

BAB III

PRODUKTIVITAS E-BANKING

A. E-Banking

Wujud awal bank adalah para pedagang yang memberikan pinjaman biji-bijian kepada para petani dan pedagang yang membawa barang-barang antar kota. Hal ini dimulai sekitar tahun 2000 SM di Asyur dan Sumeria. Kemudian, di Yunani kuno dan Kekaisaran Romawi, pemberi pinjaman yang bertempat di kuil-kuil memberikan pinjaman, menerima simpanan, dan melakukan pertukaran uang.

Banyak catatan sejarah yang menempatkan posisi penting sejarah perkembangan sistem perbankan pada Italia abad pertengahan dan Renaisans, khususnya di kota-kota penting seperti Florensia, Venesia, dan Genoa. Keluarga Bardi dan Peruzzi mendominasi perbankan abad ke-14 di Florence dengan mendirikan cabang-cabang di berbagai tempat di Eropa. Bank Italia yang paling terkenal adalah bank Medici, yang didirikan oleh Giovanni Medici pada tahun 1397. Salah satu bank tertua yang masih berdiri adalah Banca Monte dei Paschi di Siena, yang berkantor pusat di Siena, Italia, dan telah beroperasi terus menerus sejak 1472. Perkembangan perbankan menyebar dari Italia Utara ke seluruh ke seluruh Kekaisaran Roma pada abad ke-15 dan pada abad ke-16 ke Eropa Utara. Hal ini diikuti oleh sejumlah inovasi penting yang berlangsung di Amsterdam, Belanda pada abad ke-17, dan di London sejak abad ke-18.¹

Bank pertama kali didirikan dalam bentuk seperti sebuah firma pada umumnya pada tahun 1690, pada saat kerajaan Inggris berkemauan merencanakan

¹“Sejarah Bank”, *Wikipedia the Free Encyclopedia*. wikipedia.org/wiki/Sejarah_Perbankan (16 Februari 2021)

membangun kembali kekuatan armada lautnya untuk bersaing dengan kekuatan armada laut Prancis akan tetapi pemerintahan Inggris saat itu tidak mempunyai kemampuan pendanaan kemudian berdasarkan gagasan William Paterson yang kemudian oleh Charles Montagu direalisasikan dengan membentuk sebuah lembaga intermediasi keuangan yang akhirnya dapat memenuhi dana pembiayaan tersebut hanya dalam waktu dua belas hari.²

Sejarah dikenalnya perbankan dimulai dari jasa penukaran uang. Sehingga dalam sejarah perbankan, arti bank dikenal sebagai meja tempat penukaran uang. Kemudian dalam perkembangan selanjutnya, kegiatan operasional perbankan berkembang lagi menjadi tempat penitipan uang atau yang disebut sekarang ini kegiatan simpanan. Berikutnya kegiatan perbankan bertambah dengan kegiatan peminjaman uang. Uang yang disimpan oleh masyarakat, oleh perbankan dipinjamkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkannya. Jasa-jasa bank lainnya menyusul sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat yang semakin beragam.

Pada abad ke-20, perkembangan di bidang telekomunikasi dan komputasi menyebabkan perubahan besar pada pola kegiatan bank dan menjadikan bank-bank meningkat secara ukuran, jumlah dan penyebaran geografis. Teknologi informasi mampu menghilangkan batas-batas baik waktu dan geografis juga bersifat global. Secara internal, penguasaan teknologi mendukung kegiatan operasional perusahaan menjadi efektif dan efisien, karena dapat menyederhanakan, mempermudah, dan mengontrol proses dengan sumber daya manusia yang terbatas.

²“Sejarah Bank”, *Wikipedia the Free Encyclopedia*. wikipedia.org/wiki/bank (16 Februari 2021)

Perkembangan *information and communication technology* (ICT) yang sangat pesat telah mengubah berbagai pola kehidupan dalam segala bidang termasuk dalam industri perbankan. Industri perbankan menerapkan teknologi keuangan yang disebut *fintech* (*financial technology*) dalam rangka memberikan layanan keuangan yang lebih mudah bagi masyarakat. Salah satu bentuk layanan teknologi keuangan/*fintech* pada industri perbankan adalah elektronik banking.

Sebelum ada pemanfaatan e-banking, pelayanan kepada nasabah (customer) dilakukan melalui kasir (teller) di kantor bank, nasabah tidak leluasa melakukan transaksi karena harus mengikuti jam kerja dari pukul 08.00–15.00 dan pada hari libur tidak dapat melakukan transaksi. Pelayanan tersebut mengakibatkan nasabah tidak dapat menggunakan uangnya secara bebas sehingga cenderung menarik uang mereka di bank. Perilaku nasabah tersebut berakibat pada lambatnya pertumbuhan jumlah nasabah (permintaan). Pertumbuhan permintaan (*demand*) industri perbankan (direfleksikan oleh jumlah tabungan) mengalami peningkatan rata-rata 19,7% per tahun. Pertumbuhan ini lebih kecil dibandingkan dengan pertumbuhan *demand* setelah dimanfaatkannya e-banking (1998- 2008), yaitu sebesar 28,9% per tahun.³

Bank Indonesia sendiri lebih sering menggunakan istilah Teknologi Sistem Informasi Perbankan untuk semua terapan teknologi informasi dan komunikasi dalam layanan perbankan, atau lebih populer dengan istilah perbankan elektronik (*electronic banking*).⁴ Elektronik banking atau e-banking adalah istilah yang menggambarkan semua transaksi yang terjadi antara perusahaan, organisasi, dan individu dan lembaga

³M. Yusuf S. Barusman, 'Pemanfaatan E-Banking Dalam Industri Perbankan Ditinjau Dari *Structure-Conduct- Performance Paradigm* Di Indonesia', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1.1 (20s10), h. 9.

⁴E-Banking", *Wikipedia the Free Encyclopedia*. <https://id.m.wikipedia.org/wiki/E-banking> (10 Februari 2021).

perbankan. E-Banking merupakan penghantaran otomatis jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui media elektronik serta saluran komunikasi interaktif yang memungkinkan nasabah bank, baik individu ataupun bisnis, mampu mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau publik, termasuk internet.

Tahun 1980-an, perbankan di Amerika dan Eropa memulai penelitian dan percobaan pemrograman pada konsep *home banking*. Ketika itu komputer dan internet banking belum begitu berkembang, penggunaan *home banking* pada dasarnya terbuat dari mesin fax dan telpon untuk memudahkan layanan kepada pelanggan. Kemudian, *Nottingham Building Society* disingkat dengan NSB meluncurkan layanan perbankan internet pertama di Inggris, sejarah internet banking ini terlaksana pada tahun 1983. Layanan ini tidak berkembang dengan baik karena kurangnya pengguna internet, dan biaya yang terkait dengan penggunaan online banking, terhambat pertumbuhan serta membatasi jumlah transaksi dan fungsi dari para pemegang rekening, fasilitas yang di buat NSB berasal dari sistem yang dikenal sebagai PESTEL yang digunakan departemen pos Inggris.

Pada bulan Oktober 1994, layanan perbankan online internet banking pertama di Amerika mulai diperkenalkan. Pengembangnya adalah *Stanford Federal Credit Union* yang merupakan sebuah lembaga bergerak dibidang keuangan, tapi hal ini menciptakan pro dan kontra tentang penggunaan uang elektronik.⁵ Elektronik banking telah menjadi sebuah revolusi yang meningkatkan peranan sektor realnya.

Di Indonesia e-banking kali pertama mulai dikenalkan oleh Bank Internasional Indonesia (BII) pada September 1998. Baru pada Tahun 2001,

⁵Tonny Marezco, "Sejarah Internet Banking", tonnymarezco.wordpress.com
<https://tonnymarezco.wordpress.com/2014/04/17/sejarah-internet-banking/>.. (10 Februari 2021)

implementasi elektronik banking dan mobile banking mulai di lakukan oleh beberapa Bank di Indonesia. Bank Sentral Asia (BCA) merupakan Bank pertama Indonesia yang berani mengoperasikan e-banking secara masif di Indonesia yang di amankan dengan enkripsi SSL 2048 bit dan fasilitas firewall pada situsnya.

B. Perkembangan E-Banking

Pengadaan elektronik banking pada sebuah perbankan merupakan jawaban dari keinginan nasabah perbankan yang menginginkan servis cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari hp, Komputer, laptop/note book, PDA, dan sebagainya melalui penerapan aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang. Kemudahan-kemudahan dalam bertransaksi melalui elektronik banking tampaknya mendapat sambutan yang sangat positif oleh para nasabah perbankan. Hal ini bisa dilihat dari pertambahan pengguna layanan e-banking yang terus mengalami peningkatan.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat, jumlah pengguna e-banking (sms banking, phone banking, mobile banking, dan internet banking) meningkat sebesar 270% dari 13,6 juta nasabah pada tahun 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada tahun 2016. Sementara untuk frekuensi transaksi pengguna e-banking meningkat 169% dari 150,8 juta transaksi pada tahun 2012 menjadi 405,4 juta transaksi pada tahun 2016.⁶ Jumlah ini meningkat seiring adanya perubahan perilaku dan kebutuhan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan aktivitas perbankan.

⁶Dwitya Putra, "OJK: Empat Tahun Pengguna E-Banking Meningkat 270%.", *infobanknews.com*. (11 Februari 2021).

Berdasar data Bank Indonesia, nasabah yang bertransaksi melalui internet banking pada 2009 mencapai 2,5 juta, ini jauh lebih besar dari nasabah 2008 yang hanya mencatat 1,5 juta nasabah. Dari sisi nilai transaksi tentu saja juga mengalami pertumbuhan. Jika selama 2008 tercatat senilai Rp 207 triliun dari 79 juta transaksi, maka selama 2009, nilai itu meningkat tajam menjadi Rp 1.502 triliun yang berasal dari lebih 250 juta transaksi. Potensi tersebut tak pelak mendorong pihak bank untuk terus berlomba-lomba menyediakan layanan e-banking. Menurut Ida Rumondang, peneliti senior Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan Bank Indonesia, pada 2005 terdapat 18 bank yang menyediakan layanan tersebut, baik untuk corporate maupun untuk individu. Pada 2009, jumlah bank yang memberikan layanan tersebut meningkat menjadi 32 bank.⁷

Disinilah kompetisi antar bank dimulai. Para nasabah tentu akan memilih bank yang memberikan layanan dan perlindungan yang prima. Pihak bank harus menangkap kebutuhan nasabah secara lebih jeli. Dengan beragamnya kebutuhan nasabah tentu saja diharapkan bank juga memiliki layanan lengkap di dalam e-banking yang ditawarkan. *E-Banking* dipertimbangkan sebagai suatu strategi yang akan meningkatkan produktifitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih baik.

Transaksi perbankan dengan menggunakan elektronik banking di Indonesia baik secara frekuensi maupun volume terus mengalami peningkatan. Untuk tahun 2014 saja volume e-banking sudah mencapai Rp 6.447 triliun atau naik 17,32 persen dibanding tahun sebelumnya. Dibandingkan layanan E-Banking lainnya,

⁷“Perkembangan E-Banking”, *Idtesis.com*, <https://idtesis.com/pengertian-dan-perkembangan-e-banking-elektronik-banking-di-indonesia/> (12 Februari 2021).

perkembangan mobile banking (M-Banking) terbilang paling cepat. Perkembangan ini hadir karena layanan M-Banking mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang sangat mengedepankan kecepatan mobilitas. Dengan satu sentuhan, M-Banking menciptakan kemudahan layanan perbankan yang terbilang cukup kompleks. Hasil survei lembaga riset keuangan internasional mengungkapkan 35% dari seluruh kegiatan online yang dilakukan di setiap rumah di seluruh dunia akan beralih ke layanan M-Banking. Diprediksi, nilai transaksi M-Banking akan naik dua kali lipat pertahun. Selanjutnya akan meningkat menjadi empat kali lipat setelah 2011. Di Indonesia, dalam lima tahun terakhir pemakaian mobile banking oleh nasabah perbankan meningkat signifikan dengan rata-rata peningkatan 135,3% per tahun. Pada tahun 2003 pengguna mobile banking baru sekitar 315 ribu orang, namun empat tahun kemudian (2007) sudah menjadi 8,2 juta orang. Dan pada 2008 diperkirakan meningkat hingga 50% menjadi sekitar 12,32 juta orang.⁸ Saat ini hampir seluruh bank sudah mengaplikasikan layanan m-banking dengan tiga alasan utama yaitu: 1) praktis karena tidak perlu datang ke bank/ATM, 2) transaksi menjadi lebih cepat, dan 3) mempermudah untuk cek saldo melalui hp.

⁸Mihrun Kamalina, 'Perkembangan Internet Banking di Indonesia', *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8.1 2006), h. 36.

C. Indikator E-Banking

Menurut Clarke (2009), E-banking memiliki empat dimensi, yaitu sebagai berikut:⁹

1. Kepercayaan, hal utama yang harus dipertimbangkan seorang nasabah ketika melakukan kegiatan e-banking adalah apakah mereka percaya terhadap kegiatan yang memakai jaringan internet terutama dalam hal keamanan.
2. Kemudahan, kemudahan dalam penggunaan adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi nasabah. Karena pada saat nasabah bertransaksi melalui e-banking, biasanya nasabah akan mengalami kesulitan karena faktor keamanan dan tidak tahu cara bertransaksi e-banking cenderung mengurungkan niatnya untuk melakukannya. Disisi lain ada juga beberapa nasabah yang berinisiatif untuk mencoba karena mereka telah mendapatkan informasi tentang cara bertransaksi e-banking.
3. Kualitas informasi, informasi apa saja yang ada di dalam e-banking harus memuaskan kebutuhan nasabah. Hal tersebut dapat membantu nasabah di dalam bertransaksi dan mudah dipahami.
4. Resiko, menurut Dowling (1986) dalam Farizi dan Syaefulah (2013), persepsi terhadap resiko adalah persepsi negative konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil yang negative dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata. Persepsi resiko sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan.

⁹Hartuti Candra Puji Lestari, "Analisis Pengaruh Layanan E-Banking dan Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel *Moderating* (Studi Kasus BRI Syariah KCP Kudus)" (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Salatihga, 2018), h. 23-24.

Semakin kecil persepsi resiko dari suatu individu maka semakin besar tingkat kepercayaan, begitupun sebaliknya.

D. Produktivitas E-Banking

1. ATM

Dalam Buku Bijak Ber-ebanking yang dikeluarkan oleh OJK, disebutkan bahwa nasabah bank dapat mengakses rekeningnya untuk melakukan berbagai transaksi keuangan, yaitu transaksi penarikan tunai dan transaksi non tunai, seperti pengecekan saldo, pembayaran tagihan kartu kredit, pembayaran tagihan listrik, pembelian pulsa, dan sebagainya. Untuk menggunakan ATM, nasabah harus memiliki kartu ATM/ debit/kredit dan PIN. PIN adalah kode (4-6 digit) angka yang dibuat oleh nasabah saat pertama kali menerima kartu ATM di bank. Kode tersebut harus dijaga kerahasiannya oleh nasabah supaya kartu ATM tidak dapat disalahgunakan oleh orang lain.¹⁰ ATM itu sendiri merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap saat selama 24 jam nonstop termasuk hari libur. ATM adalah solusi yang tepat untuk manusia zaman sekarang yang serba sibuk karena hanya dalam hitungan menit, sejumlah uang yang kita butuhkan akan langsung tersedia.

¹⁰Otoritas Jasa Keuangan, *Bijak Ber-Elektronik Banking* (Jakarta: OJK, 2015), h. 7-8

Beberapa faktor yang mempengaruhi pemanfaatan ATM antara lain:¹¹

a. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of use*)

Kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan, jika seseorang yakin bahwa dengan menggunakan teknologi maka akan memudahkan pekerjaan maka dia akan menggunakan teknologi tersebut.

b. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan merupakan komponen yang sangat penting dalam menciptakan hubungan dengan nasabah. Untuk itu bank sebagai penyedia layanan jasa ATM sudah seharusnya selalu menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh nasabah bank.

c. Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)

Melalui layanan ATM risiko yang dipersepsi oleh nasabah adalah risiko kehilangan data, risiko pencurian, risiko biaya besar dan risiko penipuan. Untuk meminimalkan risiko tersebut penggunaan kartu ATM yang diterbitkan oleh penerbit di Indonesia saat ini telah menggunakan chip dan PIN enam digit. Teknologi Chip adalah kartu yang dilengkapi dengan *integrated circuit* dengan menggunakan standar yang telah berlaku secara internasional di berbagai belahan dunia. Penggunaan teknologi chip dapat mengurangi risiko terjadinya pemalsuan kartu dan pencurian data identitas pada kartu. Penggunaan chip juga dapat meningkatkan efisiensi karena chip dilengkapi dengan aplikasi yang bersifat multifungsi dan dapat menyimpan lebih banyak informasi data.

Selain itu, pemilihan lokasi ATM merupakan salah satu hal yang bisa mempengaruhi performa ATM. Penempatan ATM di lokasi yang tidak strategis tentu

¹¹Delima Sari Lubis, 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemanfaatan ATM bagi Nasabah Perbankan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)', *At-Tijarah*, 3.1 (2017), h. 40-41.

akan berdampak pada kuantitas transaksi ATM tersebut. Penempatan ATM pada lokasi-lokasi yang tidak memiliki potensi bisnis misalnya jauh dari pusat pertokoan, jauh dari pasar, jauh dari pusat keramaian akan berdampak pada transaksi pada ATM tersebut. Transaksi ATM yang sedikit akan berdampak pada *fee based income* yang kecil. Keputusan saluran pemasaran, dalam hal ini keputusan dalam memilih lokasi ATM merupakan salah satu keputusan yang paling kompleks dan menantang yang dihadapi perusahaan.¹²

ATM juga merupakan salah satu layanan bank syariah yang perlu ditingkatkan guna mendapatkan *fee based income* sebagai upaya untuk menambah laba bank. Bagi nasabah, bank yang mempunyai banyak produk bisa menjadi nilai tambah karena memberikan banyak kemudahan layanan jasa perbankan. Tingkat layanan ATM yang baik akan mempengaruhi penggunaan ATM dan selanjutnya akan berpengaruh terhadap *fee based income* bank yang berasal dari ATM.

2. Phone Banking

Phone banking adalah layanan yang memungkinkan nasabah menghubungi nomor telepon tertentu dari bank untuk melakukan transaksi perbankan. Fitur phone banking antara lain informasi perbankan misalnya informasi suku bunga, kurs, info produk bank, lokasi ATM dan kantor cabang, transaksi perbankan misalnya informasi saldo, pembayaran tagihan listrik, telepon pasca bayar, kartu kredit, pemindahbukuan, transfer antar bank, pembelian isi ulang pulsa, mutasi rekening, perubahan PIN dan data nasabah.¹³

¹²Dedy Mainata, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Performa *Automatic Teller Machine* (ATM) Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Tenggara Seberang', *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 13.2 (2019), h. 262.

¹³Otoritas Jasa Keuangan, *Bijak Ber-Elektronik Banking* (Jakarta: OJK, 2015), h. 18

Phone banking merupakan salah satu kemudahan yang ditawarkan. Phone banking mempermudah aktivitas perbankan dengan hanya telepon, transaksi pun sudah bisa dilakukan dengan panduan mesin penerima telepon atau melalui petugas bank yang melayani phone banking ini. Layanan ini tidak perlu menggunakan gadget sekelas smartphone, hanya menggunakan handphone yang tergolong jadul ataupun menggunakan pesawat telepon di rumah saja, kita sudah dapat menikmati layanan phone banking.

Saat awal mula layanan phone banking ini dibuka, nasabah biasanya melakukan akses melalui telepon rumah, namun seiring dengan makin populernya telepon genggam, maka tersedia pula nomor akses khusus via ponsel bertarif panggilan flat dari manapun nasabah berada. Tujuan awal produk ini lebih banyak bersifat informasi yaitu untuk informasi jasa atau produk bank dan informasi saldo rekening yang dilayani oleh *Customer Service Operator* (CSO). Seiring makin ketatnya persaingan produk antar bank, profilnya kemudian berkembang menjadi semakin variatif meliputi transaksi pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (tagihan kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (voucher dan tiket pesawat), dan transfer ke bank lain. Demi kenyamanan nasabah, phone banking ini dilayani oleh *Interactive Voice Response* (IVR).¹⁴

Penggunaan layanan phone banking menyebabkan kita tidak perlu repot untuk datang ke bank dan melakukan transaksi, kita hanya perlu menelepon nomor call centre bank yang ingin dituju dan dapat melakukan transaksi perbankan selama 24 jam. Cara kerja layanan perbankan phone banking ini sangatlah mudah dan simpel.

¹⁴“Phone Banking”, *cermati.com*, <https://www.cermati.com/artikel/phone-banking-pengertian-dan-cara-kerjanya> (12 Februari 2021).

Hal yang harus dilakukan oleh nasabah untuk menggunakan layanan ini adalah dengan cara mendaftar ke bank terkait atau melalui atm bank tersebut. Setelah mendaftar di bank, kita akan diberikan sebuah pin. Fungsi dari pin ini adalah untuk otoritas atau perizinan dalam melakukan transaksi melalui telepon. Setelah mendapatkan pin, kita hanya perlu untuk menelpon nomor bank yang akan dituju, untuk kemudian baik pihak bank ataupun mesin penjawab yang akan menerima telepon kita dan akan melayani serta memandu kita.

3. SMS Banking

SMS banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon selular/handphone dengan menggunakan media SMS (Short Message Service). Fitur SMS Banking antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, dan suku bunga); dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya.

Untuk dapat menggunakan SMS Banking, nasabah harus mendaftarkan diri dan mendaftarkan nomor ponsel terlebih dahulu ke bank serta mendapatkan password, kemudian nasabah dapat bertransaksi dengan cara mengetik SMS sesuai dengan format SMS yang telah ditentukan. Format SMS berbeda-beda berdasarkan format yang telah ditentukan oleh masing-masing bank, contohnya: untuk melakukan transfer, nasabah dapat mengetik : Transfer <rek_sumber> <rek_tujuan> <nominal> <password>. Pesan ini kemudian dikirim ke nomor tujuan yang telah ditentukan bank. Untuk menggunakan fasilitas ini nasabah sebaiknya mempelajari petunjuk format SMS yang tertera pada buku petunjuk SMS banking atau website bank.¹⁵

¹⁵Otoritas Jasa Keuangan, *Bijak Ber-Elektronik Banking* (Jakarta: OJK, 2015), h. 13

SMS Banking merupakan salah satu alternatif elektronik channel yang menggunakan mobile phone banking sebagai device-nya dan *messaging system* atau *short message system* (SMS) sebagai media transaksinya. Layanan ini diharapkan mampu memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi *any time, any where, any device*.

4. Mobile Banking

Penggunaan *smartphone* yang meningkat membuat industri perbankan berlomba-lomba untuk memberikan layanan aplikasi mobile yang dapat meningkatkan produktivitas pengguna. Dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, perbankan memberikan dukungan akan kecepatan dan kemudahan layanan transaksi perbankan melalui pengembangan mobile banking. Mobile banking dikembangkan menggunakan teknologi GPRS (*General Package Radio Service*), GPRS merupakan teknologi penyampaian data melalui ponsel yang dapat dikirim berbentuk pesan maupun aplikasi.¹⁶

Layanan mobile banking berfungsi guna memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke bank maupun ATM, layanan mobile banking memberikan akses tanpa batas bagi nasabah dalam memenuhi kebutuhan. Nasabah dapat mengakses informasi dan melakukan transaksi yang diinginkan menggunakan mobile banking yang berkaitan dengan perbankan. Beberapa transaksi yang dapat dilakukan, seperti transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar, pembayaran (kartu kredit, PLN, telepon, handphone, listrik, asuransi), pembelian (pulsa isi ulang, saham). Fitur yang

¹⁶Firdausia Kumala Sari, *et al.*, eds., 'Kepercayaan Pada M-Banking Syariah: Studi Pada Generasi Millennial', *Journal Of Islamic Economic Scholar*, 1.1 (2019), h. 3.

disediakan pada mobile banking memberikan kemudahan, kenyamanan dan aksebilitas serta mobile banking dianggap penting untuk menarik pelanggan.

Adapun kebutuhan dari nasabah terhadap suatu sistem mobile banking antara lain:¹⁷

- a. Nasabah mampu melakukan transaksi/ layanan-layanan yang sama seperti yang ditawarkan oleh perbankan konvensional.
- b. Tingkat reliabilitas yang tinggi, akses 24 jam nonstop tanpa ada gangguan.
- c. Tingkat kemudahan akses (*accessibility*) termasuk didalamnya administrasi yang tidak sulit, baik untuk pendaftaran maupun jika ada permasalahan yang timbul, seperti tidak terkirimnya uang pada tujuan transfer.
- d. Antarmuka layanan yang baik dan intuitif.
- e. Notifikasi yang cepat dari pihak Bank jika ada perubahan/transaksi terhadap rekening nasabah secara online/langsung.
- f. Informasi produk dan layanan Bank yang baik dan tidak merepotkan, jika perlu hanya cukup satu saja produk mobile banking yang ada.

Mobile banking merupakan salah satu layanan yang disediakan bank untuk nasabah. Dengannya, nasabah bisa melakukan transaksi perbankan tanpa harus ke cabang bank, melainkan cukup dengan media ponsel. Beberapa aplikasi mobile banking bank terbaru bahkan terdapat menu tarik tunai. Menu itu akan membuat kode sandi tertentu yang bisa digunakan sebagai pengganti kartu ATM untuk mengoperasikan ATM. Namun, hal itu hanya bisa dilakukan di ATM khusus (ATM dengan layanan tanpa kartu). Menikmati mobile banking umumnya gratis. Pihak bank

¹⁷Yusmanto dan Albarda, 'Integrasi Protokol SMS dan Internet pada Mobile Banking', *Jurnal Edukasi dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 1.2 (2015), h. 128-129.

tidak menambah biaya administrasi bulanan. Akan tetapi mengakses mobile banking dibutuhkan pulsa untuk pelanggan prabayar dan koneksi internet. Jika menggunakan layanan pascabayar maka menambah jumlah biaya tagihan telepon tiap bulan.

5. Internet Banking

Internet banking adalah layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Merupakan kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui website milik bank. Kegiatan ini menggunakan jaringan internet sebagai perantara antara nasabah dengan bank tanpa harus mendatangi kantor bank. Nasabah dapat menggunakan perangkat komputer desktop, laptop, tablet, atau smartphone yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dengan sistem bank.

Salah satu keunggulan layanan internet banking adalah layanan bank yang dapat dikendalikan sendiri oleh nasabah. Nasabah dapat mengelola urusan perbankan mereka. Untuk itu, nasabah punya peran penting menjaga keamanan internet banking sehingga sistem keamanan penting melibatkan nasabah dalam konfirmasi transaksi misalnya melalui password atau kode token. Sistem keamanan yang menekankan peran tanggungjawab nasabah untuk turut menjaga keamanan internet banking. Bank seharusnya meningkatkan terus keamanan layanan internet banking, karena aman merupakan manfaat. Keamanan merupakan faktor penting dalam layanan internet banking yang dapat meningkatkan kepercayaan diri nasabah untuk terus menggunakannya. Konsekuensi ini memerlukan pemikiran dan solusi yang tepat bagaimana bank meningkatkan keamanan tetapi tidak menimbulkan peningkatan

kompleksitas prosedur penggunaan internet banking yang dapat mengakibatkan lambatnya proses layanan dan berkurangnya kenyamanan nasabah.

Keamanan layanan internet banking perlu melibatkan partisipasi nasabah untuk ikut menjaga keamanan dengan norma pengamanan yang sederhana. Norma merupakan aturan yang diberlakukan dalam layanan jasa internet banking. Norma meliputi Prosedur dan Tanggungjawab yang melibatkan semua proses yang diperlukan atas interaksi nasabah dengan web perbankan dan staf bank yang didukung dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, seperti prosedur pengamanan, prosedur menerima pengaduan, prosedur registrasi, prosedur reset password. Tanggungjawab merupakan kewajiban yang harus dijalankan dengan baik pihak nasabah maupun pihak bank.¹⁸ Bank yang menggunakan internet banking menyediakan layanan yang rendah biaya untuk nasabah, internet banking memangkas biaya operasi, memperbaiki efisiensi, mengurangi biaya kertas untuk keperluan transaksi serta memberikan kesempatan pada bank untuk menjaga hubungan dengan nasabah dan mencari nasabah baru.¹⁹

Setiap layanan yang diberikan oleh bank mempunyai manfaat, baik untuk bank itu sendiri maupun untuk nasabahnya. Manfaat Internet Banking adalah sebagai berikut:

- a. Bagi bank dapat mengurangi biaya operasional seperti: biaya kertas, biaya percetakan, biaya alat tulis dan lain-lain.

¹⁸Ronny, 'Enam Kekuatan Layanan Jasa Internet Banking: Tinjauan dari Persepsi Nasabah', *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 13.2 (2017), h. 96.

¹⁹Rinda Hesti Kusumaningtyas dan Elsy Rahajeng, 'Persepsi Nasabah Akan Layanan Atm dan E-Banking Dengan Metode TAM', *Studia Informatika*, 10.1 (2017), h. 91.

- b. Mempermudah nasabah bank, dimana nasabah tidak perlu datang ke bank atau mesin ATM untuk melakukan transaksi seperti cek saldo, transfer, cek transaksi, membayar tagihan dan lain-lain kecuali untuk transaksi setoran tunai atau penarikan tunai. Sebagai contoh: nasabah bank yang mempunyai usaha online, dimana ketika pelanggan atau kliennya mentransfer uang langsung dapat dicek transaksi transfer masuk atau tidaknya pada waktu itu juga tanpa perlu datang ke bank atau ke mesin ATM. Kemudian contoh lainnya: nasabah bank dapat melakukan pembayaran atau transfer dari transaksi online atau berbelanja online meskipun pada waktu bank tutup atau libur.
- c. Bagi bank dapat mengurangi jumlah karyawan atau staf operasional sehingga penggunaan ruangan lebih dapat diefisienkan.
- d. Bank dapat melebarkan jangkauannya keseluruhan dunia sehingga nasabah dapat berhubungan dengan bank dari manapun diseluruh dunia dengan waktu tidak terbatas.
- e. Bagi Nasabah tersedia berbagai fitur layanan internet banking antara lain informasi umum rekening tabungan/giro, rekening deposito, kartu kredit, informasi mutasi rekening, transfer dana, baik transfer antar rekening maupun antar bank, pembelian pulsa, pembelian tiket, penempatan deposito, layanan informasi seperti suku bunga dan kurs, dan pembayaran, misalnya pembayaran telepon, internet, kabel TV, asuransi, listrik dan berbagai jenis pembayaran lainnya.