

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

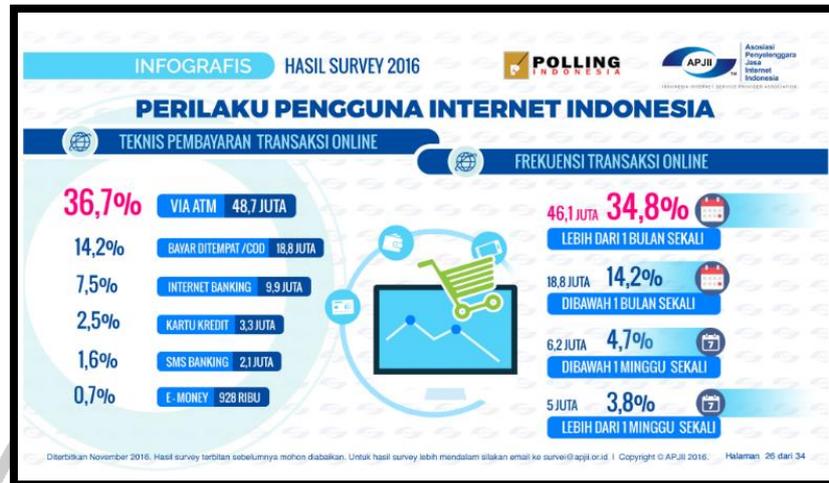
Dewasa ini dunia telah memasuki era globalisasi. Perbankan merupakan bagian penting dari sistem keuangan guna kelancaran kegiatan perekonomian suatu negara. Hal ini menyebabkan persaingan dunia usaha semakin ketat termasuk perbankan. Untuk memenangkan persaingan maka dibutuhkan adanya inovasi produk salah satunya yaitu dengan pengembangan teknologi informasi. Banyak perusahaan di dunia berkeinginan untuk mengubah dirinya menjadi pembangkit daya (*power house*) bisnis global melalui berbagai investasi besar dalam *e-business*, *e-commerce*, dan usaha Teknologi Informasi (TI) lainnya yang global.

Dalam kegiatan industri modern saat ini, tingkat mobilitas dan kesibukan yang semakin meningkat mengakibatkan banyak orang membutuhkan alat yang bisa dengan cepat dan tepat dalam pemenuhan kebutuhannya. Dalam dunia perbankan di era tahun 1990-an masyarakat diperkenalkan dengan adanya system perbankan modern yaitu transaksi dengan *Automatic Teller Machine* atau yang lebih sering disingkat dengan ATM. Namun kehadiran ATM saat ini masih dirasa ketinggalan, dimana masyarakat harus mencari keberadaan mesin ATM yang sesuai dengan bank dimana ia menyimpan uangnya. Perkembangan teknologi informasi di dunia sudah berkembang sangat pesat dan internet merupakan salah satu perkembangan yang sangat menonjol, ini memungkinkan basis usaha saat ini menggunakan internet. Salah satu aplikasi yang mulai mendapat perhatian adalah *Internet Banking*.

Perkembangan *Internet Banking* di dunia perbankan memiliki tujuan sebagai fasilitas bagi para nasabahnya dalam rangka menjalankan kegiatan keuangannya. Adopsi *Internet Banking* yang tersebar luas tidak hanya pada negara maju saja tetapi juga terjadi pada negara-negara berkembang seperti contoh di negara Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa pengguna *Internet Banking* di Indonesia meningkat sebesar 270% dari 13,6 juta nasabah pada tahun 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pengguna *Internet banking* pada tahun 2016. Tujuan utama dari perkembangan teknologi ini yaitu untuk menambah jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah pengguna akan bertambah dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang bisa memberikan keuntungan atau laba bagi bank.

Internet Banking merupakan temuan baru dalam dunia perbankan yang dapat membantu berbagai akses dan layanan untuk para nasabah dengan cepat dan praktis. Namun selain terdapat kelebihan – kelebihannya nasabah atau pengguna *internet banking* juga harus mengetahui hal apa saja yang perlu diperhatikan untuk menghindari hal – hal yang tidak sesuai keinginan. Permasalahan yang sering timbul bagi pengguna *internet banking* yaitu terdapat kejahatan dunia online yang selalu mengincar. Pengguna yang bersikap kurang hati – hati dan teliti bisa saja mengalami kejahatan dunia online ini berupa pencurian data dengan cara teknik *skimming* atau melalui modus penipuan dengan berbagai macam penawaran yang mengecoh nasabah. Hal ini dapat dibuktikan melalui data hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesi (APJII) pada tahun 2016 bahwa layanan

internet banking memiliki frekuensi sebesar 7,5% yang masih jauh dibawah dari frekuensi penggunaan ATM yaitu sebesar 36,7%.



Sumber : hasil survey APJII tahun 2016

Kepuasan pelanggan bisa didapat dari pengalaman nasabah (*customer experience*) yang menerima atau merasakan secara positif terhadap apa yang telah didapatkan. Berikut merupakan Ayat Al-Quran yang menjelaskan tentang kepuasan nasabah yaitu yang terkandung dalam QS Ali Imron 159 yang berbunyi :

فِيمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ ظُلْمًا كُنْتَ لَهُمْ ظُلْمًا غَلِيظًا لَنْفُضُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

Pengalaman pelanggan merupakan salah satu strategi pemasaran yang bertujuan untuk merebut hati pelanggan. Pengalaman pelanggan harus dibangun dengan sedemikian rupa supaya pelanggan dapat menerima kesan dan memori yang positif atas apa yang telah di rasakannya. Pengalaman pelanggan berasal dari satu set interaksi langsung maupun tidak langsung antara pelanggan dengan produk atau jasa yang digunakan. Dikatakan interaksi langsung, artinya terjadi kontak yaitu merasakan, melihat dan mendengar secara langsung antara pelanggan dengan produk atau layanan jasa tersebut, sedangkan interaksi tidak langsung adalah jika pelanggan tidak mengalami kontak secara langsung dengan produk atau layanan jasa tersebut, tetapi pelanggan bisa merasakan, melihat dan mendengar tentang produk dan jasa tersebut, yang biasanya menggunakan media perantara seperti berita, iklan, cerita dari seseorang dan lain-lain, dikenal juga sebagai elemen statis.

Bank pada dasarnya merupakan entitas yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dengan kata lain melaksanakan fungsi intermediasi keuangan. Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram. Selain itu, UU Perbankan Syariah juga mengamankan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga baitul mal,

yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai kehendak pemberi wakaf (wakif). Salah satu landasan hukum islam mengenai bank syariah adalah QS An-Nisa ayat 29 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : *“hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”*.

Bank-bank syariah diharuskan memberikan jasa berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan mendiferensiasikan jasa pelayanan dalam rangka menciptakan kepuasan nasabah. Tujuannya adalah untuk mendapatkan nasabah yang loyal dalam situasi persaingan antar bank yang semakin ketat. Salah satu strategi yang dapat diterapkan sebagai diferensiasi dari bank konvensional yaitu dengan menekankan nilai-nilai islam dalam pelayanannya.

Selain pada bank konvensional, layanan *Internet Banking* juga sudah tersedia pada perbankan syariah. Dalam melakukan kegiatannya perbankan syariah bekerja sama dengan bidang teknologi informasi untuk membangun system informasi perbankan syariah dengan membuat aplikasi khusus (*Internet Banking*) yang dapat mempermudah semua proses-proses transaksi yang terdapat pada perbankan syariah. Hal ini yang membuat perkembangan *Internet Banking* sangat pesat di kalangan masyarakat muslim maupun non muslim.

Perbankan syariah yang beroperasi di Surabaya dan Sidoarjo contohnya yaitu BRI Syariah. BRI Syariah yang memiliki tujuan untuk memberikan pelayanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan yang lebih bermakna dan juga melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellent*) serta menawarkan beragam produk yang sesuai dengan keinginan nasabah berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang dapat dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah di Surabaya & Sidoarjo?
2. Apakah manfaat yang dirasakan dari *Internet Banking* Syariah berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah di Surabaya & Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini maka peneliti memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan terhadap tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah di Surabaya & Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh manfaat yang dirasakan dari *Internet Banking* Syariah terhadap tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah di Surabaya & Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat digunakan antara lain :

1. Bagi Bank Syariah

Hasil penelitian ini dapat dipertimbangkan untuk menjadi bahan masukan kepada bank untuk meningkatkan kinerja perbankan syariah yang dilihat dari variabel pengalaman pelanggan dan manfaat yang dirasakan dari *Internet Banking* serta meningkatkan pengungkapan tingkat kepuasan nasabah BRI syariah di Surabaya dan Sidoarjo.

2. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan dalam Ekonomi Islam terkait dengan Kepuasan Nasabah pada *Internet Banking* syariah dilihat dari variabel Pengalaman Pelanggan dan Manfaat yang dirasakan dari *Internet Banking* pada BRI Syariah di Surabaya dan Sidoarjo.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu koleksi perpustakaan STIE Perbanas Surabaya dan sebagai bahan perbandingan atau acuan bagi semua mahasiswa STIE Perbanas Surabaya yang ingin melakukan penelitian yang sama, yaitu dengan menjadikan penelitian ini menjadi penelitian terdahulu yang dilihat dari variabel Pengalaman Pelanggan, Manfaat yang dirasakan dan Kepuasan Nasabah.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Agar lebih mudah dalam memahami skripsi ini maka peneliti membuat sistematika penelitian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan secara keseluruhan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan proposal.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK DAN ANALISIS DATA

Bab ini akan menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran dari peneliti.