditawarkan oleh pihak PT. BRI Syariah KC. Bengkulu, karena dengan adanya layanan ini khusunya *Mobile Banking, Internet Banking* dan ATM dapat memudahkan saya dalam bertransaksi, namun dari ketiga layanan tersebut saya hanya menggunakan *Mobile Banking* dan Atm karena, *Mobile Banking* memiliki kelebihan dalam memudahkan saya bertransaksi tanpa harus datang atau antri ke bank dan juga *mobile banking* tidak menggunakan token dan terdapat juga fitur islami, namun kekurangan *Mobile Banking* adalah tidak dapat menarik uang secara tunai dan itu sebabnya saya masih menggunakan ATM. Akan tetapi kenapa saya tidak menggunakan *Internet Banking* menurut saya Internet Banking dan *Mobile Banking* sama hanya saja sitematis dari cara penggunaan nya sedikit berbeda, maka dari itu saya lebih memilih menggunakan Mobile Banking dan ATM.[[90]](#footnote-90)

Kemudahan dalam bertransaksi melalui layanan *E-Banking* yaitu *internet banking, mobile banking* dan ATM mendorong kebutuhan-kebutuhan nasabah PT. BRI Syariah KC. Bengkulu untuk membantu memudahkan dan melakukan transaksi dengan cepat tanpa harus membuang waktu nasabah untuk datang ke bank tersebut.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bapak Briptu Anjas Dwi Putra, S.H. mengatakan :

Memang dari awal semenjak adanya layanan *E-Banking* yaitu khususnya *Mobile Banking* saya memilih menggunakan layanan ini, karena dapat memudahkan dan membantu saya dalam bertransaksi, saya sebagai polisi yang sering bertugas kadang diluar kota tidak sempat untuk datang ke bank BRI Syariah langsung dan saya sangat menyukai layanan yang ditawarkan oleh pihak BRI Syariah KC. Bengkulu khususnya *Mobile Banking*, akan tetapi saya juga masih menggunakan ATM untuk bertransaksi seperti mengambil uang tunai dan saya tidak menggunakan *Internet Banking* karena saya juga kurang mengetahui layanan tersebut.[[91]](#footnote-91)

Selain itu menurut Ibu Vivit Marlias mengatakan :

Saya menggunakan dan memilih layanan *E-Banking* tersebut karena saya ingin mengetahui bagaimana cara penggunaan layanan *E-Banking* tersebut, semakin lama dunia mulai memberikan kemajuan terutama dibidang teknologi dan saya ingin mengetahui bagaimana sistem layanan ini *Mobile Banking*, *Internet Banking* dan ATM, setelah saya mengetahui bagaimana cara penggunaannya saya sangat terbantu dan sangat dimudahkan dalam bertransaksi dalam bentuk pembayaran apapun.[[92]](#footnote-92)

Menurut saudari Lidya Febri mengatakan bahwa :

Saya sangat terbantu dengan adanya layanan *E-Banking* yaitu *internet banking* yang menurut saya sangat memudahkan saya dalam melakukan berbagai transaksi walaupun sedikit berbeda dengan *mobile banking* yang dimana, *internet banking* menggunakan token. Namun, sampai saat ini saya masih memilih menggunakan *internet banking* sampai saat ini.[[93]](#footnote-93)

Menurut saudara Bayu Prayuda mengatakan :

Dalam memilih layanan E-Banking saya lebih memilih menggunakan layanan internet banking. Karena, lebih memudahkan saya untuk bertransaksi dan saya orang nya tidak suka ribet untuk download aplikasi, saya tinggal buka *website*, lalu *log in* lalu bisa langsung bertransaksi namun internet banking menggunakan token dan untuk mendapatkan token itu dipotong oleh pulsa. Tapi, saya sangat senang menggunakannya.[[94]](#footnote-94)

Berbeda dengan pendapat bapak Ramawan Aidil Fitri mengatakan :

Saya hanya memilih menggunakan ATM di bank BRI Syariah. Karena, saya tidak mengetahui atau tidak sama sekali mengerti menggunakan layanan *E-Banking* yaitu seperti *internet banking dan mobile banking* walaupun saya menggunakan *handphone android,* dan juga menurut saya lebih aman menggunakan ATM karena saya merasa nyaman menggunakannya.[[95]](#footnote-95)

Menurut Mahesa Kurniati, S.Ked mengatakan :

Saya memilih menggunakan layanan E-Banking karena, memudahkan saya bertransaksi baik secara tunai maupun non tunai.itu sangat membantu saya ketika bertransaksi ketika waktu pekerjaan saya sangat padat dan sangat banyak memakan waktu. E-Banking adalah solusi saya untuk mengatasi saya dalam berbelanja ataupun membayar sesuatu melalui online.[[96]](#footnote-96)

Dari penjelasan diatas dapat dianalisa bahwa preferensi nasabah terhadap layanan *E-Banking* yaitu *internet banking, mobile banking* dan ATM sangat positif dan sangat baik karena layanan *E-Banking* memberikan pengetahuan lebih kepada nasabah dalam mengetahui bagaimana perkembangan kemajuan teknologi yang sangat membantu dan memudahkan nasabah PT. BRI Syariah KC. Bengkulu dalam bertransaksi dan juga dapat menghemat waktu dan tenaga nasabah tanpa harus menunggu antrian ataupun datang ke BRI Syariah KC. Bengkulu untuk melakukan transaksi.

1. **Ketertarikan Nasabah Terhadap Layanan E-Banking PT. BRI Syariah KC. Bengkulu.**

Dengan mengetahui pendapat nasabah Penulis mengemukakan hasil penelitian tentang bagaimana ketertarikan nasabah terhadap layanan *E-Banking*. Karena menurut nasabah layanan *E-Banking* yang mana terdiri dari *internet banking, mobile banking* dan ATM memberikan kenyamanan, pengetahuan, kemudahan akses maupun transaksi dan memberikan kemajuan yang sangat berdampak dimasa yang akan datang untuk mempermudah kegiatan bertransaksi nasabah.

Berdasarkan wawancara penulis dengan saudari Selfie Ramadhani, S.I.Kom mengatakan :

Layanan *E-Banking* itu menggambarkan kemajuan terknologi dimasa mendatang yang dimana dapat memudahkan pekerjaan nasabah yaitu dalam bertransaksi, saya sangat menyukai layanan *E-Banking* terkhusus *Mobile Banking* tapi saya juga menggunakan ATM sebagai sarana bertransaksi jika aplikasi *Mobile Banking* sedang *Error* atau saya ingin menarik uang tunai.[[97]](#footnote-97)

Menurut Ibu Lia Hatika, S.Pd. mengatakan :

Awalnya saya tidak tahu apa itu layanan *E-Banking* saya hanya mengetahui ATM sebagai alat transaksi di bank, setelah saya mengetahui layanan *E-Banking* tersebut dari teman-teman sekitar dan juga mendengarkan sosialisasi tentang layanan *E-Banking* tersebut*,* maka saya tertarik menggunakan layanan *E-Banking* yaitu *Mobile Banking,* yang dimana sangat memudahkan saya dalam bertransaksi seperti membayar listrik, penginapan dll.[[98]](#footnote-98)

Sama halnya dengan yang diungkapkan oleh saudara Nicko Apriansyah mengatakan :

Saya tidak mengetahui apa itu layanan *E-Banking*, yang saya ketahui hanya bertransaksi menggunakan ATM dan itupun saya juga tidak memahami ATM tergolong sebagai *E-Banking*, setelah saya melihat bagaimana toko-toko *online* yang bertransaksi menggunakan layanan *E-Banking* khususnya *Mobile Banking*, saya tertarik dan saya berfikir untuk menggunakannya juga, dan setelah saya menggunakan layanan tersebut, saya mendapatkan kepuasan tersendiri dalam bertransaksi karena, memudahkan saya dalam proses mentrasfer uang ke keluarga atau kerabat dekat saya dan juga memudahkan saya dalam bertransaksi.[[99]](#footnote-99)

Menurut Bapak Wahyu Masyuri,S.Pd. mengatakan :

Saya menggunakan layanan E-Banking Di BRI Syariah yaitu ATM dan *mobile banking* Karena, layanan tersebut memberikan saya kemudahan agar saya dapat menarik tunai uang dan saya juga menggunakan *mobile banking* untuk memudahkan transaksi saya ketika saya ingin membayar barang yang saya beli secara online tanpa saya harus menarik uang secara tunai.[[100]](#footnote-100)

Menurut Aisyah Puja, S.Mat mengatakan :

Saya tidak sama sekali menggunakan layanan *internet banking* dan *mobile banking*. Tapi, saya menggunakan ATM karena saya hanya mengerti menggunakan ATM yang menurut saya, saya masih tertarik menggunakannya dan merassa nyaman saja.[[101]](#footnote-101)

Menurut Rocky Farenza mengatakan :

Saya menggunakan layanan ATM saja karena saya lebih tertarik menggunakan layanan tersebut. Karena, kebutuhan saya sangat banyak menggunakan uang secara tunai.[[102]](#footnote-102)

*E-Banking* adalah kegiatan melakukan transaksi pembayaran dan transaksi lainnya melalui jaringan internet dengan *Website* milik bank yang memiliki sistem keamanan. BRI Syariah KC. Bengkulu, dan juga mengerti kebutuhan nasabah yang menginginkan transaksi yang mudah, cepat, nyaman dan memberikan sebuah pengetahuan bagi nasabah dalam menggunakan dan bertransaksi di layanan *E-Banking* tanpa antri ke bank serta untuk menarik minat nasabah untuk menggunakan layangan *E-Banking.* Ini juga sangat berguna dan membantu nasabah dalam bertransaksi tanpa harus mendatangi bank tersebut.

1. **Kelebihan dan kekurangan layanan *E-Banking* bagi nasabah PT. BRI Syariah KC. Bengkulu.**

Dengan memanfaatkan *E-Banking,* banyak keuntungan yang akan diperoleh nasabah terutama apabila dilihat dari banyaknya waktu dan tenaga yang dapat dihemat karena, *E-Banking* ( *internet banking, mobile banking* dan ATM ) jelas bebas antrian dan dapat dilakukan dari mana saja sepanjang nasabah memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan *E-Banking* tersebut. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa setiap kelebihan tentu saja adanya kekurangan.

Berikut ini penulis mengemukakan hasil penelitian tentang bagaimana kelebihan dan kekurangan layanan *E-Banking* bagi nasabah PT.BRI Syariah KC. Bengkulu. Berdasarkan hasil wawancara yang di dapat penulis adalah sebagai berkut :

1. Kelebihan *E-Banking* BRI Syariah

Kelebihan dari *E-Banking* BRI Syariah menurut keterangan Bapak Supy Arnof, S.Pd. selaku nasabah mengemukakan bahwa dari segi jenis dan fitur yang terdapat pada *E-Banking* BRI Syariah antara lain *Mobile Banking, SMS Banking, Internet Banking, Cash Managements System (CMS), E-Form,* ATM dan Laku Pandai dengan berbagai fitur di antaranya:

* + - 1. Transaksi Perbankan Digital
      2. Pembayaran Tagihan
      3. Pembelian
      4. Notifikasi Transaksi
      5. Inbox
      6. Electronic Statement
      7. Mulri-Rekening
      8. Transaksi Favorit
      9. Personalisasi BRI Syariah Online
      10. Informasi BRI Syariah.
      11. Konten Islami

Dilihat dari jenis dan fitur yang terdapat pada *E-Banking* BRI Syariah tersebut maka nasabah dapat memperoleh banyak keuntungan dan banyak manfaat yang diterima oleh nasabah.

Menurut saudari Tifani Alexandra sebagaimana pengguna *layanan E-Banking* di bank BRI Syariah mengungkapkan bahwa kelebihan *layanan E-Banking* ini yaitu dapat memberikan suatu ilmu pengetahuan bagi masyarakat tentang bagaimana cara mudah dalam bertransaksi dengan menggunakan *handphone* atau *gadget* yang mana memerlukan jaringan internet atau sinyal dan dari sini bank BRI Syariah dapat meningkatkan pengguna layanan *E-Banking* dengan cara mempromosikan dan mensosialisasikannya kepada masyarakat agar nantinya bisa berdampak baik bagi bank BRI Syariah dalam meningkatkan pelayanan maupun meningkatkan nasabah pengguna *E-Banking.[[103]](#footnote-103)*

Menurut bapak Briptu Anjas Dwi Putra, S.H. selaku nasabahBRI Syariah KC. Bengkulu mengungkapkan bahwa keuntungan yang diperoleh dari *E-Banking* BRI Syariah diantaranya yaitu mudah untuk digunakan atau di akses, lebih praktis, dapat melakukan transaksi dengan cepat sehingga dapat efektif terhadap biaya tanpa harus pergi ke *outlet* bank, cukup dengan menggunakan *Handphone* dan akan hemat waktu karena bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun dengan sarana pendukung seperti jaringan internet. Bisa untuk memenuhi berbagai kebutuhan nasabah seperti berbelanja *Online/ Online Shop*, pembelian pulsa, listrik dan pembelian lainnya, bisnis, transfer, pembayaran dan sebagainya. Jadi sangat efisien dan efektif bagi nasabah terutama nasabah yang memiliki kesibukan terhadap berbagai aktivitasnya.[[104]](#footnote-104)

1. Kekurangan *E-Banking* BRI Syariah

Hasil wawancara mengenai kekurangan dari *E-Banking* BRI Syariah kantor cabang Bengkulu berdasarkan keterangan yang diungkapkan oleh saudari Selfie Ramadhani, S.I.Kom mengatakan bahwa :

“Saya sudah 3 tahun menggunakan layanan *E-Banking* yaitu *Mobile Banking* sering terjadi kesalahan atau error sistem dan akses masuk atau *log in* terkadang sangat sulit”[[105]](#footnote-105)

Menurut keterangan dari saudara Imam Setiono, S.E. mengatakan :

Saya pernah mengalami kejadian yaitu dimana saya sedang melakukan setor tunai ke bank BRI Syariah dan uang tersebut sudah disetorkan namun saldo tidak masuk kedalam rekening, akhirnya saya menemui *customer service* untuk penyelesaian masalah. Kemudian, informasi penyelesaian selama 20 hari masa kerja namun sudah sebulan saldo masih belum masuk kedalam rekening dan untuk BRI Syariah untuk lebih dipercepat dan tanggap dalam prosesnya agar kedepannya nasabah lebih nyaman dalam menggunakan layanan *E-Banking*.[[106]](#footnote-106)

Senada dengan saudara Nicko Apriansyah mengatakan bahwa :

Maaf, hari ini saya membuka aplikasi mobile banking BRI Syariah, kok waktu saya sudah *input* *pin* malah *server,* terjadi sistem *error* terus, kemudian saya aktivasi ulang kembali hasilnya sama saja *server error* dan ini menyulitkan saya ketika saya ingin melakukan transaksi mendadak, mungkin untuk BRI Syariah lebih ditingkatkan lagi daya program yang ada di *mobile banking* BRI Syariah agar tidak terjadi *server error* kembali.[[107]](#footnote-107)

Kemudian saudari Lidya Febri mengatakan bahwa :

Layanan *E-Banking* ini bagus terutama internet banking namun, saya kemarin mengalami transaksi gagal dan saldo berkurang, dan sudah mengajukan pengembalian saldo ke pihak bank BRI Syariah, namun setelah saya telpon *customer service* selalu bilang masih dalam proses pengecekan, saya heran itukan gagal transaksi , berarti uangnya itukan ngendap dan saya minta uang saya dikembalikan namun prosesnya sangat lama.[[108]](#footnote-108)

Menurut bapak Ramawan Aidil Fitri mengatakan :

Saya hanya menggunakan layanan yaitu ATM karena yang saya ketahui dari dulu untuk mengambil uang itu di ATM. Saya tidak mengetahui apa itu *internet banking* dan *mobile banking* karena kurangnya promosi dari pihak bank yang menjadikan pengetahuan saya sebagai nasabah itu sedikit untuk layanan seperti *internet banking* dan *mobile banking* dan di usia saya yang tidak muda juga sulit untuk saya cepat memahami layanan seperti *internet banking* dan *mobile banking* ini.[[109]](#footnote-109)

Berdasarkan wawancara diatas peneliti dapat melihat bahwa *E-Banking* BRI Syariah dari segi jenisnya maupun dari segi fiturnya sudah lengkap, dengan berbagai macam keuntungan dan kemudahan yang didapat meskipun masih terdapat beberapa kelemahan dan juga ada resiko pembobolan dari *hacker* tetapi fasilitas *E-Banking* ini sangat memudahkan bagi nasabahnya untuk melakukan berbagai transaksi dan memperoleh informasi dan pengetahuan dengan mudah dan tanpa buang waktu untuk antri ke bank karena mudah diakses dimana pun dan kapan pun terutama bagi nasabah yang di sibukkan dengan segala aktivitasnya, sehingga akan berdampak juga terhadap peningkatan jumlah nasabah BRI Syariah kantor cabang Bengkulu.

1. **Pembahasan**

Berdasarkan data yang diperoleh penulis melalui observasi dan wawancara untuk penelitian ini, maka dapat diuraikan dibawah ini mengenai bagaimana preferensi nasabah terhadap layanan *E-Banking,* bagaimana layanan *E-Banking* menurut nasabah dan kelebihan dan kekurangan *E-Banking* bagi nasabah BRI Syariah KC. Bengkulu.

*Electronic Banking* sebagai jasa dan produk Bank secara langsung kepada Nasabah melalui media elektronik diciptakan untuk mewujudkan keinginan Nasabahnya yang menginginkan transaksi dengan mudah, aman, dan nyaman, bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun. Agar dapat menggunakan fasilitas *E-Banking* maka nasabah harus memiliki rekening Tabungan atau Giro dan kemudian baru dapat mengajukan layanan *E-Banking*, yang meliputi *internet banking, mobile banking, SMS banking* dan ATM. Fasilitas *E-Banking* di BRI Syariah kantor cabang Bengkulu ini dapat memudahkan Nasabahnya dalam bertransaksi sehingga cukup banyak yang berminat. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya pengguna *E-Banking* BRI Syariah dan jumlah nasabah yang terus meningkat setiap tahunnya. Kemudian, preferensi nasabah terhadap layanan *E-Banking* yaitu *internet banking, mobile banking* dan ATM yaitu dari hasil observasi dan wawancara nasabah banyak memilih menggunakan layanan *mobile banking* dan ATM. Karena, memberikan kemudahan, kenyamanan dan mobile banking ini sendiri tidak menggunakan token seperti pada layanan *internet banking* dan juga *mobile banking* mempunyai fitur islami. Akan tetapi, *mobile banking* dan *internet banking* mempunyai kekurangan yaitu tidak dapat menarik uang secara tunai. Layanyan *E-Banking* juga berdampak postif dan baik, karena layanan *E-Banking* memberikan kenyamanan, pengetahuan, akses yang mudah dan fitur-fitur yang beragam yang akan membantu nasabah dalam melakukan transaksi dan melakukan setor tunai.

Kelebihan yang terdapat pada *E-Banking* BRI Syariah kantor cabang Bengkulu baik dari segi jenisnya maupun fitur yang terdapat didalamnya sudah cukup lengkap sehingga banyak keuntungan yang didapat oleh nasabah sebagaimana hasil dari wawancara dan observasi mengenai kelebihan dari layanaan *E-Banking* memberikan yaitu mudah untuk digunakan atau di akses, lebih praktis, dapat melakukan transaksi dengan cepat sehingga dapat efektif terhadap biaya tanpa harus pergi ke *outlet* bank, cukup dengan menggunakan *Handphone* dan akan hemat waktu karena bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun dengan sarana pendukung seperti jaringan internet dan sinyal. Bisa untuk memenuhi berbagai kebutuhan nasabah seperti berbelanja dan melakukan pembayaran untuk *Online/ Online Shop*, pembelian pulsa, listrik dan pembelian lainnya, bisnis, transfer, pembayaran dan sebagainya. Jadi sangat efisien dan efektif bagi nasabah terutama nasabah yang memiliki berbagai kesibukan, ini memberikan dampak yang baik dan positif bagi nasabah yang sebagaimana diantaranya yaitu mudah untuk digunakan atau diakses, lebih praktis, bebas antri, biaya lebih efektif, hemat waktu, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, memberikan ilmu pengetahuan bagaimana kemajuan teknologi berkembang dengan pesat yang mana memudahkan nasabah dalam memenuhi berbagai kebutuhan baik dalam melakukan transaksi pembelian dan pembayaran. Selain memberikan keuntungan bagi nasabah, bank juga mendapatkan keuntungan seperti menarik minat nasabah untuk menggunakan fasilitas tersebut. Karena *E-Banking* BRI Syariah ini terus dilakukan pengembangan sesuai dengan kebutuhan nasabah dan kemajuan teknologi. Dan perbedaannya dengan bank lain layanan *E-Banking* BRI Syariah seperti *Mobile Banking, Internet Banking* dan ATM. Kelebihan lainnya jika nasabah BRI Syariah nasabah juga dimanjakan oleh fitur-fitur syariah yang dimana sekaligus bisa membantu nasabah dalam memperdalam ilmu keagamaan.

Kekurangan dari *E-Banking* BRI Syariah ini yaitu masih mempunyai kelemahan-kelemahan sebagaimana hasil wawancara dan observasi terhadap nasabah yaitu mobile banking dan internet banking tidak dapat melakukan penarikan secara tunai seperti ATM. Dan juga bisa terjadi gagal transaksi karena jaringan yang kurang stabil, rawan pembobolan yang disebabkan orang yang tidak bertanggung jawab seperti *hacker* dan juga yaitu dari pihak bank kurangnya sosialisasi dan promosi untuk mengenalkan lebih jauh bagaimana penggunaan layanan E-Banking ini kepada masyarakat terutama masyarakat pedesaan. Karena, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui apa itu layanan-E-Banking, bagaimana menggunakannya, ini yang menjadikan minimnya pengetahuan masyarakat terhadap layanan E-Banking. Namun kekurangan tersebut bisa diatasi dengan layanan pihak bank melalui *Call Centre* untuk melayani nasabah dalam menyampaikan sesuatu yang dirasa *Emergency* dan juga dengan meningkatkan kinerja karyawan dalam mempromosikan dan mensosialisasikan layanan *E-Banking* terhadap masyarakat terutama masyarakat pedesaan yang minim pengetahuan dan sangat tinggi tingkat kecemasan, agar nantinya masyarakat dapat percaya dan mengetahui apa itu layanan E-Banking dan bisa menggunakannya dengan maksimal tanpa ada rasa ragu atau cemas. Dengan ini layanan *E-Banking* dapat jauh berkembang pesat dan dapat meningkatkan pengguna layanan *E-Banking*.

**BAB V**

**PENUTUP**

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis lakukan mengenai preferensi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan melalui layanan *E-Banking* di PT. BRI Syariah KC. Bengkulu, dapat disimpulkan bahwa:

1. Preferensi nasabah terhadap layanan *E-Banking* di PT. BRI Syariah KC. Bengkulu sangat memberikan dampak yang positif dan baik bagi nasabah. Hasil penelitian menujukan bahwa preferensi layanan *E-Banking* yang paling disukai yaitu *internet banking, mobile banking* dan ATM. Diantara ketiga layanan tersebut nasabah lebih banyak memilih menggunakan layananan *mobile banking* dan ATM dibandingkan *internet banking* sebagai alat untuk bertransaksi. Karena, *mobile banking* memberikan kemudahan, keamanan, kenyamanan, akses yang baik dan terdapat fitur islami didalamnya dan juga tidak menggunakan token. Sedangkan *internet banking* tidak memiliki fitur islami. Nasabah juga sering menggunakan ATM untuk penarikan tunai dikarenakan *mobile banking* dan *internet banking* tidak dapat melakukan penarikan tunai.
2. Nasabah tertarik terhadap layanan *E-Banking* di PT. BRI Syariah KC. Bengkulu karena memberikan, kenyamanan, keamanan, pengetahuan *E-Banking*, akses yang baik, fitur-fitur islami, dan memberikan kemajuan yang sangat berdampak baik bagi nasabah dimasa yang akan datang untuk mempermudah kegiatan bertransaksi nasabah.
3. Kelebihan dan kekurangan yang terdapat pada *E-Banking* BRI Syariah diantaranya adalah :
4. Kelebihan, Jenis dan fiturnya sudah cukup lengkap dan terdapat juga fitur islami didalamnya, sehingga dapat mempermudah nasabahnya dalam melakukan berbagai transaksi, yang dapat dilakukan dimana dan kapan saja selama masih dijangkau oleh jaringan internet.
5. Kekurangan, kelemahan dari sistem, seperti bisa terjadi gagal transaksi jika jaringan kurang stabil, akses yang sering kali gagal atau *error,* terdapat berbagai resiko kemungkinan adanya *hacker* yang melakukan pembobolan dan kurangnya promosi untuk layanan *E-Banking*.
6. **Saran**

Dengan berkembangnya *E-Banking* di Indonesia dan beragamnya kemudahan transaksi *E-Banking,* kita harus bisa memanfaatkannya dengan bijak. Saat menggunakan *E-Banking* seharusnya berhati-hati, jangan sampai manfaat dari ­*E-Banking* tersebut diambil oleh orang lain, seperti tindak kejahatan yang ada. Dan sebagai tambahan untuk keamanan bertransaksi jangan pernah mengakses *E-Banking* menggunakan koneksi umum, misalnya warnet, *wifi* kampus, dan sebagainya karena rentan akan pencurian data.

Bagi masyarakat atau nasabah BNI Syariah yang belum terdaftar untuk menggunakan *E-Banking*  penulis menyarankan agar untuk segera mendaftar, karena *E-Banking* sangat memudahkan nasabah dalam bertransaksi finansial maupun non finansial. Apalagi utnuk nasabah yang memiliki tingkat kegiatan atau kesibukan yang padat. *E-Banking* bisa menjadi alternatif agar bisa bertransaksi tanpa harus datang langsung ke bank.

Bagi pihak lembaga keuangan, harus lebih meningkatkan lagi sistem layanan dengan terus melakukan pengembangan-pengembangan fasilitas *E-Banking* agar nasabah tetap loyal menggunakan jasa bank tersebut. Lebih banyak lagi melakukan sosialisasi, edukasi, dan promosi kepada masyarakat. Dan agar lebih meningkatkan lagi sistem kemanan transaksi *E-Banking* ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

Atorf, *Internet Banking di indonesia. bulletin ekonomi moneter dan perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2002.

Harmadi Ashur dan Budi Hermana, 2015, *Analisis Karakteristik Individu Dan Prilaku Pengguna Internet Banking: Reliabilitas Dan Validitas Instrumen Pengukuran*. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi Yogyakarta: .SNATI. 2012.

Priyastanti Dwi Adelina, Skripsi: “*Implementasi E-Banking Bank Syariah Dalam Merespon Kebutuhan Nasabah (studi kasus pada bank BNI Syariah cabang Kudus)”*. Kudus: STAIN Kudus. 2016.

Suyanto Bagong dan Sutinah, Metode penelitian sosial berbagai alternatif pendekatan. Jakarta: PT. Aditya Andrebina Agung. 2015.

Emzir, *metodologi penelitian kualitatif anlisis data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2012.

Sukanto, *Fisiologi*. Jakarta : Integritas Press. 2016.

Sutanto Herry dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: PUSTAKA SETIA. 2013.

Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syari’ah.* Jakarta: Rajawali Pers. 2015.

Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia. 2013.

Hafidhuddun, Didin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah*. Jakarta: Gema Insani Press. 2003.

Rianto Al Arif M. Nur. *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.2010.

Muhammad, *Manajemen Bank Syari’ah.* Yogyakarta: STIM YKPN. 2011.

A. Karim Adiwarman, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan keuangan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada. 2014.

Alma Buchari dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: ALFABETA. 2009.

Umam Khotibul dan Setiawan Budi Utomo, *PERBANKAN SYARIAH: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia.* Jakarta: Rajawali Pers. 2017.

Abdurrachman, *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdaganan Ingris-Indonesia*. Jakarta: Prdnya Paranita. 2015.

Simongkir O.P, *seluk beluk bank komersial*. Jakarta: Akademi Akuntansi & Perbankan Perbanas. 2015.

Roger A. Kerin dan Lau Geok Theng, *Marketing in Asia’* 2nd edition. McGraw Hill Companies. 2013.

Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: PT. Prenhalindo. 2012.

Tjiptono Fandy dan Gregorius Chandra, *Service Quality & Satisfaction Edisi 3.* Yogyakarta: Penerbit ANDI. 2011.

Rivai Veithzal dan Rifki Ismail, *Islamic Risk Management for Islamic Bank.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2013.

Supriyono Maryanto, *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: ANDI. 2011.

Nurastuti Wiji, *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011.

Sujadi dan Edi Purwo Saputro, *E-Banking: Urgensi Aspek Trust di Era E-Service*. Jakarta: Raja Grafindo. 2006.

Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian.* Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2013

Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Ed 1. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2014.

Supriyono, Maryanto, “*Buku Pintar Perbankan*”. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2010.

**Daftar Pustaka Dari Jurnal dan Internet:**

Maharsi Sri dan Yuliani Mulyadi, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model* (TAM). Jurusan Ekonomi Akuntansi, Fakultas Ekonomi - Universitas Kristen Petra. (September, 2015).

Pauji, Nawawi, Hakiem, “*Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di BPRS Amanah Ummah”*, AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam. (September, 2015).

Nabil Hussein Al-Fahim, “*An Exploratory Study of Factors Affecting the Internet Banking Adoption: A Qualitative Study among Postgraduate Students*”. Global Journals Inc. (Oktober, 2013).

Rahmat, *Pengertian Preferensi*. [*Http://Kbbi.web.id/preferensi.html*](Http://Kbbi.web.id/preferensi.html) Diakses pada tanggal 25 Juli 2019 pukul, 21.52 WIB.

Miftah Ahmad, “*Mengenal Marketing dan Markerters Syariah”*. Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam. (Juli-Desember, 2015).

Indah Rosa Dewi, *Pengaruh E-Banking* *dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank BNI Cabang Langsa*. Jurnal Manajemen dan Keuangan. (November, 2016).

Dira17, *E-Banking*. dikutip dari <http://dirablog17.com/2012/03/makalah-e-banking.html>. pada hari Senin tanggal 29 Oktober 2018. Pukul 22.01 WIB.

BRI Syariah, di kutip dari [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id). pada hari Kamis. tanggal 10 September 2019. Pukul 21.32 WIB.

1. Atorf, *Internet Banking di indonesia, bulletin ekonomi moneter dan perbankan* (jakarta, 2002) Hal. 132 [↑](#footnote-ref-1)
2. Ashur Harmadi dan Budi Hermana, 2015, *Analisis Karakteristik Individu Dan Prilaku Pengguna Internet Banking: Reliabilitas Dan Validitas Instrumen Pengukuran*. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2012 (SNATI 2005) Yogyakarta, 18 Juni 2005 [↑](#footnote-ref-2)
3. Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi, 2015, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model* (TAM). Jurusan Ekonomi Akuntansi, Fakultas Ekonomi - Universitas Kristen Petra. http://puslit.petra.ac.id/journals/accounting [↑](#footnote-ref-3)
4. Adelina Dwi Priyastanti, Skripsi: “*Implementasi E-Banking Bank Syariah Dalam Merespon Kebutuhan Nasabah (studi kasus pada bank BNI Syariah cabang Kudus)”*, (Kudus: STAIN Kudus, 2016) [↑](#footnote-ref-4)
5. Pauji, Nawawi, Hakiem, “*Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di BPRS Amanah Ummah”*, AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam.Vol.6 No.2. September 2015 [↑](#footnote-ref-5)
6. Nabil Hussein Al-Fahim, “*An Exploratory Study of Factors Affecting the Internet Banking Adoption: A Qualitative Study among Postgraduate Students*”, Global Journals Inc, Vol. 13 No.8, 2013 [↑](#footnote-ref-6)
7. Bagong Suyanto dan Sutinah, Metode penelitian sosial berbagai alternatif pendekatan,(jakarta; PT. Aditya Andrebina Agung,2015) h. 55 [↑](#footnote-ref-7)
8. Emzir, metodologi penelitian kualitatif anlisis data, (Jakarta; PT Raja Grafindo Persada,2012), h. 130 [↑](#footnote-ref-8)
9. Rahmat, *Pengertian Preferensi*,[*Http://Kbbi.web.id/preferensi.html*](Http://Kbbi.web.id/preferensi.html) Diakses pada tanggal 25 Juli 2019 pukul, 21.52 Wib. [↑](#footnote-ref-9)
10. Sukanto, *Fisiologi*, (Jakarta:Integritas Press, 2016), Hal. 120 [↑](#footnote-ref-10)
11. M. Nur Rianto Al Arif. Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah. (Bandung: Alfabeta.2010), hal 189 [↑](#footnote-ref-11)
12. Pasal 1 ayat (17) UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. [↑](#footnote-ref-12)
13. Pasal 1 ayat (18) UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. [↑](#footnote-ref-13)
14. M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: ALFABETA, 2012), h. 189 [↑](#footnote-ref-14)
15. Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa,* ( Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 143 [↑](#footnote-ref-15)
16. Kasmir, *Etika Customer Service,* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), h. 67-68 [↑](#footnote-ref-16)
17. Kasmir, *Etika Customer…*, h. 67-68 [↑](#footnote-ref-17)
18. Pengertian Transksi <http://www.pengertianku.net/2014/12/pengertian-transaksi-dan-bukti-transaksi-terlengkap.html> Diakses pada tanggal 31 Juli 2019, pukul 22.10 WIB. [↑](#footnote-ref-18)
19. Herry Sutanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: PUSTAKA SETIA, 2013), h. 15 [↑](#footnote-ref-19)
20. Herry Sutanto & Khaerul Umam, *Manejemen…,* h. 17 [↑](#footnote-ref-20)
21. Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syari’ah,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 68 [↑](#footnote-ref-21)
22. Muhamad, *Manajemen Dana…,* h. 79 [↑](#footnote-ref-22)
23. Muhamad, *Manajemen Dana…,* h. 80-81 [↑](#footnote-ref-23)
24. Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 101 [↑](#footnote-ref-24)
25. Hafidhuddun, Didin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), h. 27 [↑](#footnote-ref-25)
26. Muhamad, *Manajemen Dana…,* h. 101 [↑](#footnote-ref-26)
27. Muhammad, *Manajemen Bank Syari’ah,* (Yogyakarta: STIM YKPN, 2011), h. 89 [↑](#footnote-ref-27)
28. Muhammad, *Manajemen Bank…,* h. 90 [↑](#footnote-ref-28)
29. Muhammad, *Manajemen Bank…,* h. 90 [↑](#footnote-ref-29)
30. Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan keuangan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014), h. 97 [↑](#footnote-ref-30)
31. Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: ALFABETA, 2009), h. 13 [↑](#footnote-ref-31)
32. Muhamad, *Manajemen Dana…,* h. 30 [↑](#footnote-ref-32)
33. Muhamad, *Manajemen Dana…,* h. 30 [↑](#footnote-ref-33)
34. Muhamad, *Manajemen Dana…*, h. 31 [↑](#footnote-ref-34)
35. Muhammad, *Manajemen Bank…,* h. 94-95 [↑](#footnote-ref-35)
36. Khotibul Umam, Setiawan Budi Utomo, *PERBANKAN SYARIAH:Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia,* Ed.1 Cet.2, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017) h. 179 [↑](#footnote-ref-36)
37. Adiwarman A. Karim, *Bank Islam…,* h. 112 [↑](#footnote-ref-37)
38. Muhammad, *Manajemen Bank…,* h. 162-163 [↑](#footnote-ref-38)
39. Khaerul Umam, *Manajemen…,* h. 119-120 [↑](#footnote-ref-39)
40. Khaerul Umam, *Manajemen…,* h. 120 [↑](#footnote-ref-40)
41. Muhammad, *Manajemen Bank…,* h. 164-165 [↑](#footnote-ref-41)
42. Ahmad Miftah, “*Mengenal Marketing dan Markerters Syariah”*, Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 6 No. 2, Juli-Desember 2015, h. 16 [↑](#footnote-ref-42)
43. Ahmad Miftah, “*Mengenal Marketing…*, h. 17 [↑](#footnote-ref-43)
44. Ahmad Miftah, “*Mengenal Marketing…,* h. 18 [↑](#footnote-ref-44)
45. Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan…,* h. 282-283 [↑](#footnote-ref-45)
46. Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan…,* h. 284-286 [↑](#footnote-ref-46)
47. Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan…,* h. 291 [↑](#footnote-ref-47)
48. Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan…,* h. 292 [↑](#footnote-ref-48)
49. Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan…,*  h. 293-294 [↑](#footnote-ref-49)
50. Abdurrachman. Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdaganan Ingris- Indonesia. Jaarta: Prdnya Paranita, 2015. Hal. 1 [↑](#footnote-ref-50)
51. O.P Simongkir, *seluk beluk bank komersial*. Jakarta :Akademi Akuntansi & Perbankan Perbanas, 2015. Hal. 27 [↑](#footnote-ref-51)
52. Roger A. Kerin, Lau Geok Theng, „*Marketing in Asia’* 2nd edition, (McGraw Hill Companies, 2013), h. 277 [↑](#footnote-ref-52)
53. Philip Kotler & Kevin Lane Keller, „*Manajemen Pemasaran’*, (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2012), Edisi 14, h. 83 [↑](#footnote-ref-53)
54. Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3, (*Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2011), h. 119. [↑](#footnote-ref-54)
55. Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3, (*Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2011), h. 119 [↑](#footnote-ref-55)
56. Dewi Rosa Indah, *Pengaruh E-Banking* *dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank BNI Cabang Langsa*, Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol.5, No.2, November 2016, h. 547 [↑](#footnote-ref-56)
57. Veithzal Rivai dan Rifki Ismail, *Islamic Risk Management for Islamic Bank,* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 361 [↑](#footnote-ref-57)
58. Dira17, *E-Banking*,dikutip dari <http://dirablog17.com/2012/03/makalah-e-banking.html>, pada hari Senin, tanggal 29 Oktober 2018, Pukul 22.01 WIB [↑](#footnote-ref-58)
59. Dira17, *E-Banking*…, pada hari Senin, tanggal 29 Oktober 2018, Pukul 22.01 WIB [↑](#footnote-ref-59)
60. Dira17, *E-Banking*…, pada hari Senin, tanggal 29 Oktober 2018, Pukul 22.01 WIB [↑](#footnote-ref-60)
61. Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: ANDI, 2011), h. 66 [↑](#footnote-ref-61)
62. Maryanto Supriyono, *Buku Pintar…*, h. 66 [↑](#footnote-ref-62)
63. Maryanto Supriyono, *Buku Pintar…*, h. 67 [↑](#footnote-ref-63)
64. Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 113 [↑](#footnote-ref-64)
65. Wiji Nurastuti*, Teknologi…,* h. 113 [↑](#footnote-ref-65)
66. Sujadi dan Edi Purwo Saputro, *E-Banking: Urgensi Aspek Trust di Era E-Service*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2006), h. 6 [↑](#footnote-ref-66)
67. Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, Ed 1, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 177 [↑](#footnote-ref-67)
68. Wiji Nurastuti, *Teknologi…,* h. 67-68 [↑](#footnote-ref-68)
69. Wiji Nurastuti, *Teknologi…,* h. 68 [↑](#footnote-ref-69)
70. Maryanto Supriyono, *Buku Pintar*…, h. 68 [↑](#footnote-ref-70)
71. Maryanto Supriyono, *Buku Pintar..*., h. 68-69 [↑](#footnote-ref-71)
72. Maryanto Supriyono, *Buku Pintar..*., h. 70 [↑](#footnote-ref-72)
73. Maryanto Supriyono, *Buku Pintar..*., h. 70-71 [↑](#footnote-ref-73)
74. Maryanto Supriyono, *Buku Pintar..*., h. 71 [↑](#footnote-ref-74)
75. Supriyono, Maryanto, “*Buku Pintar Perbankan*”, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010), Hal. 65 [↑](#footnote-ref-75)
76. BRI Syariah, di kutip dari [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id), pada hari Kamis, tanggal 10 September 2019, Pukul 21.32 WIB [↑](#footnote-ref-76)
77. BRI Syariah, di kutip dari [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id),... [↑](#footnote-ref-77)
78. BRI Syariah, di kutip dari [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id),... [↑](#footnote-ref-78)
79. BRI Syariah, di kutip dari [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id),... [↑](#footnote-ref-79)
80. BRI Syariah, di kutip dari [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id),... [↑](#footnote-ref-80)
81. BRI Syariah, di kutip dari [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id),... [↑](#footnote-ref-81)
82. BRI Syariah, di kutip dari [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id),... [↑](#footnote-ref-82)
83. BRI Syariah, di kutip dari [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id),... [↑](#footnote-ref-83)
84. BRI Syariah, di kutip dari [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id),... [↑](#footnote-ref-84)
85. BRI Syariah, di kutip dari [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id),... [↑](#footnote-ref-85)
86. BRI Syariah, di kutip dari [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id),... [↑](#footnote-ref-86)
87. BRI Syariah, di kutip dari [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id),... [↑](#footnote-ref-87)
88. Supy Arnof, S.Pd., *Nasabah,* wawancara pada tanggal 12 November 2019 [↑](#footnote-ref-88)
89. Hadi Supriono, S.H., *Nasaba,* wawancra pada tanggal 14 November 2019 [↑](#footnote-ref-89)
90. Imam Setiono, S.E., *Nasabah*, wawancara pada tanggal 15 November 2019 [↑](#footnote-ref-90)
91. Briptu Anjas Dwi Putra, S.H., *Nasabah*, wawancara pada tanggal 16 November 2019 [↑](#footnote-ref-91)
92. Vivit Marlias, *Nasabah*, wawancara pada tanggal 16 November 2019 [↑](#footnote-ref-92)
93. Lidya Febri, *Nasabah*, wawancara pada tanggal 17 November 2019 [↑](#footnote-ref-93)
94. Bayu Prayuda, *Nasabah*, wawancara tanggal 17 November 2019 [↑](#footnote-ref-94)
95. Ramawan Aidil Fitri, *Nasabah*, wawancara tanggal 18 November 2019 [↑](#footnote-ref-95)
96. Mahesa Kurniati, *Nasabah*, wawancara 19 November 2019 [↑](#footnote-ref-96)
97. Selfie Ramadhani, *Nasabah*, wawancara pada tanggal 18 November 2019 [↑](#footnote-ref-97)
98. Lia Hatika, S.Pd., *Nasabah*, wawancara pada tanggal 18 November 2019 [↑](#footnote-ref-98)
99. Nicko Apriansyah, *Nasabah*, wawancara pada tanggal 21 November 2019 [↑](#footnote-ref-99)
100. Wahyu Masyuri, *Nasabah*, wawancara pada tanggal 21 November 2019 [↑](#footnote-ref-100)
101. Aisyah Puja, *Nasabah*, wawancara pada tanggal 19 November 2019 [↑](#footnote-ref-101)
102. Rocky Farenza, *Nasabah*, wawancara pada tanggal 22 November 2019 [↑](#footnote-ref-102)
103. Tifani Alexandra, *Nasabah*, wawancara pada tanggal 16 November 2019 [↑](#footnote-ref-103)
104. Briptu Anjas Dwi Putra, S.H., *Nasabah*, wawancara pada tanggal 16 November 2019 [↑](#footnote-ref-104)
105. Selfie Ramadhani, *Nasabah*, wawancara pada tanggal 18 November 2019 [↑](#footnote-ref-105)
106. Imam Setiono, S.E., *Nasabah*, wawancara pada tanggal 15 November 2019 [↑](#footnote-ref-106)
107. Nicko Apriansyah, *Nasabah*, wawancara pada tanggal 21 November 2019 [↑](#footnote-ref-107)
108. Lidya Febri, *Nasabah*, wawancara pada tanggal 17 November 2019 [↑](#footnote-ref-108)
109. Ramawan Aidil Fitri, *Nasabah*, wawancara tanggal 18 November 2019 [↑](#footnote-ref-109)