

**MINAT BERTRANSAKSI NASABAH BANK SULSELBAR  
CABANG ENREKANG MENGGUNAKAN INTERNET  
BANKING**



**OLEH**

**ARNI  
NIM 14.2300.138**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTASEKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PAREPARE**

**2020**

**MINAT BERTRANSAKSI NASABAH BANK SULSELBAR  
CABANG ENREKANG MENGGUNAKAN INTERNET  
BANKING**



**OLEH**

**ARNI**

**NIM 14.2300.138**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTASEKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PAREPARE**

**2020**

**MINAT BERTRANSAKSI NASABAH BANK SULSELBAR  
CABANG ENREKANG MENGGUNAKAN INTERNET  
BANKING**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Program Studi**

**Perbankan Syariah**

**Disusun dan diajukan oleh**

**ARNI  
NIM 14.2300.138**

**Kepada**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTASEKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PAREPARE**

**2020**

### PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Arni  
Judul Skripsi : Minat Bertransaksi Nasabah Bank Sulselbar  
Cabang Enrekang Menggunakan Internet  
Banking  
Nomor Induk Mahasiswa : 14.2300.138  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare  
B.2948/Sti.08/PP.00.01/10/2017

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M.  
NIP : 19711111 199803 2 003  
Pembimbing Pendamping : Dr. Arqam, M.Pd.  
NIP : 19740329 200212 1 001


Mengetahui:

Dekan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.  
NIP 19730129 200501 1004

**SKRIPSI  
MINAT BERTRANSAKSI NASABAH BANK SULSELBAR  
CABANG ENREKANG MENGGUNAKAN INTERNET  
BANKING**

Disusun dan diajukan oleh

ARNI  
14.2300.138

Telah di Pertahankan di Depan Sidang Ujian Munaqasyah  
pada Tanggal 10 Maret 2020  
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M.

NIP : 19711111 199803 2 003

Pembimbing Pendamping : Dr. Arqam, M.Pd.

NIP : 19740329 200212 1 001



Rektor, Institut Agama Islam Negeri Parepare      Dekan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



~~Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si~~  
~~NIP. 196404271987031002~~



~~Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.~~  
~~NIP. 19730129 200501 1004~~

**PENGESAHAN KOMISI PENGUJI**

Judul Skripsi : Minat Bertransaksi Nasabah Bank Sulselbar  
Cabang Enrekang Menggunakan Internet  
Banking

Nama Mahasiswa : Arni

Nomor Induk Mahasiswa : 14.2300.138

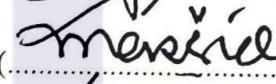
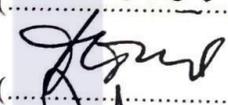
Fakultas : Ekonomi dan bisnis islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi  
Jurusan Syariah dan Ekonomui Islam  
B.2948/Sti.08/PP.00.01/10/2017

Tanggal Kelulusan : 10 Maret 2020

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M.	(Ketua)	(  )
Dr. Arqam, M.Pd.	(Sekretaris)	(  )
Dr. Firman, M.Pd.	(Anggota)	(  )
Abdul Hamid, S.E., M.M.	(Anggota)	(  )

Mengetahui;



Rektor  
Institut Agama Islam Negeri Parepare

Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si  
NIP: 19640427 198703 1 002

## KATA PENGANTAR

### بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ الْعَالَمِينَ وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ , وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ  
الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt berkat hidayah, taufik dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “(Minat Bertransaksi Nasabah Bank Sulselbar Cabang Enrekang Menggunakan Internet Banking)” sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Shalawat dan salam senantiasa mengalir kepada manusia terbaik, manusia pilihan kekasih Sang Maha Pengasih, Nabi mulia Muhammad saw beserta para keluarga dan sahabatnya.

Penulis menghaturkan ucapan terima kasih kepada Ibunda dan Ayahanda, serta seluruh keluarga tercinta yang selalu mencurahkan kasih sayang, perhatian, kesabaran, untaian do'a yang tulus demi keberhasilan penulis, dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik pada waktunya.

Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua pembimbing yang selalu ini tidak pernah lelah mengawal dan mengarahkan penulis yakni Ibu Dr. Syariyah Semaun, S.E., M.M. selaku Pembimbing Utama dan bapak Dr. Arqam, M.Pd. selaku Pembimbing Pendamping atas segala bantuan, arahan dan bimbingan, nasehat serta pengetahuan yang telah diberikan selama ini, penulis ucapkan banyak terima kasih.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ayahanda syamsuddin bapak dan ibu nursiah yang dengan tulus membesarkan, mendidik, dan mendoakan penulis sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si, selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras untuk mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
3. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. selaku dekan fakultas Ekonomi dan bisnis islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
4. Ibu An Ras Tri Astuti, M.E. selaku penanggung jawab Program Studi Perbankan Syariah.
5. Ibu Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing utama dan Bapak Dr. Arqam, M.Pd. selaku pembimbing kedua yang selama ini memberikan petunjuk, arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Bapak Wahidin, m.HI selaku dosen Penasehat Akademik yang selama ini memberikan petunjuk, arahan mulai semester 1 hingga saat ini.
7. Para Bapak/ Ibu dosen pengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare
8. Kepala perpustakaan dan jajaran pegawai perpustakaan IAIN Parepare yang telah membantu dalam pencarian referensi skripsi ini.
9. Segenap staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare, atas segala arahan dan bantuannya.

10. Pengurus Bank Sulselbar Cabang Enrekang, beserta jajarannya yang menerima baik peneliti untuk melakukan penelitian.
11. Sahabat-sahabat seperjuangan Kiki diana susia, Hasyim (Inces) Supriani, Taufik, Haslinda, yang selalu memberikan dukungan untuk menyelesaikan tulisan ini.

Tiada kata yang dapat melukiskan rasa syukur dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini yang mungkin tidak dapat penulis sebutkan, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua. Akhir kata tiada gading yang tak retak, penulis menyatakan sebagai manusia yang tidak sempurna, dengan senang hati akan menerima kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulisan di esok hari akan lebih baik. Semoga karya sederhana ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Parepare, 16 Oktober 2020



Arni  
14.2300.138

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arni

NIM : 14.2300.138

Tempat/Tgl. Lahir : Sapiri, 04 Maret 1996

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Minat Bertransaksi Nasabah Bank Sulselbar Cabang  
Enrekang Menggunakan Internet Banking

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 16 Oktober 2020



**Arni**  
14.2300.138

## ABSTRAK

**ARNI**, *Minat Bertransaksi Nasabah Bank Sulselbar Cabang Enrekang Menggunakan Internet Banking*. Dibimbing oleh Syahriyah Semaun selaku pembimbing utama dan Arqam selaku pembimbing kedua.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi nasabah dalam bertransaksi menggunakan internet banking Bank Sulselbar Cabang Enrekang dan faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan internet banking Bank Sulselbar Cabang Enrekang, serta bagaimana dampak keberadaan internet banking Bank Sulselbar Cabang Enrekang.

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), penarikan kesimpulan (*conclusion*) atau verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Nasabah internet banking baik, disebabkan manfaat yang mereka peroleh dari keberadaan internet banking. Manfaat tersebut: sesuai kebutuhan konsumen, pelayanan internet banking yang baik, dan kinerja internet banking yang memuaskan nasabah. 2) Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan internet banking: adanya dorongan dari dalam individu, motivasi sosial, ikatan emosional, kualitas produk, faktor kepercayaan dan faktor kebutuhan. 3) Dampak dari keberadaan internet banking ditinjau dari sisi negatif yakni timbulnya peluang pencurian dunia maya. Sedangkan dampak dari keberadaan internet banking ditinjau dari sisi positif yakni aplikasi mudah digunakan, layanan dapat dijangkau dari mana saja, murah, dan dapat dipercaya.

**Key Words:** Bank, Minat Nasabah, Internet Banking

## DAFTAR ISI

		Halaman
HALAMAN JUDUL.....		ii
HALAMAN PENGAJUAN.....		iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....		iv
KATA PENGANTAR .....		v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....		viii
ABSTRAK .....		ix
DAFTAR ISI.....		x
DAFTAR LAMPIRAN.....		xi
BAB I	PENDAHULUAN	
	1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
	1.2 Rumusan Masalah .....	4
	1.3 Tujuan Penelitian .....	4
	1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	
	2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	6
	2.2 Tinjauan Teori .....	8
	2.2.1 Minat .....	8
	2.2.2 Nasabah .....	13
	2.2.3 Teori Persepsi.....	16
	2.2.4 Kepuasan Nasabah .....	21
	2.2.5 Teori Internet Banking.....	22
	2.2.6 Teori Perbankan .....	29
	2.3 Tinjauan Konseptual.....	32
	2.4 Kerangka Pikir.....	34

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	37
3.3 Fokus Penelitian .....	37
3.4 Jenis dan Sumber Data yang Digunakan.....	37
3.4.1 Data Primer .....	37
3.4.2 Data Sekunder .....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5.1 Observasi.....	38
3.5.2 Wawancara .....	38
3.5.3 Dokumentasi .....	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	39

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Bagaimana persepsi nasabah dalam bertransaksi menggunakan internet banking Bank Sulselbar Cabang Enrekang .....	41
4.1.1 Sesuai kebutuhan konsumen.....	43
4.1.2 Pelayanan internet banking.....	46
4.1.3 Kinerja internet banking.....	49
4.2 Faktor faktor apakah yang mempengaruhi Nasabah menggunakan Internet Banking Bank Sulselbar Cabang Enrekang .....	50
4.2.1 Dorongan dari dalam individu.....	51
4.2.2 Motif sosial.....	57
4.2.3 Faktor emosional.....	59
4.2.4 Faktor produk.....	61
4.2.5 Faktor kepercayaan.....	62
4.2.6 Faktor kebutuhan.....	63
4.3 Bagaimana dampak keberadaan internet banking bank Sulselbar ....	64
4.3.1 Dampak negatif.....	64
4.3.2 Dampak positif.....	65

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan .....	69
5.2 Saran .....	69
DAFTAR PUSTAKA .....	70



## DAFTAR GAMBAR

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Bagan kerangka pikir	35



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>No. Lampiran</b>	<b>Judul Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1	Izin Melaksanakan Penelitian	
2	Izin Rekomendasi Penelitian	
3	Surat Keterangan Selesai Melaksanakan Penelitian Di Bank Sulselbar Cabang Enrekang	
4	Surat keterangan melakukan penelitian	
5	Surat keterangan wawancara	
6	Dokumentasi	
7	Riwayat hidup penulis	

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Bank mempunyai peranan yang strategis dalam perekonomian suatu negara. Sebagai lembaga intermediasi, bank berperan dalam memobilisasi dana masyarakat yang digunakan untuk membiayai kegiatan investasi serta memberikan fasilitas pelayanan dalam lalu lintas pembayaran. Selain menjalankan kedua perencanaan tersebut, bank juga berfungsi sebagai media dalam mentransmisikan kebijakan moneter yang dilakukan oleh bank sentral. Bank adalah *department of store*, yang merupakan organisasi jasa atau pelayanan berbagai macam jasa keuangan. Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang atau kredit bagi masyarakat yang membutuhkannya. Disamping itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang atau menerima segala bentuk pembayaran dan setoran.<sup>1</sup> Bank adalah dana usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>2</sup>

Bank merupakan lembaga keuangan yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menyetarakan dan mengembangkan perekonomian dan pembangunan nasional. Kegiatan utama dari perbankan adalah menyerap dana dari masyarakat. Hal

---

<sup>1</sup>Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 25.

<sup>2</sup>Malayu Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), h. 7.

ini terutama karena fungsi Bank sebagai perantara (*intermediary*) antara pihak-pihak kelebihan dana (*surplus of funds*) dan pihak yang memerlukan dana (*lack of funds*). Sebagai *agent of development*, Bank merupakan alat pemerintah dalam membangun perekonomian bangsa melalui pembiayaan semua jenis usaha pembangunan, yaitu sebagai financial intermediary (perantara keuangan) yang memberikan kontribusi terhadap pendapatan negara<sup>3</sup> bank memiliki peran sebagai pengembal amanah dari nasabah juga merupakan hal yang penting untuk memperhatikan kenyamanan transaksi nasabahnya. Maka dalam hal ini perluasan bidang pelayanan dilakukan dengan menyediakan fasilitas yang memberikan kemudahan kepada nasabahnya.

Promosi penjualan merupakan tindakan yang perlu untuk dilakukan sebagai bentuk memperkenalkan produk-produk perbankan. Sebagai penunjang, maka dari itu, diperlukan suatu produk yang memang mampu memberikan solusi bagi nasabah sebagaimana tujuan perbankan yakni memberikan pelayanan prima. Eksistensi dan perkembangan perbankan saat ini telah merambah kepada pelayanan berbasis IT. Salah satu bentuk perkembangan perbankan yakni dengan keberadaan internet banking.

Internet banking merupakan kegiatan yang melakukan transaksi pembayaran dan transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi dengan system keamanan. Layanan internet banking telah diatur melalui peraturan Bank Indonesia No.9/15/PBI/2007 tentang Penerapan Manajemen Resiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum.<sup>4</sup> Penyelenggaraan internet banking merupakan penerapan aplikasi teknologi informasi yang dimanfaatkan untuk

---

<sup>3</sup>Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 3

<sup>4</sup>Gubernur Bank Indonesia, “Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/15/PBI/2007 Tentang Penerapan Manajemen Resiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum,” dalam *Peraturan Bank Indonesia* (Jakarta:), h. 1.

menjawab keinginan nasabah yang menginginkan servis yang mudah, cepat, aman, nyaman yang tersedia setiap saat.

Internet banking memberikan beberapa keuntungan kepada nasabah, seperti: Mudah dalam penggunaannya, responnya *real time*, transaksi tercatat secara *real time*, keamanan terjamin, menggunakan sistem keamanan berlapis, menggunakan *user id*, *password*, dan *dynamic password*, fleksibilitas tinggi, karena level otoritas dapat diubah sesuai keperluan dan otorisasi dapat dilakukan secara *remote*<sup>5</sup>

Meskipun pelayanan berbasis internet banking telah ada dan secara umum terbukti memberikan kemudahan bagi penggunanya, namun tidak menutup kemungkinan masih banyak persoalan di kalangan nasabah. Persoalan itu melingkupi keterbatasan jaringan internet di Enrekang yang belum mencakup seluruh wilayah. Sejalan dengan itu, persoalannya juga merambah kepada keterbatasan pengetahuan nasabah terhadap internet banking, dalam hal ini internet banking hanya melingkupi beberapa kalangan saja, yakni hanya kalangan yang memiliki smartphone.

Dari sisi perbankan, untuk menimbulkan minat yang lebih besar terhadap suatu produk, para manajer perusahaan seharusnya melengkapi iklan mereka dengan cara promosi produk. Promosi (*promotion*) adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual ke pembeli atau dari pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.<sup>6</sup> Kita juga ketahui bahwa keterbatasan terhadap akses internet dengan keberadaan internet banking tentu merupakan sebuah masalah, sebab bagaimana seorang nasabah mampu menggunakan internet banking secara efektif dan menyeluruh tanpa jaringan yang memadai, maka

---

<sup>5</sup>Ahmad Ifham, *Ini Lho Bank Syariah!: Memahami Bank Syariah dengan Mudah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), h. 31

<sup>6</sup>E. Jerome McCarthy, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1993), h. 293.

dalam hal ini, adakalanya Pemerintah maupun lembaga perbankan perlu melakukan integrasi bersama dalam menyediakan fasilitas internet kepada masyarakat Enrekang agar masyarakat tahu perkembangan dan berdampak kepada semakin meningkatnya pengguna internet banking. Berdasarkan atas masalah ini peneliti melakukan penelitian ini dengan judul “Minat Bertransaksi Nasabah Bank Sulselbar Cabang Enrekang Menggunakan Internet Banking”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

- 1.2.1 Bagaimana minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan internet banking Bank Sulselbar Cabang Enrekang?
- 1.2.2 Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan internet banking Bank Sulselbar Cabang Enrekang?
- 1.2.3 Bagaimana dampak keberadaan internet banking Bank Sulselbar Cabang Enrekang ?

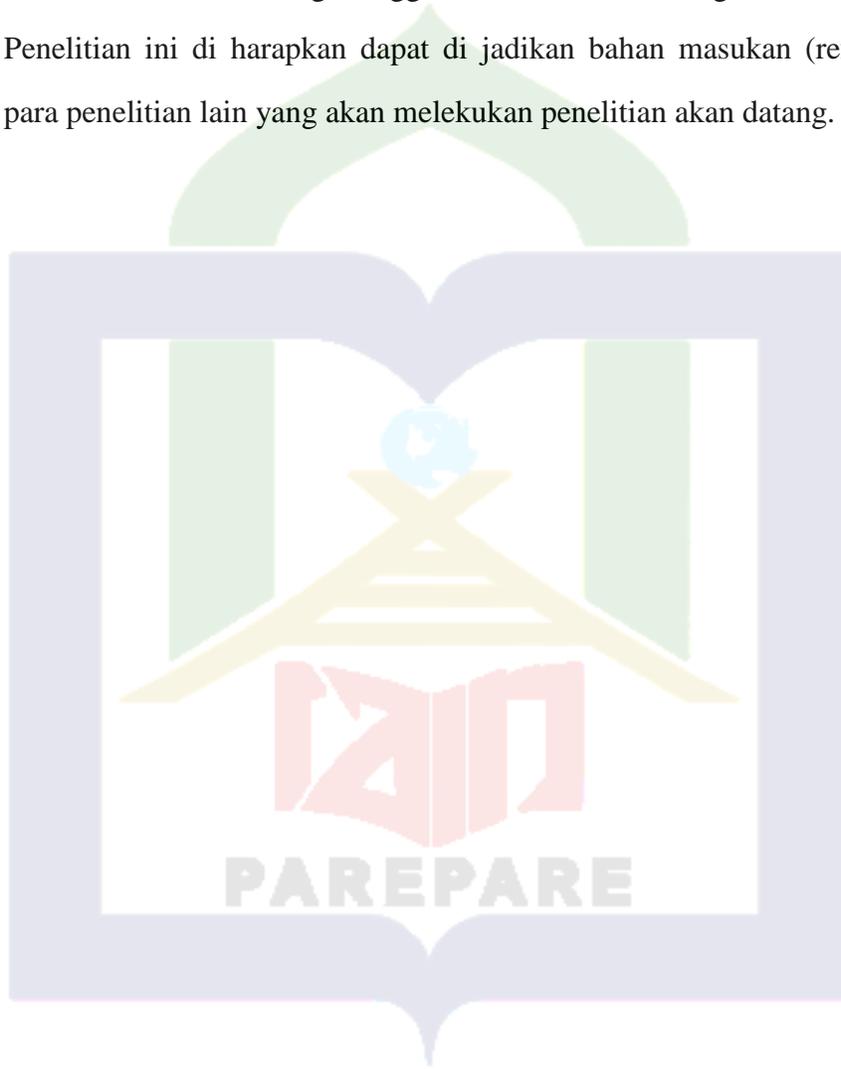
## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan titik yang ingin dicapai dalam terlaksananya penelitian ini. Adapun tujuan dari penelitian ini yang ingin dicapai oleh peneliti adalah:

- 1.3.1 Untuk mengetahui persepsi nasabah dalam bertransaksi menggunakan internet banking Bank Sulselbar Cabang Enrekang
- 1.3.2 Untuk mengetahui Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi Nasabah menggunakan internet banking Bank Sulselbar Cabang Enrekang.
- 1.3.3 Untuk mengetahui bagaimana dampak keberadaan internet banking Bank Sulselbar Cabang Enrekang.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

- 1.4.1 Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan bacaan yang bermanfaat bagi orang yang ingin mengetahui minat kemudahan bertransaksi nasabah Bank Sulselbar Enrekang menggunakan internet banking.
- 1.4.2 Penelitian ini di harapkan dapat di jadikan bahan masukan (referensi) bagi para penelitian lain yang akan melekukan penelitian akan datang.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka menurut analisis dan uraian sistematis tentang teori, pemikiran dan hasil penelitian yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti dalam rangka memperoleh pemikiran konseptual terhadap variabel yang akan diteliti.<sup>7</sup> Kegunaan tinjauan pustaka adalah memberikan kerangka acuan komprehensif mengenai prinsip atau konsep yang digunakan dalam pemecahan masalah. Penelitian terdahulu dijadikan salah satu pedoman pendukung untuk membedakan penelitian yang akan dilaksanakan. Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan penulis sebagai referensi, yaitu:

M. Khariska Afriadi, mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan judul skripsi “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank mandiri syariah”, 2016. Dalam penelitian tersebut membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Komplek Perumdam Kel. Kandang Mas Kec. Kampong Melayu Kota Bengkulu untuk menjadi nasabah di bank syariah. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan yang bersifat kualitatif argumentatif, dengan jumlah informan sebanyak 29 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi secara langsung, wawancara dan kepustakaan. Berdasarkan hasil penelitiannya M. Khariska Afriadi menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat

---

<sup>7</sup>Saepuddin dan dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi, (Parepare: STAIN Parepare, 2013), h. 33.

masyarakat kompleks perumdam untuk menjadi nasabah di Bank Syariah adalah faktor promosi, faktor produk dan faktor lokasi.<sup>8</sup>

Dari penelitian di atas memiliki kesamaan dengan penelitian penulis yaitu minat kemudahan bertransaksi nasabah menggunakan internet banking. Namun, penelitian yang dilakukan oleh M. Khariska Afriadi mengenai Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah letak perbedaannya adalah penulis meneliti tentang nasabah yang menggunakan internet banking di Bank Sulselbar Cabang Enrekang.

Penelitian yang serupa yakni oleh Heni Husni Muasyaroh, mahasiswi alumni universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, tahun 2014, program studi keuangan Islam, dengan judul penelitian “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap minat Nasabah Menggunakan *e-banking* PT. Bank BNI Syariah Yogyakarta”. Dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dari lima disimpulkan bahwa regresi dapat digunakan da nada pengaruh secara bersama-sama dari produk, tarif, promosi, proses dan layanan terhadap minat nasabah.<sup>9</sup>

Unsur-unsur yang membedakan antara penelitian terdahulu yang telah dilakukan dengan penelitian sekarang, yakni metode penelitian, lokasi penelitian dan objek penelitian. Metode penelitian yang digunakan saudari Heni Husni Muasyaroh adalah penelitian kuantitatif yang menjelaskan hubungan variable-variabel yang terkait, sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode penelitian kualitatif

---

<sup>8</sup>M. Khariska Afriadi, “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Masyarakat menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Komplek Perumahan Perumdam Kelurahan Kandang Mas Kecamatan Kampong Melayu Kota Bengkulu)” (skripsi sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam: Bengkulu, 2016), [blog.repository.iainbengkulu.ac.id/pdf](http://blog.repository.iainbengkulu.ac.id/pdf) (17 desember 2019)

<sup>9</sup>Heni Husni Muasyaroh, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan E-Banking PT. Bank Syariah Yogyakarta”. (Skripsi Sarjana; program studi keuangan Islam: Yogyakarta, 2014), h. ii.

dengan jenis fenomenologi. Lokasi penelitian terdahulu di Kota Yogyakarta, sedangkan penelitian yang sekarang di Enrekang. Objek penelitian terdahulu yakni pada Bank BNI Syariah Yogyakarta, sedangkan penelitian sekarang di Bank Sulselbar Cabang Enrekang.

## **2.2 Tinjauan Teori**

### **2.2.1 Teori Minat**

#### **1. Pengertian Minat**

Dalam kamus umum bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan. Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian pransangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Minat sama artinya dengan perhatian, antara minat dan perhatian pada umumnya dianggap sama/tidak ada perbedaan. Memang keduanya hampir sama dan dalam praktek selalu bergandengan satu sama lain. jika seseorang yang tertuju pada suatu obyek sebenarnya dimulai dengan adanya minat dalam hal tersebut. minat ialah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada suatu dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang terkuat". Perhatian ialah keaktifan jiwa yang diarahkan kepada sesuatu obyek tertentu. Di dalam gejala perhatian, ketiga fungsi tersebut juga ada, tetapi unsur pikiranlah yang terkuat pengaruhnya. Antara minat dan perhatian selalu berhubungan dengan praktek. Apa yang menarik minat dapat menyebabkan adanya perhatian dan apa yang menyebabkan adanya perhatian kita terhadap suatu tentu disertai dengan minat.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup>Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: PT RINEKA CIPTA, 2003), h. 151.

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, tertarik, perhatian, gairah, dan keinginan.<sup>11</sup> Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dengan kata lain ada suatu usaha (untuk mendekati, mengetahui, menguasai dan berhubungan) dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari objek.<sup>12</sup>

Dari pemaparan dan penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa minat merupakan kecendrungan yang timbul dari dalam diri seseorang yang bersifat non-materil yang membuat seseorang mengambil keputusan untuk bertindak.

## 2. Gejala Minat Konsumen

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa. Dengan demikian, pengertian minat nasabah yaitu pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya. Berikut ini penjelasan mengenai ketiga indikator yang dijadikan acuan terbentuknya minat nasabah, yaitu sebagai berikut;

### a. Kognisi (Gejala Pengenalan)

---

<sup>11</sup>Vina Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 112.

<sup>12</sup>Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Prespektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 263.

Kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan termasuk kesadaran, perasaan atau mengenali sesuatu melalui pengalaman sendiri gejala pengenalan dalam garis besarnya dibagi menjadi dua yaitu melalui indera dan melalui akal. Dari pengertian diatas menurut Uswah Wardiana kognisi itu merupakan keyakinan seseorang tentang suatu yang didapatkan dari proses berfikir tentang sesuatu objek tertentu,<sup>13</sup>

b. Emosi (Gejala Perasaan)

Kecenderungan untuk memiliki perasaan yang khas bila berhadapan dengan objek tertentu dalam lingkungannya. Emosi dapat diartikan perasaan yang muncul akibat dari rangsangan dalam maupun dari luar maksudnya suatu perasaan yang mendorong individu untuk merespon bertindak terhadap stimulus baik yang berasal dari dalam maupun dari luar dirinya.

c. Konasi (Gejala Kemauan)

Konasi merupakan salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktifitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan suatu tujuan. Tujuan adalah titik akhir dari gerakan yang menuju pada suatu arah tertentu.<sup>14</sup>

3. Faktor yang Mempengaruhi Minat

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat cukup banyak faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri

---

<sup>13</sup>Uswah Wardiana, *Psikologi Umum*, (Jakarta:PT Bina Ilmu, 2004), h. 58.

<sup>14</sup>Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta:PT Rineka Cipta, 2003), h. 113.

individu yang bersangkutan (missal : bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian), dan yang berasal dari luar mencangkup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Sedangkan minat menurut Crow and Crow dalam bukunya Abdul Rahman Saleh berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

- a. Dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan makan, rasa ingin tahu.
- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.<sup>15</sup>

Dalam Saladin juga terdapat tiga faktor yang sebagai berikut ;

1. Faktor Produk, atribut yang ada pada suatu produk merupakan hal yang penting guna menarik seseorang untuk menggunakannya. Adapun indicator yang digunakan adalah produk yang bervariasi, sesuai dengan tujuan dan kebutuhan, persyaratan yang ringan, biaya administrasi yang murah, jasa pembiayaan dan lain sebagainya.
2. Faktor Kepercayaan, kepercayaan seseorang terhadap suatu produk memiliki peran tersendiri dalam membentuk perilaku dari orang tersebut, yaitu dengan memilih produk yang baik dan juga terpercaya. Adapun indikator yang digunakan adalah jaminan keamanan yang diberikan
3. Faktor Kebutuhan, Kebutuhan merupakan sifat alamiah seseorang sehingga dijadikan fasilitas yang ada. Adapun indicator yang digunakan adalah dengan

---

<sup>15</sup>Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Prespektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 264.

adanya kebutuhan yang mendesak, untuk modal usaha, serta kondisi keuangan yang minim<sup>16</sup>

#### 4. Macam-macam Minat

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, ini sangat tergantung pada sudut pandang dan cara menggolongkannya. minat dapat dibagi menjadi tiga macam (berdasarkan timbulnya, berdasarkan arahnya, dan cara mengungkapkannya) yaitu sebagai berikut:<sup>17</sup>

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural atau minat social adalah minat yang timbul karena proses belajar.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
- c. Berdasarkan cara mengungkapkannya, minat dapat di bedakan menjadi empat yaitu:
  1. *Expressed interest*; minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk kenyataan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya,
  2. *Manifest interest*; minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung,

---

<sup>16</sup>Djaslim Saladin, *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, cet. Ke-2* (Bandung : Mandar Maju, 1996), h.51

<sup>17</sup>Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 263-268.

3. *Tested interest*; minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasiljawaban tes objektif, dan
4. *Inventoried interest*; minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distadarisasikan.

### 2.2.2 Teori Nasabah

#### 1. Pengertian Nasabah

Arti nasabah pada lembaga perbankan sangat penting. Nasabah itu ibarat nafas yang sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu bank. Oleh karena itu bank harus dapat menarik nasabah sebanyak-banyaknya agar dana yang terkumpul dari nasabah tersebut dapat di putar oleh bank yang nantinya disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan 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.<sup>18</sup> Menurut Teguh Pujo Mulyono klasifikasi nasabah dapat dilihat dengan matrik klasifikasi nasabah pembiayaan matrik tersebut menggabungkan antara aspek jaminan dan manajemen.<sup>19</sup> Komaruddin dalam kamus perbankan menyatakan bahwa “nasabah adalah seseorang atau suatu perusahaan yang mempunyai rekening koran atau deposito atau tabungan serupa lainnya pada sebuah bank”.<sup>20</sup>

<sup>18</sup>M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 189.

<sup>19</sup><http://id.shvoong.com/writing-and-speaking/presenting/2225846-pengertian-danklasifikasi-nasabah/> 12 mei 2005

<sup>20</sup>Komaruddin, *Kamus Perbankan* (Jakarta: Rajawali t.a, 1994). h. 58.

Arti nasabah pada lembaga perbankan sangat penting. Nasabah itu ibarat nafas yang sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu bank. Oleh karena itu bank harus dapat menarik nasabah sebanyak-banyaknya agar dana yang terkumpul dari nasabah tersebut dapat di putar oleh bank yang nantinya disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan bank.<sup>21</sup>

Dari kedua pengertian nasabah menurut para ahli diatas, maka penulis memberikan kesimpulan bahwa pengertian nasabah adalah seseorang atau badan usaha (koperasi, perusahaan) yang memiliki rekening simpanan dan pinjaman pada sebuah bank.

Dalam memahami mengenai apa yang dipikirkan oleh nasabah ada beberapa hal yang harus dipahami terlebih dahulu :<sup>22</sup>

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

Berdasarkan peraturan bank Indonesia nomor 11/26/PB/2019 tentang prinsip kehati-hatian dalam melaksanakan kegiatan *structured produc* bagi bank umum, nasabah diklasifikasikan menjadi tiga yaitu:

1. Nasabah professional

---

<sup>21</sup>Sigit Anggoro, *Bank dan Nasabah*, <http://politeknikpajajaran.ac.id/bank-dan-nasabah/> diakses pada 03 Juli 20120.

<sup>22</sup>Bill Stinnet. *Think Like Your Customer*. (Jakarta: Alex Media Komputindo), h. 3.

Nasabah digolongkan sebagai nasabah profesional apabila nasabah tersebut memiliki pemahaman tentang karakteristik, fitur, dan resiko dari struktur produk dan terdiri dari Perusahaan yang bergerak dibidang keuangan terdiri dari bank perusahaan epek perusahaan pembiayaan atau pedagang berjangka sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perbankan, pasar modal, lembaga pembiayaan dan perdagangan berjangka komoditi yang berlaku.

## 2. Nasabah *Eligible*

Nasabah digolongkan sebagai nasabah profesional apabila nasabah tersebut memiliki pemahaman terhadap karakteristik, fitur, dan resiko dari struktur produk dan terdiri dari:

Perusahaan yang bergerak di bidang perusahaan perasuransian sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan di bidang dana pensiun dan usaha peransuransian yang berlaku. Perusahaan dengan modal 5.000.000.000.0 (lima milyar rupiah) atau quivaennya dengan valuta asing dan telah melakukan kegiatan paling kurang 12 bulan berturut-turut. Nasabah perorangan yang mempunyai portopolio asset berupa kas, giro, tabungan paling kurang dari Rp.5.000.000.000.

## 3. Nasabah Retail

Nasabah yang tidak termasuk dalam nasabah profesional dan eligible. Struktur produk adalah produk bank yang merupakan penggabungan antara 2 (dua) atau lebih instrument keuangan berupa instrument non derivative dan paling kurang memiliki karakteristik sebagai berikut:

Nilai atau arus kas yang timbul dari produk tersebut dikaitkan dengan satu atau kombinasi variable dasar seperti suku bunga, nilai tukar, komoditi, dan atau ekuitas. Pola perubahan atas nilai atau arus kas produk bersifat tidak reguler apabila dibandingkan dengan pola perubahan variable dasar sebagai dimaksud pada huruf sehingga mengakibatkan perubahan nilai atau arus kas tersebut tidak mencerminkan keseluruhan perubahan pola dari variable dasar secara linear.

### 2.2.3 Teori Persepsi

#### 1. Pengertian Persepsi

Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran yang memiliki arti.<sup>23</sup> Menurut Stephen P. Robbin, persepsi mempunyai arti antara lain: Persepsi adalah proses pengorganisasian dan pemaknaan terhadap kesan-kesan sensori untuk memberi arti pada lingkungannya.<sup>24</sup>

Menurut Webster sebagaimana dikutip oleh Sutisna yang menyatakan persepsi adalah proses bagaimana stimulus-stimulus yang mempengaruhi tanggapan-tanggapan itu diseleksi dan diinterpretasikan, persepsi setiap orang terhadap suatu objek itu berbeda-beda oleh karena itu persepsi mempunyai sifat subyektif. Stimulus adalah setiap bentuk fisik atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu. Salah satu stimulus yang penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah lingkungan (sosial dan budaya) karena persepsi setiap

---

<sup>23</sup>Philip kotler dan Amstrong Gary, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12*. (Penerbit Erlangga, 2013), h. 10.

<sup>24</sup>Vina Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia. 2015), h. 110.

orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda oleh karena itu persepsi mempunyai sifat subjektif. Persepsi seorang konsumen akan berbagai stimulus yang diterimanya di pengaruhi oleh karakteristik yang dimilikinya.<sup>25</sup>

Persepsi adalah proses interpretasi seseorang atas lingkungannya. Persepsi dalam arti umum adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respon bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak. Seseorang mengelompokkan informasi dari berbagai sumber kedalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Prinsip dasar dari organisasi persepsi adalah penyatuan (integration) yang berarti bahwa berbagai stimulus akan dirasakan sebagai suatu yang dikelompokkan secara menyeluruh. Informasi pengorganisasian seperti itu memudahkan untuk memproses dan memberikan pengertian yang terintegrasi terhadap stimulus. Persepsi dapat juga dikatakan sebagai pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ditentukan oleh faktor-faktor fungsional dan struktural.<sup>26</sup>

Terdapat tiga tahap dalam pembentukan persepsi konsumen, yaitu:<sup>27</sup>

1. Sensasi adalah suatu proses penyerapan informasi mengenai suatu produk yang melibatkan panca indra konsumen (pendengaran, penglihatan, penciuman dan peraba). Pada tahap ini, konsumen akan menyerap dan menyimpan segala informasi yang diberikan ketika suatu produk ditawarkan atau dicoba.

---

<sup>25</sup>Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2001), h.63.

<sup>26</sup>Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 1996), h.58.

<sup>27</sup> Setiadi Nugroho J, *Perilaku konsumen*, (Jakarta:Prenada Media, 2003), h. 171-173

2. Organisasi adalah tahap dimana konsumen mengolah informasi yang telah ia dapatkan pada tahap sensasi. Konsumen akan membandingkan antara informasi baru tersebut dengan informasi atau pengetahuan yang telah ia miliki sebelumnya. Kemudian konsumen akan mendapatkan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki produk tersebut serta nilai tambah yang bisa didapat.
3. Interpretasi adalah pengambilan citra atau pemberian makna oleh konsumen terhadap suatu produk. Setelah pada tahap organisasi konsumen mendapatkan kelebihan dan kekurangan serta nilai tambah produk, maka akan tercipta citra atau makna khas yang melekat pada produk. Dalam pemasaran, persepsi itu lebih penting daripada realitas, Karena persepsi itulah yang akan mempengaruhi perilaku aktual konsumen.

Persepsi tidak hanya tergantung pada sifat-sifat rangsangan fisik tetapi juga pada hubungan antara rangsangan dengan lingkungan dan individu. Seseorang dapat memiliki persepsi yang berbeda atas objek yang sama karena tiga proses persepsi:

1. Perhatian selektif adalah kecenderungan bagi manusia untuk menyaring sebagian besar informasi yang mereka hadapi, berarti bahwa pemasar harus bekerja cukup keras untuk menarik perhatian konsumen.
2. Distorsi selektif. Rangsangan yang telah mendapatkan perhatian bahkan tidak selalu muncul di pikiran orang persis seperti yang diinginkan oleh pengirimnya. Distorsi selektif adalah kecenderungan menafsirkan informasi sehingga sesuai dengan pra-konsepsi kita. Konsumen akan menjadi konsisten dengan keyakinan awal mereka atas merek dan produk.
3. Ingatan selektif. Orang akan melupakan banyak hal yang mereka pelajari, tapi cenderung mengingat informasi yang mendukung pandangan dan

keyakinan mereka. Ingatan selektif menjelaskan mengapa para pemasar menggunakan drama dan pengulangan dalam mengirimkan pesan ke pasar sasaran mereka untuk memastikan bahwa pesan mereka tidak diremehkan.

Terdapat proses pengambilan seleksi sebagai berikut:

- a. *Selective exposure*: konsumen secara efektif mencari pesan menemukan kesenangan atau simpati secara aktif menghindari kesakitan atau ancaman pada sisi lainnya.
- b. *Selective attention*: konsumen mengadakan transaksi pemilihan yang bagus dengan tujuan perhatian mereka diberikan rangsangan komersial.
- c. Persepsi defence: konsumen secara bawah sadar menyaring rangsangan apa yang ditemukan sebagai ancaman psikologikal meskipun telah terdapat pembukaan.
- d. Persepsi *blocking*: konsumen melindungi dirinya dari rangsangan yang menganggap mereka negatif dan mempunyai pengaruh buruk bagi dirinya.

Karakteristik seseorang yang mempengaruhi persepsi. Persepsi dapat dipengaruhi oleh karakter seseorang yang dipengaruhi oleh hal-hal berikut :<sup>28</sup>

1. *Attitudes*: dua individu yang sama, tetapi mengartikan sesuatu yang dilihat berbeda satu dan yang lain.
2. *Motives*: kebutuhan yang tidak terpuaskan yang mendorong individu memiliki pengaruh yang kuat terhadap persepsinya.
3. *Interests*: fokus dari perhatian kita dipengaruhi oleh minat kita karena minat seseorang dalam satu dan yang lain. Yang diperhatikan dalam suatu situasidapat

---

<sup>28</sup>Vina Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. (Bandung: Pustaka Setia. 2015), h. 112.

berbeda satu dan yang lain dan dapat berbeda dari yang dirasakan oleh orang lain.

4. *Experience*: fokus karakter individu yang berkaitan dengan pengalaman masa lalu, seperti minat atau interest individu.
5. *Expectation*: ekspektasi dapat mengubah persepsi individu dalam melihat yang mereka harapkan dari yang terjadi saat ini.

## 2. Faktor-faktor yang Memengaruhi Persepsi

Faktor yang memengaruhi persepsi adalah penglihatan dan sasaran yang diterima dan situasi persepsi terjadi penglihatan. Tanggapan yang timbul atas rangsangan dipengaruhi sifat-sifat individu yang melihatnya. Sifat yang dapat mempengaruhi persepsi, yaitu sebagai berikut:<sup>29</sup>

- a. Sikap.
- b. Motivasi.
- c. Minat.
- d. Pengalaman masa lalu.
- e. Harapan.
- f. Sasaran.
- g. Situasi atau keadaan sekitar kita atau sekitar sasaran yang turut mempengaruhi persepsi.

### 2.2.4 Kepuasan Nasabah

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa

---

<sup>29</sup>Vina Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, h. 113.

yang diharapkan nya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Kemudian karapan tersebut.<sup>30</sup>

Kepuasan nasabah menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon nasabah terhadap evaluasi kesesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya ( norma kinerja lainnya) dengan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Dimensi-dimensi keinginan nasabahdiimplementasikan oleh perusahaan dalam bentuk strategi bauran pemasaran, bahwa nilai nasabah dapat diciptakan melalui:

1. Dimensi Produk (meliputi *care product, basic product, expected product augmented product* dan *potential product*)
2. Layanan penjualan (meliputi kecepatan dan ketepatan proses transaksi, kecepatan dan ketepatan produk yang diterima, kemudahan mengakses jaringan perbankan, kesederhanaan dalam birokrasi dan prosedur transaksi, atmosfir pelayanan yang hangat dan bersahabat, proaktif terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah).
3. Layanan purna jual dan keluhan (meliputi: customer service, bagian layanan purna jual apabila terjadi masalah atas produk yang telah di beli atau digunakan oleh nasabah, masalah direspon dengan cepat, layanan yang simpatik, layanan proaktif atau petugas call center yang bertugas untuk mengatasi berbagai keluhan yang disampaikan oleh nasabah berkaitan dengan pelayanan perbankan).<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup>M. Nur Rianto Al Arif,*Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 192.

<sup>31</sup>Philip Kotler, *Marketing Manajemen*, (New Jersey:Prentice Hall, 2000), h. 195.

Kepuasan nasabah merupakan hal yang prioritas dalam pelayanan, Islam mengatur pelayanan berdasarkan akhlakul karimah yang baik untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Berikut ayat Al-Qu'an Surah Al-Qashash ayat 77 menjelaskan tentang pelayanan :

وَأَتَّبِعْ فِي مَآءِ آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسِ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Terjemahnya :

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.<sup>32</sup>

Secata tekstual, pada potongan ayat di atas berbunyi “berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu” mengindikasikan bahwa di dalam memberikan pelayanan kepada orang lain harus mencerminkan nilai-nilai kebaikan di dalamnya.

## 2.2.5 Teori Internet Banking

### 1. Pengertian Internet Banking

Internet banking adalah layanan 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 atau penghubung antara nasabah dengan bank tanpa harus mendatangi kantor bank. Nasabah dapat menggunakan perangkat computer *desktop*,

<sup>32</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, QS. Al-Qashash ayat 77.

*leptop, tablet, atau smartphone* yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dengan sistem bank

Fitur layanan internet banking antara lain informasi umum rekening tabungan/giro, rekening deposito, informasi mutasi rekening, transfer dana, baik transfer antar rekening maupun antar bank, pembelian pulsa, layanan informasi seperti suku bunga dan kurs, dan pembayaran, misalnya pembayaran telpon, internet, kabel TV, listrik dan berbagai jenis pembayaran lainnya.

Untuk menggunakan internet banking, nasabah harus memiliki *user id, password, token* atau *One Time Password (OTP)*, dan jaringan internet. *User id, password, dan token* dapat diperoleh dengan mendaftarkan ke bank. Saat menggunakan internet banking, nasabah harus memastikan *website* internet banking milik bank, kemudian nasabah akan diminta untuk memasukkan *user id* dan *password* pada halaman muka atau *login*. Pada saat melakukan transaksi financial, nasabah akan diminta untuk memasukkan OTP yang diperoleh dari token. Setelah transaksi selesai, nasabah harus memastikan telah keluar/*log out* dari halaman internet banking. Bank mengirimkan notifikasi melalui *e-mail* sebagai bukti bahwa transaksi telah berhasil.

Internet merupakan suatu jaringan komunikasi yang berbasis pada kecanggihan teknologi digital dan bersifat global, karena mampu menjangkau masyarakat seluruh dunia. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi, internet dimasukkan ke dalam jenis jasa multimedia, yang didefinisikan sebagai penyelenggaraan jasa telekomunikasi yang menawarkan layanan berbasis teknologi informasi. Internet banking merupakan saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui

jaringan internet dengan menggunakan perangkat lunak browser pada komputer. Internet banking merupakan bagian dari electronic banking channel dan juga merupakan inovasi dari jenis rekening tabungan atau rekening giro rupiah, yang dimaksudkan agar nasabah pemilik rekening dapat mengakses rekeningnya melalui jaringan internet dengan menggunakan perangkat lunak browser pada komputer.<sup>33</sup>

## 2. Sejarah Internet Banking

Sejarah internet banking di mulai Tahun 1980an, implementasi *e-Banking* dan *mobile banking* mulai dilakukan oleh beberapa bank di Indonesia. Proses kreatif ini dipicu setelah beberapa perusahaan memulai konsep belanja melalui internet atau lebih di kenal dengan belanja *online*. Beberapa bank sudah mulai membuat dan mengembangkan data fasilitas data *base online*, Tahun 1980an bank-bank 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 telfon untuk memudahkan layanan kepada pelanggan.<sup>34</sup>

*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 membatasi jumlah transaksi dan fungsi dari para pemegang rekening, fasilitas yang di buat NSB berasal dari system yang dikenal sebagai Pastel yang digunakan departemen Pos Inggris Baru pada bulan Oktober 1994, layanan perbankan online internet banking pertama di

---

<sup>33</sup>Tri Widiyono, *Aspek Hukum Operasional Transaksi Produk Perbankan di Indonesia*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2006), h.211.

<sup>34</sup>Graifan Ramadhani, "Modul Pengenalan Internet", diakses dari [www.academia.edu/34926657/pengenalan-internet](http://www.academia.edu/34926657/pengenalan-internet) pada tanggal 7 Agustus, 2015

Amerika mulai diperkenalkan. Pengembannya adalah *Stanford Federal Credit Union* yang merupakan sebuah lembaga bergerak dibidang keuangan, tapi hal ini menciptakan pro dan kontra dari uang elektronik. Internet banking telah menjadi sebuah revolusi yang meningkatkan peranan sektor realnya.<sup>35</sup>

Indonesia adalah Negara keempat di dunia yang penduduknya paling banyak menggunakan layanan internet. Hal ini jugalah yang turut memacu bank-bank di Indonesia untuk melahirkan layanan internet banking. Internet banking khususnya di Indonesia memiliki perkembangan yang sangat pesat. Hal ini tidak terlepas dari keuntungan yang dapat diraih dengan memanfaatkan layanan internet banking. Ada beberapa alasan yang dapat dikemukakan bahwa industri perbankan saat ini banyak mengadopsi konsep internet banking, yaitu:<sup>36</sup>

- a. Industri perbankan berkeinginan memperluas jangka akses pasarnya;
- b. Industri perbankan berkeinginan untuk meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan terhadap para nasabahnya;
- c. Penerapan internet banking dapat dijadikan sebagai sarana strategi untuk melakukan kompetisi antar bank yang terasa sangat ketat.

### 3. Manfaat Internet Banking

Fungsi penggunaannya mirip dengan ATM dimana sarananya saja yang berbeda, seorang nasabah dapat melakukan aktifitas pengecekan saldo rekening, transfer dana, antar rekening atau antar bank, hingga pembayaran tagihan-tagihan rutin bulanan seperti: listrik, telpon, kartu kredit, dan lain-lain.

---

<sup>35</sup>Graifan Ramadhan, “Modul pengenalan Internet”, diakses dari [www.academia.edu/34926657/pengenalan-internet](http://www.academia.edu/34926657/pengenalan-internet), pada tanggal 7 Agustus 2017 jam 12.30 Wib

<sup>36</sup>WD Agustutin, “Perlindungan Hukum dalam Internet Banking terhadap Nasabah Bank” diakses dari <https://wisuda.unud.ac.id/pdf/1103005038-3-bab2.pdf>, pada tanggal 7 Agustus 2019 jam 13.00 Wib

Dengan memanfaatkan internet banking banyak keuntungan yang akan diperoleh nasabah terutama apabila dilihat dari banyaknya waktu dan tenaga yang dapat dihemat karena internet banking jelas bebas antrian dan dapat dilakukan dari mana saja sepanjang nasabah memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan internet banking tersebut.

#### 4. Dampak Penggunaan Internet Banking

Secara khusus penggunaan internet banking berdampak positif bagi bank, nasabah dan operator telepon seluler, dampaknya adalah sebagai berikut :

##### a. Bank

Dampak yang diberikan internet banking bagi bank adalah memberikan keuntungan bagi bank dimana bank mendapatkan lebih banyak lagi nasabah dan mendapatkan kepercayaan dan nasabah.

##### b. Nasabah

Untuk nasabah sendiri, mereka mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank karena adanya internet banking akan semakin mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.

##### c. Operator Seluler

Untuk operator seluler mendapatkan konsumen yang aktif dalam penggunaan ponselnya yaitu menggunakan internet banking akan memakan pulsa dan konsumen akan membeli lagi pulsa untuk melakukan transaksi internet banking.

## 5. Jenis Transaksi E-Banking

- a. Transfer dana atau pemindahan dana dua rekening di bank yang sama, rekening di bank yang berbeda, misal rekening di bank A ke rekening di bank B dan lain-lain.
- b. Informasi Saldo, Transaksi dan Lain-Lain
- c. Pembayaran Listrik, Handphone berbagai operator, Iuran TV kabel, kartu kredit dan lain-lain
- d. Pembelian pulsa telepon berbagai operator, pulsa PLN Prabayar, dan lain-lain.

## 6. Tipe-Tipe Layanan Internet Banking

Sejalan dengan keberadaan layanan jasa perbankan dengan media elektronik, tipe-tipe layanan jasa perbankan melalui internet banking terdiri dari :

### a. *Informational Web*

*Informational Web* merupakan tipe layanan jasa perbankan tingkat dasar yang sudah melalui web, tetapi hanya menampilkan informasi saja.

### b. *Transactional Web*

*Transactional Web* merupakan tipe layanan jasa perbankan yang memperbolehkan nasabah untuk melakukan pembelian barang dan jasa serta transaksi perbankan secara online.

### c. *Wireless Wireless*

*Wireless Wireless* merupakan tipe layanan jasa perbankan untuk menawarkan mengenai produk dan jasa baru kepada nasabah melalui wireless device, seperti telepon selular, pager dan personal digital assistants yang mempunyai akses wireless pada bank.

d. *PC Banking*

*PC Banking* merupakan tipe layanan jasa perbankan yang menyediakan pengembangan channel secara tertutup melalui telepon (home banking) yang dibatasi untuk komunikasi e-mail, transfer uang, meninjau dan menyeimbangkan rekening, dan pembayaran tanpa cek.<sup>37</sup>

7. *Kehandalan dan Kekurangan Layanan Internet Banking*

Transaksi perbankan melalui internet banking telah banyak memberikan kemudahan bagi para nasabahnya yang menggunakan fasilitas yang menghubungkan nasabah dengan pihak bank yang semakin tak terbatas, telah membuat nasabah bank menjadi manusia instant, artinya manusia yang selalu ingin tersedia dengan sekejap mata dan tanpa melalui proses yang rumit yang secara tidak sadar menjadikan masyarakat indonesia berperilaku konsumerisme tanpa harus berfikir. Karena layanan internet banking suatu layanan yang memberikan kemudahan akses bagi para penggunanya

Maka dari itu adapun keuntungan yang nasabah peroleh dari bertransaksi melalui internet banking ini nasabah tidak perlu repot-repot datang ke bank untuk melakukan transaksi perbankan, dapat menghemat waktu dan biaya perjalanan ke bank, dapat melakukan transaksi perbankan kapan saja dan dimana saja (asal ada internet). Adapun keuntungan bagi bank itu sendiri adalah mengurangi biaya operasional, mengurangi banyaknya nasabah yang datang ke bank, mengurangi biaya sewa, tempat dan gaji.

---

<sup>37</sup> Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 35.

Dengan internet banking nasabah dimungkinkan untuk melakukan transaksi tanpa harus datang ke kantor cabang atau ATM. Internet banking bagi bank itu sendiri juga mempunyai potensi untuk memungkinkan pengurangan biaya untuk jaringan kantor cabang.

## 2.2.6 Teori Perbankan

### 1. Pengertian Bank

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, bank adalah usaha dibidang keuangan yang menarik dan mengeluarkan uang di masyarakat, terutama memberikan kredit dan jasa di lalu lintas pembayaran dan peredaran uang<sup>38</sup>Istilah banku secara resmi dan populer menjadi bank. Bank adalah lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi orang perseorangan, badan-badan usaha swasta, badan-badan usaha milik negara, bahkan lembaga-lembaga pemerintahan menyimpan dana-dana yang dimilikinya.<sup>39</sup>

Menurut ketentuan Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Kemudian agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank maka pihak perbankan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada si penyimpan.<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup>Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group,2013), h. 7-8.

<sup>39</sup>Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, h. 7.

<sup>40</sup>Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2015), h. 25.

Kasmir mengartikan bank secara sederhana sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya<sup>41</sup>

Secara sederhana, dapat dipahami bahwa bank adalah lembaga perantara jasa keuangan antara nasabah yang surplus dana dengan nasabah yang defisit dana.

## 2. Kegiatan-Kegiatan Bank

Adapun kegiatan-kegiatan bank umum yang ada di Indonesia menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang tertuang dalam Pasal 6 adalah sebagai berikut:

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- b. Memberikan kredit.
- c. Menerbitkan surat pengakuan hutang.
- d. Membeli, menjual atau menjamin atas risiko sendiri maupun untuk kepentingan dan atas perintah nasabahnya:
  1. Surat-surat wesel termasuk wesel yang diakseptasi oleh bank yang masa berlakunya tidak lebih lama daripada kebiasaan dalam perdagangan surat-surat dimaksud.
  2. Surat pengakuan hutang dan kertas dagang lainnya yang masa berlakunya tidak lebih lama dari kebiasaan dalam perdagangan surat-surat dimaksud.

---

<sup>41</sup>Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta, Rajawali Pers, 2008), h. 11.

3. Kertas perbendaharaan negara dan surat jaminan pemerintah.
  4. Sertifikat Bank Indonesia (SBI).
  5. Obligasi.
  6. Surat dagang berjangka waktu sampai dengan 1 (satu) tahun.
  7. Instrument surat berharga lain yang berjangka waktu sampai dengan 1 (satu) tahun.
- e. Memindahkan uang baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah.
  - f. Menempatkan dana pada, meminjam dana dari, atau meminjamkan dana kepada bank lain, baik dengan menggunakan surat, sarana telekomunikasi maupun dengan wesel unjuk, cek atau sarana lainnya.
  - g. Menerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan antar pihak ketiga.
  - h. Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga.
  - i. Melakukan kegiatan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu kontrak.
  - j. Melakukan penempatan dana dari nasabah kepada nasabah lainnya dalam bentuk surat berharga yang tidak tercatat di bursa efek.
  - k. Melakukan kegiatan anjak piutang, usaha kartu kredit dan kegiatan wali amanat.
  - l. Menyediakan pembiayaan dan atau melakukan kegiatan lain berdasarkan Prinsip Syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.

- m. Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan oleh bank sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang ini dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

### 2.3 Tinjauan Konseptual

Agar tidak terjadi kemunculan berbagi asumsi dan penafsiran yang salah serta menyamakan persepsi dalam penelitian ini, maka penulis akan memperjelas dan mempertegas judul, berikut tinjauan konseptual :

#### 1. Minat

Dalam kamus umum bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan. Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian pransangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

#### 2. Pengertian Nasabah

Arti nasabah pada lembaga perbankan sangat penting. Nasabah itu ibarat nafas yang sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu bank. Oleh karena itu bank harus dapat menarik nasabah sebanyak-banyaknya agar dana yang terkumpul dari nasabah tersebut dapat di putar oleh bank yang nantinya disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan bank.<sup>42</sup>

#### 3. Internet Banking

Teknologi informasi dan komunikasi selalu dinamis, bergerak menuju perbaikan-perbaikanyang memberikan kemudahan atau manfaat bagi para

---

<sup>42</sup>Sigit Anggoro, *Bank dan Nasabah*, <http://politeknitpajajaran.ac.id/bank-dan-nasabah/> (diakses 3 juli 2019).

penggunanya. Begitu pula halnya dengan teknologi internet, yang juga akan selalu mengalami perbaikan-perbaikan yang akan memberi manfaat bagi penggunanya, baik yang berkaitan dengan pengembangan protocol Web, format browser tanpa kabel, dan kombinasi media televisi dan internet.<sup>43</sup> Melihat hal ini, lembaga perbankan melakukan inovasi baru dalam pengembangan produk dan layanan yang ditawarkan kepada nasabah diantaranya internet banking.

Internet banking atau juga dikenal dengan *E-Banking* yang dalam bahasa Indonesia Perbankan Elektronik adalah kegiatan yang melakukan transaksi pembayaran, dan transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi system keamanan. Penyelenggaraan internet banking merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan service cepat, aman, nyaman murah dan tersedia setiap saat.

#### 4. Pengertian Bank

Menurut kamus besar bahasa Indonesia bank adalah badan usaha di bidang keuangan yang menarik dan mengeluarkan uang di masyarakat, terutama memberikan kredit dan jasa dan lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup>Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, Edisi III (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 346.

<sup>44</sup>Departemen Pendidikan Nasional, kamus besar bahasa Indonesia , Edisi III (Cet. II: Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 103-104.

## 2.4 Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan gambaran tentang pola hubungan antara konsep fokus penelitian.<sup>45</sup> Kerangka pikir merupakan gambaran atau penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan kita. Secara sederhana untuk mempermudah penelitian, berikut gambaran bagan kerangka pikir yang penulis buat:



<sup>45</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, (Parepare: STAIN, 2013), h. 26.

Dapat dipahami bahwa peneliti akan meneliti tentang Minat Bertransaksi Nasabah Bank Sulselbar Cabang Enrekang Menggunakan Internet Banking dimana peneliti akan berfokus pada Nasabah, dimana nasabah akan memilih yang mereka minati seperti transaksi online, internet banking, yang ada di Bank Sulselbar Cabang Enrekang. **BAB III**



## METODE PENELITIAN

Metode-metode penelitian yang digunakan dalam pembahasan ini meliputi beberapa hal yaitu jenis penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.<sup>46</sup> Dan untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan harapan yang diidam-idamkan penelitian skripsi ini, peneliti berusaha dengan maksimal membahas permasalahan secara rinci dan sistematis dengan harapan bahwa skripsi ini dapat memenuhi syarat sebagai suatu karya ilmiah, karenanya menggunakan metodologi yang tepat mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam pencapaian sasaran yang hendak dicapai. Untuk mengetahui metode penelitian dalam penelitian ini, maka diuraikan sebagai berikut:

### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif deskriptif ialah studi yang mendeskripsikan atau menjabarkan situasi dalam bentuk transkrip dalam wawancara, dokumen tertulis, yang tidak dijelaskan melalui angka. Penelitian yang bersifat metode kualitatif adalah metode yang mengungkap berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.<sup>47</sup>

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini merujuk pada penulisan karya ilmiah skripsi yang diterbitkan di IAIN Parepare, tanpa mengabaikan buku-buku metodologinya. Metode penelitian dalam buku tersebut, mencakup beberapa

---

<sup>46</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi (Parepare: STAIN Parepare, 2013), h. 34.

<sup>47</sup> Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Cet. I; Jakarta Rineka Cipta, 2008), h. 22.

bagian yakni jenis penelitian, lokasi penelitian waktu penelitian, focus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

### **3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian**

#### **3.2.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian dalam hal ini akan melakukan penelitian pada Bank Sulselbar Cabang Enrekang

#### **3.2.2 Waktu Penelitian**

Adapun waktu penelitian yang akan digunakan oleh peneliti dalam meneliti adalah selama kurang lebih 2 bulan.

### **3.3 Fokus Penelitian**

Berdasarkan judul penelitian, maka penulis akan di fokuskan untuk melakukan penelitian mengenai minat bertransaksi nasabah Bank Sulselbar Cabang Enrekang menggunakan internet banking.

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang meliputi bahan-bahan yang berifat primer dan sekunder.

#### **3.4.1 Data primer**

Data primer yaitu data yang belum tersedia dan harus diperoleh dari sumber data asli yaitu pegawai di Bank Sulselbar Cabang Enrekang di Kabupaten Enrekang

Data primer merupakan jenis data yang diperoleh secara langsung dari informan melalui observasi dan wawancara langsung di lapangan. Data primer yaitu data yang diperoleh dengan melakukan observasi dan wawancara pada Bank Sulselbar Cabang Enrekang. Pada penelitian ini, data primer diperoleh dari responden secara langsung melalui observasi dan wawancara untuk menunjang keakuratan data.

### 3.4.2 Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang telah tersedia dimana peneliti hanya perlu mencari tempat untuk mendapatkannya. Calon peneliti akan memperoleh data ini dari buku literature, situs internet serta informasi dari beberapa instansi yang terkait.

## 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan calon penelitian adalah lapangan (field research).

### 3.5.1 Observasi

Observasi, yakni pengamatan langsung oleh calon peneliti terhadap objek penulisan yaitu, pelaksanaan kemudahan bertransaksi nasabah menggunakan internet banking, kemudian mencatat semua data yang diperlukan calon peneliti.

### 3.5.2 Wawancara

Wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan narasumber atau orang yang diwawancarai. Dalam penelitian nantinya akan mewawancarai kemudahan bertransaksi nasabah menggunakan internet banking

### 3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku atau majalah notulen, dan sebagainya. Metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh informasi dan berbagai data yang terkait dengan permasalahan yang diteliti dan tentunya data yang diterima sudah dianggap valid.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah teknik yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Data yang telah dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi akan diolah secara sistematis.

#### 3.6.1 Reduksi Data

Reduksi data (*data reduction*) merupakan bagian dari analisis data. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Reduksi data adalah memiliki hal-hal yang pokok yang sesuai dengan focus penelitian kita, kemudian mencari temanya. Data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam mengenai hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencarinya jika sewaktu-waktu diperlukan. Reduksi data dapat juga membantu dalam memberikan kode-kode pada aspek-aspek tertentu.

#### 3.6.2 Penyajian Data

Penyajian data (*data display*) adalah menyajikan data dalam bentuk *matriks*, *chart* atau grafik, *network* dan sebagainya. penyajian data ini merupakan salah satu dari teknik analisis data yang semakin bertumpuk-tumpuk kurang dapat memberikan gambaran secara menyeluruh. Oleh karena itu, diperlukan penyajian data. Dengan demikian, melalui penyajian data tersebut maka data terorganisasikan sehingga akan semakin mudah dipahami.

#### 3.6.3 Verifikasi Data

Verifikasi ialah salah satu dari teknik-teknik analisis data. Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan kegiatan di akhir penelitian. Peneliti harus

sampai pada kesimpulan dan melakukan verifikasi, baik itu dari segi makna maupun dari segi kebenaran kesimpulan yang disepakati oleh subjek tempat penelitian tersebut dilaksanakan. Makna yang dirumuskan dari data harus diuji terlebih dahulu mengenai kebenaran, kecocokan dan kekekohannya.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Persepsi Nasabah dalam Bertransaksi Menggunakan Internet Banking Bank Sulselbar Cabang Enrekang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengetahui lebih mendalam terkait persepsi nasabah dalam menggunakan internet banking Bank Sulselbar dalam bertransaksi. Berikut peneliti mendeskripsikan secara luas hasil penelitian.

Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber juga sekaligus sebagai pengguna layanan internet banking mengemukakan sebagai berikut :

Internet banking adalah satu fitur yang terdapat dalam dunia perbankan. Dengan adanya fitur transaksi online ini dapat memudahkan nasabah untuk beraktifitas dalam hal bertransaksi, fitur transaksi online ini bisa digunakan di smartphone tetapi harus diregistrasi di kantor perbankan yang bersangkutan.<sup>48</sup>

Pandangan mengenai mobile banking atau internet banking itu tujuannya bagaimana caranya bisa memberikan layanan lebih praktis ke nasabah tanpa nasabah tersebut datang ke kantor jadi mobile banking ini semacam aplikasi perbankan layanan keuangan yang di castem di tambahkan dengan system teknoligi jadi kalo di bilang dengan adanya mobile banking ini diharapkan itu nasabah lebih mudah lagi bertransaksi perbankan. Kedua Dengan aplikasi mobile banking itu bank akan mendapatkan pibes income namanya jadi ada pempapatan selain bunga bank bias menjadi penambah laba di perbankan.<sup>49</sup>

Saat ini sebagian besar layanan perbankan elektronik terkait langsung dengan rekening bank. Jenis perbankan elektronik yang tidak terkait rekening biasanya berbentuk nilai moneter yang tersimpan dalam basis data atau dalam sebuah kartu (cip dalam kartu pintar). Dengan semakin berkembangnya teknologi dan

---

<sup>48</sup>Haslinda, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

<sup>49</sup>Misda, Customer Service Bank Sulsebar Cabang Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 30 Januari 2020.

kompleksitas transaksi, berbagai jenis perbankan elektronik semakin sulit dibedakan karena fungsi dan fiturnya cenderung terintegrasi atau mengalami konvergensi. Sebagai contoh, sebuah kartu plastik mungkin memiliki “magnetic strip” yang memungkinkan transaksi terkait dengan rekening bank, dan juga memiliki nilai moneter yang tersimpan dalam sebuah chip. Kadang kedua jenis kartu tersebut disebut “*debit card*” oleh *merchant* atau *vendor*.<sup>50</sup>

Pada umumnya, peneliti mengamati bahwa keberadaan internet banking sangat memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi. Terlebih lagi internet banking saat bukan hanya melayani transfer ataupun kliring saja, tetapi hampir semua kebutuhan domestic rumah tangga dapat diakses melalui aplikasi tersebut.

Keberadaan internet banking juga mampu menjadi alternative yang lebih aman didalam melakukan transaksi betapapun tidak ketika seseorang melakukan transaksi uang tunai di ATM ataupun di unit teller (unit pelayanan bank) maka tidak menutup kemungkinan terjadi semacam copet ataupun sebagainya, namun dengan menggunakan layanan internet banking ini sudah melalui akses internet sehingga meminimalisir resiko terjadinya pencurian tadi. Ya menurut saya sangat efisien dan sangat bermanfaat dengan keberadaan internet banking ini.<sup>51</sup>

Persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan dalam bentuk fisik, tetapi juga tergantung pada rangsangan yang ada disekitarnya dan kondisi yang ada pada seseorang dan persepsi lebih penting dibandingkan realitas dalam pemasaran, karena persepsi yang dapat mempengaruhi konsumen dalam berperilaku, selain itu orang bisa mempunyai persepsi yang berbeda atas objek yang sama. Persepsi juga sangat

---

<sup>50</sup>Wikipedia Ensiklopedia Bebas Online, E-Banking <https://id.wikipedia.org/wiki/E-banking> (diakses 28 januari 2020).

<sup>51</sup>Haslinda, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

terkait dengan manfaat yang dirasakan dari suatu produk. Berikut hasil wawancara dengan nasabah pengguna internet banking :

Saya sangat diuntungkan dengan adanya sistem layanan berbasis online ini sebab saya tidak perlu lagi keluar rumah dan mengantri di bank seperti biasanya, sebab dirumah pun saya bisa mengaksesnya. Keberadaannya sangat mengefisienkan waktu saya.<sup>52</sup>

Dalam ilmu pemasaran, apabila perusahaan mampu membuat image perusahaan eksis sehingga menimbulkan persepsi pula, maka itu lebih penting bahkan dari kualitas produk itu sendiri. Persepsi yang baik dan terbangun dalam konsumen akan memicu rasa ingin tahu konsumen dengan jalan mencoba produk tersebut. Sebaliknya apabila persepsi tentang perusahaan telah tertanam buruk di benak konsumen, maka dapat berpengaruh buruk terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Persepsi dapat terbangun oleh sebab-sebab sebagai berikut :

#### **4.1.1 Sesuai Kebutuhan Konsumen**

Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber juga sekaligus sebagai pengguna layanan internet banking mengemukakan sebagai berikut:

Keberadaan internet banking ini sesuai kebutuhan, dimana dengan generasi millennial saat ini dengan adanya smartphone semuanya bisa dilakukan dengan hanya genggam membuat mayoritas penggunanya bertindak malas. Misalnya dengan adanya smarphone seseorang malas keluar membeli makanan karena bisa di pesan melalui smratphone.<sup>53</sup>

Minatnya mobile banking itu sangat tinggi kenapa karena lebih praktis pendaftaran atau penggunaannya ini mobile banking pertama itu kita hanya cukup datang ke bank mendaftarkan diri yang penting itu tabungannya berupa tabungan yang memiliki kartu ATM yang ada fitur kartu ATMnya jadi kalau

---

<sup>52</sup>Haslinda, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

<sup>53</sup>Suhriati, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

sudah ada fitur kartu ATMnya dia sudah bisa daftar buat akun mobile banking itu di perbankan itu di lakukannya di CS melalui namanya mesenerisis setelah akun sudah ada kita install aplikasinya mobile banking yang ada di play store tinggal buka lalu cari mobile banking bank sulsebar setelah di instal lalu masukkan akun nya sama passwordnya setelah masuk kita sudah bisa lakukan transaksi. Transaksinya apa saya cek saldo boleh, mutasi rekening, pembayaran seperti pembayaran bpjs, samsat, listrik pdam, pembelian seperti pembelian pulsa, token listrik. Transfer bisa transfer antar bank ataupun sesama bank, transaksi digital many jika kita berbejanja di mercen yang sudah ada ki arnya itu kita sudah bisa bertransaksi pake mobile banking jadi tinggal scan saja ki ar. Kode itu secara otomatis saldonya kita berpindah ke rekeninnya sipemilik mercen atau took.<sup>54</sup>

Kebutuhan konsumen terhadap suatu barang atau produk juga dapat menimbulkan persepsi pada konsumen. Berdasarkan hasil wawancara di atas, pada kenyataan yang sama peneliti mengamati bahwa konsumen saat ini bertindak sangat pasif dalam melakukan pergerakan-pergerakan fisik. Keterbatasan ruang gerak konsumen dipengaruhi oleh faktor keberadaan smartphone dimana melalui benda ini, segala hal dapat dilakukan tanpa melakukan pergerakan. Kendati kemalasan konsumen yang semakin meningkat, di era ini justru kebutuhan konsumen semakin meningkat. Hal ini sangat relevan dengan keberadaan internet banking, yang mampu memberikan pelayanan kepada konsumen tanpa melakukan aktifitas yang berarti.

Persepsi seseorang juga melalui proses seleksi. Seleksi adalah proses memilih dan menentukan marketing stimuli karena setiap individu adalah unik dalam kebutuhan, keinginan, pengalaman, sikap, dan karakter pribadi masing-masing. Persepsi konsumen adalah proses seorang konsumen untuk mengorganisasikan dan

---

<sup>54</sup>Adi Syahyadi, Account Officer Bank Sulsebar Cabang Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 30 Januari 2020.

mengartikan kesan dari pancaindra dalam tujuan untuk memberi arti dalam lingkungan mereka.<sup>55</sup>

Pada tahapan konsumen bertindak sebagai penyeleksi, maka tentunya ia sebelumnya telah terstimulus dan terangsang tentang apa yang ia dengarkan melalui orang lain. Sehingga sekali lagi penting untuk menanamkan persepsi kepada konsumen, dengan begitu konsumen akan menemukan konsumen yang lain melalui persepsi baik yang ia bertiakan kepada yang lain. Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber juga sekaligus sebagai pengguna layanan internet banking mengemukakan sebagai berikut :

Menurut saya internet banking sangat baik, khususnya bagi mereka yang melakukan bisnis dirumah. Apalagi melihat jaman sekarang ini serba pakai smartphone namun tidak bisa juga dipungkiri, kalau kita tidak ikut arus perkembangan jaman, maka kita juga akan ketinggalan.<sup>56</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, persepsi kebutuhan konsumen nampaknya sangat relevan dengan adanya internet banking ini. Menurut narasumber bahwa internet banking ini sangat bermanfaat bagi pebisnis online saat ini, dimana pembeli maupun penjual dapat melakukan transaksi by online tanpa bertatap muka, sehingga penghalang konsumen dalam melakukan pembelian berupa jarak dapat diatasi dengan baik.

Menurut peneliti, perkembangan IT saat ini bukan tidak bisa membawa pengaruh negatif, bahkan pengaruh positif pun dapat terjadi. Namun, kendati demikian, proteksi dalam diri setiap pengguna saat ini harus ditingkatkan. Di sisi lain, internet banking sangat mendukung pekerjaan yang dilakukan, namun di sisi lain,

---

<sup>55</sup>Vina Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, ( Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 111.

<sup>56</sup>Suhriati, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

internet banking pula dapat memicu tumbuhnya jenis pencurian by online yang baru, sehingga kehati-hatian dan kebijakan setiap konsumen dalam melakukan transaksi harus ditingkatkan.

#### 4.1.2 Pelayanan Internet Banking

Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber juga sekaligus sebagai pengguna layanan internet banking mengemukakan sebagai berikut :

Pelayanan yang terdapat dalam aplikasi ini sangat lengkap, kita bisa mengakses misalnya :

1. Informasi rekening
2. Informasi saldo
3. Mutasi rekening
4. Transfer dana
5. Transfer antar rek bri
6. Transfer ke bank lain
7. Transaksi terjadwal
8. Tambah transfer
9. Lihat status, dan sebagainya.<sup>57</sup>

Jenis kegiatan pelayanan internet banking dibedakan menjadi tiga yaitu:<sup>58</sup>

- a. *Informational Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*).

<sup>57</sup>Misda, Customer Service Bank Sulsebar Cabang Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 30 Januari 2020.

<sup>58</sup>E-Banking, situs web pribadi <https://www.hestanto.web.id/e-banking/> (diakses 20 Januari 2020)

- b. *Communicative Internet Banking* yaitu pelayanan jasa Bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan internet banking secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi.
- c. *Transactional Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan internet banking dan melakukan eksekusi transaksi.

E-banking adalah salah satu faktor yang terpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yaitu perbankan, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di sector perbankan nasional relatif lebih maju dibandingkan sektor lainnya. E-Banking mempermudah perbankan dalam memberikan pelayanan prima tanpa batas waktu dan tanpa terkendala ruang. EBanking diciptakan untuk mempermudah transaksi dan mengurangi beban kerja perbankan serta meningkatkan mutu layanan berbasis teknologi dan informasi.

E-Banking membuat paradigma baru pada persaingan industri perbankan di seluruh dunia. E-Banking menawarkan metode baru dalam bertransaksi baik dalam memberikan kemudahan maupun kenyamanan. Adanya E-Banking diawali dengan basis informasi dan teknologi yang diadopsi dalam industri perbankan guna mempermudah dan memberikan kenyamanan dalam transaksi keuangan.<sup>59</sup>

Transaksi E-Banking dapat dilakukan di mana saja, di belahan bumi manapun, selama ada jaringan layanan data dan dapat berakses. Transaksi dapat dilakukan 24 jam serta real time. Bank memiliki tantangan kerja yang besar dalam mengubah

---

<sup>59</sup>E-Banking, situs web pribadi <https://www.hestanto.web.id/e-banking/> (diakses 20 Januari 2020)

kebiasaan transaksi nasabah mikro dari transaksi finansial yang bersifat konvensional menjadi transaksi yang berbasis E-Banking melalui Banking Mobile (SMS Banking) maupun Internet Banking. Bank memiliki produk E-Banking yang mutakhir dengan paduan SMS Banking (Mobile) dan Internet Banking yang dikemas dalam satu aplikasi dan dapat dijalankan melalui sistem operasi android, Blackberry OS, Ios serta aplikasi Java. Dalam satu wadah aplikasi Mobile Banking nasabah diberi pilihan kenyamanan bertransaksi menggunakan dua metode tersebut.<sup>60</sup>

Pelayanan adalah suatu konsep yang berhubungan langsung terhadap konsumen. Pelayanan adalah bagian dari manajemen pemasaran. Dalam manajemen pemasaran, pelayanan sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam menarik kuantitas nasabah yang tinggi. Sebaliknya pelayanan juga mampu menurunkan kinerja profitabilitas perusahaan jika tidak diindahkan. Dalam hal ini, pelayanan yang diberikan pihak perbankan melalui aplikasi internet banking dinilai memberikan kemudahan kepada konsumen. Konsumen yang juga narasumber penelitian ini mengemukakan kepuasannya terhadap internet banking sehingga bisa dikatakan bahwa persepsi konsumen atau nasabah sangat baik terhadap pelayanan ini.

Pada kenyataannya, pelayanan dalam perbankan yang baik mampu memberikan kesan yang baik pula bagi konsumen yang menggunakan jasa perbankan. Belakangan ini, nasabah adalah prioritas utama dalam jasa keuangan. Hal ini atas dasar bahwa lembaga jasa keuangan bergerak di bidang pemberian jasa keuangan yang berhubungan langsung dengan nasabah, sehingga nasabah harus menjadi perhatian khusus untuk diberikan kepuasan. Persepsi yang baik bagi nasabah,

---

<sup>60</sup>E-Banking, situs web pribadi <https://www.hestanto.web.id/e-banking/> (diakses 20 Januari 2020)

tentu akan melahirkan tindakan konsumsi yang berulang kali pula, begitupun sebaliknya. Sangat mungkin perusahaan memiliki kinerja profitabilitas yang baik karena kuantitas pelanggannya yang tinggi, kendatipun modalnya sedikit, namun perlu dipahami bahwa nasabah merupakan modal terbesar.

#### 4.1.3 Kinerja Internet Banking

Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber juga sekaligus sebagai pengguna layanan internet banking mengemukakan sebagai berikut :

Masalah kinerja juga bagus, yang penting diperhatikan adalah jaringannya. Memang terkadang lambat loading tapi itu hanya sesekali, mungkin pengaruhnya adalah karena banyak penggunanya.<sup>61</sup>

Berikut adalah hasil wawancara dengan pihak perbankan:

Kinerja internet banking, dapat memberikan berbagai macam manfaat. Pertama adalah kemudahan, kemudahan bertransaksi dimana saja. Kedua kenyamanan jadi nasabah lebih nyaman ketika dia tidak perlu ke bank karena dia bisa bertransaksi di rumahnya dengan mobile phone nya. Kalau faktor-faktor lainnya yaitu nasabah itu lebih dapat mengontrol transaksi keuangannya kapan pun dan bisa cek saldo kapanpun.<sup>62</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dikemukakan bahwa terkadang nasabah mengalami lambat akses pada smarphone yang digunakan untuk mengakses, hal ini biasanya terjadi apabila pengguna dalam internet banking juga meningkat.

Hal yang sering terjadi pada nasabah umumnya mereka memiliki hambatan dalam menggunakan fasilitas internet banking. Hal ini dikarenakan posisi nasabah yang berada di daerah sulit untuk mengakses jaringan, seperti misalnya di daerah pedesaan yang tidak terjangkau oleh fasilitas internet, maka ia tentu tidak mampu mengakses internet banking ini, terlebih lagi

---

<sup>61</sup>Hana Pertiwi, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

<sup>62</sup>Adi Syahyadi, Account Officer Bank Sulsebar Cabang Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 30 Januari 2020.

daerah Kabupaten Enrekang ini masih ada daerah yang tidak terjangkau signal. Hal tersebut yang menyebabkan nasabah lebih memilih untuk tidak menggunakan aplikasi internet banking yang mampu menghambat segala aktivitas bertransaksi sehingga mereka lebih banyak memilih transaksi manual saja.<sup>63</sup>

Menjadi tugas untuk setiap perbankan dalam memberikan layanan internet banking, memang sebaiknya kualitas pelayanan dengan akses cepat harus ditingkatkan. Pada umumnya, server apabila telah dikunjungi oleh pengguna dengan kauntitas banyak dengan keterbatasan tertentu, maka akan timbul keterlambatan akses atau pending, hal ini disebabkan oleh faktor kapasitas server tidak terlalu tinggi. Sehingga penting untuk setiap perbankan dalam hal ini menaikkan kapasitas server layanan internet banking untuk menunjang kenyamanan nasabah dalam melakukan transaksi.

Pemerintah Kabupaten Enrekang juga perlu untuk mengembangkan dan menjamin keberadaan akses internet di setiap daerah yang ada di Enrekang. Merupakan hal yang penting untuk menjamin kecerdasan informasi setiap masyarakat Enrekang. Peran Pemerintah tidak lepas dari memberikan pelayanan informatif kepada masyarakat agar masyarakat tidak gaptek.

#### **4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Internet Banking Bank Sulselbar Cabang Enrekang.**

Internet banking memberikan beberapa keuntungan kepada nasabah, seperti:<sup>64</sup>

1. Mudah dalam penggunaannya
2. Responnya real time, transaksi tercatat secara *real time*

---

<sup>63</sup>Misda, Customer Service Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

<sup>64</sup>Ahmad Ifham, *Ini Lho Bank Syariah! : Memahami Bank Syariah dengan Mudah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), h.31.

3. Keamanan terjamin, menggunakan sistem keamanan berlapis, menggunakan user id, password, dan dynamic password
4. Fleksibilitas tinggi, karena level otoritas dapat diubah sesuai keperluan dan otorisasi dapat dilakukan secara remote

Pada umumnya terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi, yakni sebagai berikut :

- a. Dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan makan, rasa ingin tahu.
- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.<sup>65</sup>

Berikut peneliti menguraikan secara lengkap faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah Bank Sulselbar menggunakan Internet banking.

#### **4.2.1 Dorongan dari Dalam Individu**

##### **1. Memudahkan Pekerjaan**

Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber juga sekaligus sebagai pengguna layanan internet banking mengemukakan sebagai berikut :

Seperti yang saya katakan tadi bahwa keberadaan internet banking sebagai layanan berbasis teknologi informasi itu sangat mengefisienkan waktu sehingga dengan begitu tanpa terkecuali misalnya maka tentunya banyak nasabah yang pasti berminat untuk melakukan transaksi melalui internet banking ini bagi saya sebagai nasabah yang juga menggunakan internet banking sangatlah memudahkan pekerjaan saya sebagaimana pekerjaan saya juga bergelut di dunia bisnis online sehingga peningkatan laba daripada penjualan itu sangat signifikan berpengaruh dengan adanya internet banking ini dimana pembeli misalnya, membeli barang dagangan saya itu melalui

---

<sup>65</sup>Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*, h. 264

transfer bayar rekening sehingga dengan adanya internet banking ini memang patut untuk diapresiasi dengan cara menggunakan internet banking ini.<sup>66</sup>

Kehadiran E-Banking di era digitalisasi ini telah memenuhi kebutuhan masyarakat modern akan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Terlebih dengan pesatnya perkembangan E-Commerce saat ini yang sangat digandrungi millennial turut memacu perkembangan E-Banking yang menawarkan beragam kemudahan akses layanan. Pada umumnya fitur layanan yang ditawarkan E-Banking meliputi informasi rekening, transaksi bisnis, transfer dana, serta pembayaran atas pembelian maupun tagihan yang akan memudahkan masyarakat dalam memenuhi beragam kebutuhan transaksi keuangan maupun pembayaran tersebut.<sup>67</sup>

Masyarakat diuntungkan dengan hadirnya E-Banking yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Tak hanya kemudahan akses layanan, masyarakat juga memperoleh kepraktisan dan kenyamanan dimana mereka tak lagi harus ke bank maupun ke ATM untuk bertransaksi tetapi dapat dilakukan melalui komputer maupun gadget android sehingga jelas bebas antrian dan dapat dilakukan dari mana saja sepanjang memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan E-Banking tersebut. Hal ini meningkatkan efisiensi waktu dan tenaga karena E-Banking tidak terbatas waktu dan tidak terkendala ruang serta real time. Semua kegiatan dapat dilakukan dalam satu waktu, menjadi efisien dan praktis.

Saat melakukan transaksi pembelian pada E-Commerce seperti pakaian, aksesoris, tiket pesawat dan kereta api, hotel, barang-barang elektronik, buku, bahkan

---

<sup>66</sup>Haslinda, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

<sup>67</sup>Riska Wulandari, Aplikasi E-Banking dalam E-Commerce: Jaminan Kemudahan dan TantanganKeamanan, Kompasiana, <https://www.kompasiana.com/riska87674/5d1c3d0d82307b7a15b7a2/aplikasi-e-banking-dalam-e-commerce-jaminan-kemudahan-dan-tantangan-keamanan?page=all> (diakses 30 Desember 2020).

games, biasanya transaksi pembayaran yang kebanyakan ditawarkan oleh merchant salah satunya adalah E-Banking dan hal ini diminati pula oleh kebanyakan pelanggan karena mudah dan praktis. Jika biasanya kita melakukan pemesanan dan pembayaran tiket pesawat di bandara atau agen travel terdekat dan tiket kereta api di stasiun, maka pembayaran dengan E-Banking kini akan menjadi jauh lebih mudah.

Tak hanya itu, transaksi pembayaran tagihan seperti tagihan listrik, BPJS, biaya pendidikan, dan lainnya juga dapat dilakukan melalui E-Banking atas kerjasama antara pihak perusahaan dan bank. Dengan beragam jaminan kemudahan dalam akses layanan dan transaksi melalui E-Banking, kini pilihan ada di tangan kita untuk memanfaatkannya atau tidak.<sup>68</sup>

Pada kebanyakan kasus, bahwa faktor yang membuat seorang nasabah menggunakan layanan internet banking dalam perbankan karena adanya fitur yang memudahkan pekerjaan. Seperti yang telah disampaikan pada hasil wawancara di atas bahwa internet banking memudahkan transaksi yang bersifat pembayaran-pembayaran terkait dengan kebutuhan rumah tangga. Selain itu, internet banking juga memudahkan pebisnis online. Ini jelas sangat membantu pekerjaan nasabah sebagai pengguna, sebab internet banking bisa di akses meskipun nasabah sedang berada dirumah ataupun di lingkungan pekerjaan.

## 2. Mengefisienkan Waktu

Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber juga sekaligus sebagai pengguna layanan internet banking mengemukakan sebagai berikut :

---

<sup>68</sup>Riska Wulandari, Aplikasi E-Banking dalam E-Commerce: Jaminan Kemudahan dan TantanganKeamanan,Kompasiana,<https://www.kompasiana.com/riska87674/5d1c3d0d82307b7a15b7a2/aplikasi-e-banking-dalam-e-commerce-jaminan-kemudahan-dan-tantangan-keamanan?page=all> (diakses 30 Desember 2020).

Menurut saya keberadaan internet banking sebagai layanan di dalam dunia perbankan sangatlah mengefisienkan waktu bagi utamanya pengguna layanan internet banking ini. Mengapa, karena kita tau bahwa hampir semua masyarakat Indonesia itu sudah memiliki smarphone yang mana dengan adanya smarfone dan akses internet maka kita tidak perlu lagi untuk keluar rumah untuk melakukan transaksi, mungkin mengirim dana ataupun menerima dana itu cukup dilakukan melalui smarfone saja nilai yang saya maksud akan mengefisienkan waktu bagi nasabah.<sup>69</sup>

Berikut hasil wawancara dengan pihak perbankan :

Sangat memudahkan utananya bagi nasabah karena di posisi nasabahnya sendiri itu tanpa harus dating lagi ke bank atau kegerai ATM dia sudah bisah melakukan transaksi perbankan jadi kalau di bank sulselbar itu dia adalah namanya mobile banking ada juga namanya internet banking mobile banking nya sendiri itu yaitu aplikasi yang didownload di HP kalau internet Bankingnya ada link nya yang bisah di akses google crome untuk aplikasih dan internet Bankingnya ini sendiri mungkin samah dengang di bank-bank lainya tanpa nasaba harus dating ke bank tanpa nasabah harus ke gerai ATM dia sudah dapat menggunakan fasilitas ini selama 24 Jam.Kapan pun dia bisa akses itu untuk keunggulan dari internet Banking juga melihat sekorang juga zamannya digital jadi perbankan itu harus di gejad untuk lebih mendukung perkembangan teknologinya sendiri karena sekarang itu lebih di utamakan ke perbankan untuk aplikasinya bukan tunai lagi tapi nontunai artinya lewat teknologi lagi sekarang kalau di bank ini selain ada mobile banking dan interner banking dia juga sudah ada namanya , i many jadi i many nya itu semacam kartu dan ada juga paket aplikasi dari kartunya sendiri itu dia bisah pembayaran tol.<sup>70</sup>

Realitas masyarakat Indonesia pada generasi saat ini adalah condong untuk memanfaatkan segala yang ada untuk efisiensi waktu dan pekerjaan. Terobosan internet banking dengan berbasis aplikasi smartphone ini memang sangat relevan

---

<sup>69</sup>Haslinda, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

<sup>70</sup>Misda, Customer Service Bank Sulsebar Cabang Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 30 Januari 2020.

dengan kondisi masyarakat Indonesia yang mana mayoritas cenderung menyukai hal-hal yang bersifat instan.

Bertransaksi dengan menggunakan internet banking mengefisienkan waktu, merupakan hal yang sulit apabila segala hal itu dilakukan diluar rumah bagi sebagian orang ini tentu merupakan sebuah kendala namun dengan adanya internet banking ini waktu-waktu tersebut bias tidak terbuang begitu saja yakni dengan menggunakan aplikasi internet banking.<sup>71</sup>

Hasil wawancara di atas secara nyata memberikan pemaparan bahwa internet banking sangat membantu nasabah dalam hal pekerjaan. Kemudahan akses internet banking yang bisa diakses dimanapun dan kapanpun selama terdapat jaringan internet membuat penggunanya dapat mengefisienkan waktu.

### 3. Biaya Murah

Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber juga sekaligus sebagai pengguna layanan internet banking mengemukakan sebagai berikut :

Biaya yang tidak terlalu mahal, bisa dibayangkan ketika seseorang hendak melakukan transaksi dengan menggunakan ATM ataupun datang langsung di unit pelayanan perbankan tentu kali ini memakan biaya dan waktu belum lagi persoalan cuaca apabila ternyata ATM dan internet banking, apalagi kita lihat bank BPD itu ATM nya sangat terbatas kuantitasnya sangat terbatas dan tidak mampu menjangkau daerah-daerah pelosok bias di bayangkan betapa sulitnya nasabah bertransaksi ketika ternyata tidak ada di daerah pelosok sehingga nasabah harus datang langsung ke daerah perkotaan dimana terdapat mesin ATM atau pelayanan BPD tentu merupakan suatu hal yang sangat mahal dibanding misalnya hanya menggunakan kuota internet yang cukup terjangkau dan murah dan biaya pengirimannya pun gratis apabila sesame pemilik rekening bank bpd namun ketika berbeda itu hanya diberikan dibebankan biaya sekitar Rp 5000 ini merupakan biaya transaksi yang cukup murah.<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup>Supriani, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

<sup>72</sup>Haslinda, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

Selain pelayanan, unsur terpenting dalam pemasaran adalah biaya yang murah. Tingkat biaya seringkali menjadi pertimbangan utama dalam setiap nasabah yang hendak melakukan transaksi. Sebab saat ini hampir di setiap perbankan bersaing dalam hal penentuan harga pasar untuk menarik nasabah agar menggunakan jasanya bertransaksi. Semakin murah harga atau biaya yang dibebankan kepada nasabah dalam suatu perbankan, maka semakin banyak pula nasabah yang memilih untuk bertransaksi di bank tersebut. Sebaliknya, semakin mahal biaya yang dibebankan kepada nasabah, maka semakin sedikit pula nasabah yang akan menggunakan jasa bank tersebut.

Pentingnya perbankan untuk memperhatikan siapa sasaran pasar agar dalam menentukan harga sesuai dengan target pasar. Dalam manajemen pemasaran, sasaran harga ataupun biaya harus sesuai dengan tingkat kesanggupan konsumen. Konsumen yang memiliki pendapatan rendah, tentu relevan jika dibebankan biaya yang rendah pula, begitu juga dengan konsumen yang memiliki pendapatan yang tinggi juga bisa dikenakan biaya yang tinggi pula.

Peneliti mengamati harga yang diterapkan setiap perbankan tanpa terkhusus kepada Bank Sulselbar dalam mengenakan tarif atau biaya kepada nasabah bervariasi dan memang pada pengaplikasiannya cukup terjangkau oleh nasabah, yakni berkisar di harga Rp. 6000 sampai dengan 25.000 dan bahkan sesama pemilik rekening di bank yang sama, tidak dikenakan biaya transfer. Disini dapat dipahami bahwa faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih internet banking Bank Sulselbar dalam hal memenuhi kebutuhannya tidak terlepas dari biaya atau tarif yang murah dan terjangkau.

## 4.2.2 Motiv Sosial

### 1. Keamanan Bertransaksi

Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber juga sekaligus sebagai pengguna layanan internet banking mengemukakan sebagai berikut :

Keamanan bertransaksi dengan menggunakan internet banking ini dapat memberikan keamanan dari resiko pelaku copet ataupun pencurian sejumlah dana tunai bertransaksi dengan uang digital dengan sistem digital banking ini ternyata mampu memberikan kesan nyaman tersendiri bagi penggunanya.<sup>73</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, letak keamanan dari penggunaan internet banking adalah ketika hendak melakukan transaksi yang semestinya dilakukan di luar rumah, kini sudah bisa diakses di rumah sekalipun. Hal ini memang pada kenyataannya meminimalisir tindakan criminal perampokan.

Faktor keeamanan juga dapat menjadi pendorong seseorang dalam melakukan transaksi. Setiap jenis kegiatan ketika di dalamnya mengandung unsur manfaat, tentu juga mengandung kekurangan. Kekurangan yang dimaksudkan disini adalah dapat memicu timbulnya jenis kejahatan dan kriminalisasi dengan jenis yang baru untuk mengancam keamanan. Keamanan dalam penggunaan internet banking yang dimaksudkan disini adalah dengan menggunakan internet banking yang mana dirumah pun bisa diakses sehingga nasabah tidak perlu untuk keluar rumah melakukan transaksi tunai sebab itu bisa saja menimbulkan upaya perampokan.

Keberadaan internet banking dapat meminimalisir tindak kejahatan di dunia nyata. Kendati demikian, tindak kejahatan selalu berinovasi melakukan cara-cara yang lain. Salah satu tindak kejahatan yang bisa muncul adalah kejahatan *cyber chrime* yang berupa kejahatan dunia maya yang mampu membobol PIN atau

---

<sup>73</sup>Supriani, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

*Password* internet banking. Pada prinsipnya bahwa segala bentuk kegiatan transaksi harus memperhatikan rambu-rambu kehati-hatian.

## 2. Mudah Diakses

Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber juga sekaligus sebagai pengguna layanan internet banking mengemukakan sebagai berikut :

Banyak faktor yang bisa kita lihat dari esistensi dan keberadaan internet banking sebagai layanan berbasis IT. Keberadaan ini sangat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi karena dengan detail aplikasi menampilkan pilihan-pilihan menu, sehingga nasabah dengan gampang bisa memilih berdasarkan kebutuhannya<sup>74</sup>

Kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor:

- a. Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, suatu teknologi yang baik dan digunakan secara terus menerus akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menggunakannya. Contohnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi sejenis akan memberikan kemudahan pengguna.
- b. Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
- c. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme pendukung yang handal. Mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin, bahwa terdapat

---

<sup>74</sup>Suhriati, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.<sup>75</sup>

Setiap orang tentu membutuhkan kemudahan dalam hal apapun, termasuk dalam hal ini melakukan pengiriman dana kepada orang lain. Jika dulu pengiriman dana dilakukan dengan cara manual yakni mendatangi outlet pelayanan bank terdekat atau dengan mengantri di pelayanan ATM, saat ini kehadiran internet banking memangkas kesulitan-kesulitan tersebut, kecuali jika nasabah ingin menarik dana tunai. Keunggulan internet banking adalah aplikasinya yang mudah digunakan oleh setiap individu dan bisa diakses dimanapun dan kapanpun selama terdapat jaringan internet. Disini dapat dipahami bahwa faktor-faktor berupa kemudahan internet banking diakses mampu mendorong minat nasabah dalam menggunakan layanan internet banking.

#### **4.2.3 Faktor Emosional**

##### **1. Kenyamanan Bertransaksi**

Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber juga sekaligus sebagai pengguna layanan internet banking mengemukakan sebagai berikut :

Kedua adalah kenyamanan bertransaksi, tidak dapat di pungkiri bahwa bertransaksi merupakan suatu proses transfer dana ataupun menerima dana di bank yang notabane tentu membutuhkan kenyamanan tersendiri. Melihat kondisi pemanasan global saat ini tentu membuat beberapa orang untuk berfikir berulang kali untuk keluar rumah dengan alasan panas, jauh, polusi, dan sebagainya sehingga dengan adanya internet banking ini dapat diakses di

---

<sup>75</sup>Pangih Rizki Dwi Istiarni, Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia), Skripsi Sarjana [http://eprints.undip.ac.id/43012/1/11\\_ISTIARNI.pdf](http://eprints.undip.ac.id/43012/1/11_ISTIARNI.pdf) (diakses 30 Januari 2020).

rumah sehingga merupakan suatu sistem yang memberikan kenyamanan tersendiri bagi penggunanya.<sup>76</sup>

Berikut tanggapan pihak perbankan :

Saya sebagai pegawai bank dan sebagai nasabah juga karena saya menggunakan fasilitas banking ini, sejak pakai aplikasi ini lebih banyak menggunakan aplikasinya di banding ke ATM lagi. Karena jika ke ATM biasanya banyak orang dan kita harus mengantri keamanannya juga apalagi jika kita di kota karnah banyak kejahatan yang tidak diketahui.<sup>77</sup>

Kenyamanan yang tinggi dapat mengikat seseorang untuk loyal terhadap sesuatu hal. Meskipun kemudian, perusahaan lain menawarkan harga murah, namun kenyamanan tetap menjadi prioritas utama dalam pelayanan, maka nasabah pun tetap bertahan dalam perusahaan. Pelayanan yang baik tentu berdampak pada kenyamanan yang dirasakan oleh nasabah. Antara kenyamanan dan pelayanan merupakan dua hal yang berbeda namun mutlak diperlukan dalam manajemen.

## 2. Kepedulian Bank yang Tinggi

Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber juga sekaligus sebagai pengguna layanan internet banking mengemukakan sebagai berikut :

Kepedulian bank saat ini memang sangat tinggi. Segala kebutuhan kami jika diajukan akan terselesaikan dengan baik. Kepedulian ini secara umum dirasakan oleh nasabah. Misalnya saja password kami sedang terblokir, itu bisa langsung diperbaiki, yah meskipun butuh antrian lagi.<sup>78</sup>

Kepedulian adalah hal yang sangat penting, sebab perbankan memprioritaskan usaha di bidang pelayanan jasa yang berhubungan langsung dengan nasabah.

---

<sup>76</sup>Suhriati, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

<sup>77</sup>Adi Syahyadi, Account Officer Bank Sulsebar Cabang Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 30 Januari 2020.

<sup>78</sup>Hana Pertiwi, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

Kepedulian kepada nasabah dapat mengikat rasa emosional dengan nasabah. Pada praktiknya, pelayanan yang diberikan oleh Bank Sulselbar sangat tanggap. Kasus-kasus yang sering muncul yang berhubungan dengan internet banking adalah pengajuan pembukaan akun internet banking, seperti biasanya, pihak operasional perbankan memberikan pelayanan dengan baik. Selain itu, dalam hal pembukaan akun internet banking, pihak perbankan sangat berhati-hati yakni dengan melakukan verifikasi ganda dan memastikan dengan baik bahwa yang akan membuka akun internet banking benar-benar memiliki nomor rekening tersebut.

#### 4.2.4 Faktor Produk

Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber juga sekaligus sebagai pengguna layanan internet banking mengemukakan sebagai berikut :

Perbankan memang memiliki banyak sekali produk, salah satu produk layanan yang kami sering pakai adalah internet banking ini. Dengan adanya internet banking ini cukup memudahkan kami dalam transfer, minimal kami tidak perlu lagi datang mengantri di bank.<sup>79</sup>

Atribut yang ada pada suatu produk merupakan hal yang penting guna menarik seseorang untuk menggunakannya. Adapun indikator yang digunakan adalah produk yang bervariasi, sesuai dengan tujuan dan kebutuhan, persyaratan yang ringan, biaya administrasi yang murah, jasa pembiayaan dan lain sebagainya.<sup>80</sup>

Produk perbankan berupa internet banking ini merupakan produk yang memiliki relevansi yang baik dengan perkembangan jaman saat ini. Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa keberadaan internet banking sangat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi digital. Sehingga dapat dikatakan

---

<sup>79</sup>Supriani, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

<sup>80</sup>Djaslim Saladin, *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, cet. Ke-2* (Bandung : Mandar Maju, 1996), h.51.

bahwa faktor produk adalah salah satu penunjang dalam perbankan untuk menarik minat nasabah.

#### 4.2.5 Faktor Kepercayaan

Sebenarnya apabila melakukan transaksi dengan menggunakan internet banking awalnya memang cukup mengkhawatirkan, jangan sampai uangnya tidak sampai atau bagaimana. Namun setelah sering menggunakan, akhirnya kami pun terbiasa dengan ini.<sup>81</sup>

Kepercayaan seseorang terhadap suatu produk memiliki peran tersendiri dalam membentuk perilaku dari orang tersebut, yaitu dengan memilih produk yang baik dan juga terpercaya. Adapun indikator yang digunakan adalah jaminan keamanan yang diberikan.<sup>82</sup>

Keyakinan-keyakinan dan pilihan konsumen (*preference*) atas suatu produk adalah merupakan sikap konsumen. Keadaan ini akan membentuk sikap positif atau negatif terhadap produk tertentu. Definisi dari sikap (*intitude*) sebagai suatu evaluasi menyeluruh yang memungkinkan orang berespon dengan cara menguntungkan atau tidak menguntungkan secara konsisten berkenaan dengan objek yang diberikan, sikap adalah variabel terpenting yang dimanfaatkan didalam studi perilaku manusia. Sifat yang penting dari sikap adalah kepercayaan dalam memegang sikap tersebut.<sup>83</sup>

Keyakinan nasabah dapat muncul dari penggunaan yang sebelumnya, juga dapat muncul berdasarkan informasi yang ia tangkap dari nasabah yang lain. Hal ini mampu memicu rasa penasaran untuk menggunakannya juga. Apabila nasabah menggunakannya, dan ia mendapatkan kesan yang baik terhadap pelayanan yang ia

---

<sup>81</sup>Suhriati, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

<sup>82</sup>Djaslim Saladin, *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, cet. Ke-2*, h. 51.

<sup>83</sup>James F. Engel dkk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Binarupa Aksara, 1994), h.93.

dapatkan, maka kepercayaan itu mulai muncul. Konsistensi pelayanan perlu diperhatikan bagi lembaga yang menawarkan jasa, sebab pada hakikatnya kepercayaan sangat penting dalam menarik minat nasabah.

#### 4.2.6 Faktor Kebutuhan

Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber juga sekaligus sebagai pengguna layanan internet banking mengemukakan sebagai berikut :

Kalau dibilang kebutuhan, bagi saya sebenarnya tidak juga, karena saya jarang transfer uang melalui bank, apalagi dengan internet banking. Namun tidak benar juga kalau dikatakan bahwa saya tidak pernah menggunakan. Jadi saya menggunakan ketika diperlukan saja. Seperti transfer uang ke daerah yang jauh.<sup>84</sup>

Kebutuhan merupakan sifat alamiah seseorang sehingga dijadikan fasilitas yang ada. Adapun indicator yang digunakan adalah dengan adanya kebutuhan yang mendesak, untuk modal usaha, serta kondisi keuangan yang minim.<sup>85</sup>

Pada kenyataanya bahwa kebutuhan terhadap internet banking bersifat relatif untuk setiap orang. Orang-orang yang jarang aktif dalam dunia online, tentu tidak terlalu intens menggunakan fasilitas internet banking, hal ini berbeda dengan orang yang melakukan aktifitas perekonomian di dunia online, pada semisalnya para pebisnis *e-commerce* tentu intensitasnya dalam menggunakan fasilitas ini meningkat pula. Suatu kepastian bahwa kebutuhan terhadap internet banking dapat memicu dan menjadi faktor mengapa seseorang menggunakan internet banking.

---

<sup>84</sup>Hana Pertiwi, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

<sup>85</sup>Djaslim Saladin, *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis*, cet. Ke-, h. 51.

### 4.3 Dampak Keberadaan Internet Banking

Keberadaan internet banking sebagai solusi ekonomi digital saat ini memang sangat mendukung masyarakat dalam menumbuhkan perekonomian. Di sisi yang berbeda, tentu internet banking juga memiliki Nampak negatif. Berikut peneliti mendeskripsikan hasil penelitian :

#### 4.3.1 Dampak Negatif

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber juga sekaligus sebagai pengguna layanan internet banking mengemukakan sebagai berikut :

Dampak negatif dari internet banking salah satu di antaranya apabila proteksi dan keamanan atau PIN rekening tabungan kita tidaklah terlalu kuat maka akan ada kemungkinan dapat di bobol oleh orang lain ataupun dampak buruk daripada adanya layanan ini adalah dengan meraknya pembobolan pin yang mampu membobol sejumlah dana yang ada di rekening sehingga solusinya adalah bagaimana perbankan kedepan harus tetap meningkatkan pengamanan ganda didalam rekening nasabah kemudian dari pihak nasabah pun harus betul-betul memastikan bahwa tidak ada yang tahu tentang sandi ataupun kode dalam internet banking tersebut sehingga memungkinkan orang lain untuk membobol dana yang ada di dalam rekening Koran.<sup>86</sup>

Lubang keamanan (*security hole*) akan selalu ada, hal ini bisa diamati dari situs web yang melaporkan adanya lubang keamanan setiap hari. Namun bisnis tidak dapat berhenti karena adanya potensi lubang keamanan. Untuk sekedar transaksi yang bersifat informatif (tidak ada pengurangan saldo) maka cukup menggunakan sandi lewat (*password*) untuk masuk, tetapi untuk transaksi yang sifatnya memindahkan/mengurangi saldo nasabah diminta untuk memasukan pin yang dihasilkan oleh suatu alat yang biasa disebut token atau pin. Alat ini akan mengeluarkan deretan angka (biasanya 6 digit) yang hanya identik dengan rekening

---

<sup>86</sup>Haslinda, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

nasabah tersebut. Jadi token lain tidak mungkin bisa digunakan pada rekening tersebut. Yang dapat dilakukan adalah meningkatkan tingkat kesulitan untuk masuk dengan menggunakan pengamanan-pengamanan, dinding api (*firewal*) & IDS (dalam kasus server Internet). kejahatan siber yang merupakan kejahatan di dunia maya (siber) sangat memungkinkan data nasabah di sadap pada saat melakukan transaksi perbankan elektronik.<sup>87</sup>

#### 4.3.2 Dampak Positif.

Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber juga sekaligus sebagai pengguna layanan internet banking mengemukakan sebagai berikut :

Ketika kita berbicara masalah dampak tentu terdapat dua dampak pertama dampak positif dan dampak negative dampak positif tentu sebagaimana yang saya telah jelaskan tadi yaitu mengifisienkan waktu memberikan kenyamanan memberikan keamanan mengefisienkan biaya itu merupakan dampak-dampak positif dari keberadaan internet banking ini.<sup>88</sup>

Adapun hasil wawancara dengan perbankan yakni sebagai berikut :

Dampak yang dialami dampaknya itu positifnya yang dijelaskan tadi yaitu mudah sama kenyamanan, terus nasabah ini lebih apalagi di era fuka atau di era namanya sekarang itu yang lebih ternya yaitu industry forpoin o jadi arahnya itu bagaimana caranya bertransaksi dengantidak lagi dating orang kantor dirumah pun bisa kita bertransaksi bisa buka rekening, dampak itu sebenarnya kemudahan saja sama kenyamanan jadi walaupun ada orang yang altifitasnya tinggi dia sudah bisa bertransaksi bank kapan pun dimanapun itu jadi tidak perlu lagi buang-buang waktu untuk dating lagi ke bank. Kalau

---

<sup>87</sup>Wikipedia Ensiklopedia Bebas Online, E-Banking <https://id.wikipedia.org/wiki/E-banking> (diakses 28 januari 2020).

<sup>88</sup>Suhriati, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

dampak negatifnya mau tidak mau orang itu harus melike teknologi negatifnya lagi harus punya pulsa kuota.<sup>89</sup>

Dampaknya lebih kepositifnya kalau mengaktifkannya itu sampai saat ini belum kami temui , rata-rata itu dari sisi positif dari semacam lebih membantu nasabahnya lebih banyak dampak positifnya.<sup>90</sup>

Aplikasi teknologi informasi dalam internet banking akan meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif daripada bank konvensional. Tanpa adanya aplikasi teknologi informasi dalam internet banking, maka internet banking tidak akan jalan dan dimanfaatkan oleh industri perbankan. Secara umum, dalam penyediaan layanan internet banking, bank memberikan informasi mengenai produk dan jasanya via portal di internet, memberikan akses kepada para nasabah untuk bertransaksi dan meng-update data pribadinya. Adapun persyaratan bisnis dari internet banking antara lain:

1. Aplikasi mudah digunakan;
2. Layanan dapat dijangkau dari mana saja;
3. Murah;
4. Dapat dipercaya; dan
5. Dapat diandalkan (reliable).

Di Indonesia, internet banking telah diperkenalkan pada konsumen perbankan sejak beberapa tahun lalu. Beberapa bank besar baik BUMN atau swasta Indonesia yang menyediakan layanan tersebut antara lain BCA, Bank Mandiri, BNI, BII, Lippo

---

<sup>89</sup>Misda, Customer Service Bank Sulsebar Cabang Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 30 Januari 2020.

<sup>90</sup>Adi Syahyadi, Account Officer Bank Sulsebar Cabang Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 30 Januari 2020.

Bank, Permata Bank dan sebagainya. Internet banking telah memberikan keuntungan kepada pihak bank antara lain:

1. *Business expansion*
  2. *Customer loyalty*
  3. *Revenue and cost improvement*
  4. *Competitive advantage*
  5. *New business model*
- a. *Business expansion.*

Dahulu sebuah bank harus memiliki sebuah kantor cabang untuk beroperasi di tempat tertentu. Kemudian hal ini dipermudah dengan hanya meletakkan mesin ATM sehingga dia dapat hadir di tempat tersebut. Kemudian ada phone banking yang mulai menghilangkan batas fisik dimana nasabah dapat menggunakan telepon untuk melakukan aktivitas perbankannya. Sekarang ada internet banking yang lebih mempermudah lagi karena menghilangkan batas ruang dan waktu.

- b. *Customer loyalty.*

Khususnya nasabah yang sering bergerak (mobile), akan merasa lebih nyaman untuk melakukan aktivitas perbankannya tanpa harus membuka account di bank yang berbeda-beda di berbagai tempat. Dia dapat menggunakan satu bank saja.

- c. *Revenue and cost improvement.*

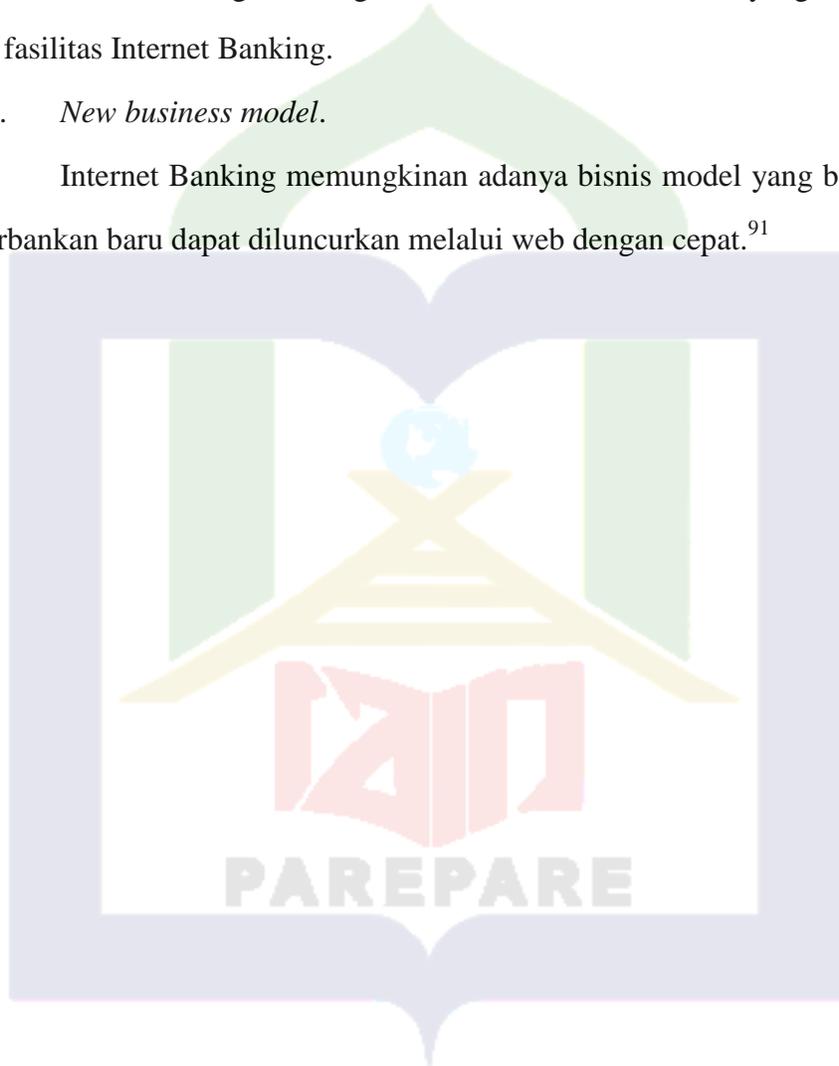
Biaya untuk memberikan layanan perbankan melalui Internet Banking dapat lebih murah daripada membuka kantor cabang atau membuat mesin ATM.

d. *Competitive advantage.*

Bank yang memiliki internet banking akan memiliki keuntungan dibandingkan dengan bank yang tidak memiliki internet banking. Dalam waktu dekat, orang tidak ingin membuka account di bank yang tidak memiliki fasilitas Internet Banking.

e. *New business model.*

Internet Banking memungkinkan adanya bisnis model yang baru. Layanan perbankan baru dapat diluncurkan melalui web dengan cepat.<sup>91</sup>



---

<sup>91</sup>Wikipedia Ensiklopedia Bebas Online, E-Banking <https://id.wikipedia.org/wiki/E-banking> (diakses 28 januari 2020).

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah peneliti memaparkan tentang hasil penelitian terkait 3 hal yang menjadi rumusan masalah peneliti, diantaranya terkait persepsi nasabah terhadap internet banking, faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan internet banking, dan dampak internet banking, maka peneliti merumuskan kesimpulan sebagai berikut :

- 5.1.1 Persepsi nasabah terkait internet banking sangat baik, disebabkan manfaat yang mereka peroleh dari keberadaan internet banking. Internet banking memberikan kemudahan dan efisiensi kepada nasabah pengguna.
- 5.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan internet banking, adanya dorongan dari dalam individu, motiv sosial, ikatan emosional, kualitas produk, faktor kepercayaan dan faktor kebutuhan.
- 5.1.3 Dampak dari keberadaan internet banking ditinjau dari sisi negatif yakni timbulnya peluang pencurian dunia maya. Sedangkan dampak dari keberadaan internet banking ditinjau dari sisi positif yakni aplikasi mudah digunakan, layanan dapat dijangkau dari mana saja, murah, dan dapat dipercaya.

#### **5.2 Saran**

- 5.2.1 Diharapkan kepada lembaga bank yang bersangkutan agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan internet kepada nasabah sehingga dapat membuat nasabah loyal.
- 5.2.2 Diharapkan untuk penelitian yang serupa selanjutnya agar menambah detail penelitian ke arah yang lebih luas dan mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

Agus, Budi Riswandi. 2005. *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Ahmadi, Abu. 2003. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT RINEKA CIPTA.

Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Cet. I; Jakarta Rineka Cipta.

Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, QS. Al-Qashash ayat 77.

Departemen Pendidikan Nasional. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III. Cet. II: Jakarta: Balai Pustaka.

E. Jerome McCarthy. 1993. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga,.

Hasibuan, Malayu. 2008. *Manajemen Dasar, Pengertian, Dan Masalah*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Hermansyah. 2006. *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*. Jakarta: Kencana.

Hermansyah. 2013. *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Ifham, Ahmad. 2015. *Ini Lho Bank Syariah!: Memahami Bank Syariah dengan Mudah*, . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ifham, Ahmad. 2015. *Ini Lho Bank Syariah!: Memahami Bank Syariah dengan Mudah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

James F. Engel dkk. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Binarupa Aksara.

Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta, Rajawali Pers.

Kasmir. 2009. *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers, Jakarta

Kasmir. 2015. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Komaruddin. 1994. *Kamus Perbankan*.

- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Manajemen*. New Jersey: Prentice Hall.
- Nugroho, Setiadi J. 2003. *Perilaku konsumen*. Jakarta: Prenada Media.
- Nur, M. Rianto Al Arif. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Purwanto, Djoko. 2006. *Komunikasi Bisnis, Edisi III*. Jakarta: Erlangga.
- Rahman, Abdul Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Rahmat, Jalaludin. 1996. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Saepuddin dan dkk. 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi. Parepare: STAIN Parepare.
- Saladin, Djaslim. 1996. *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, cet. Ke-2*. Bandung : Mandar Maju.
- Sri, Vina Yuniarti. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015),
- Stinnet, Bill. *Think Like Your Customer*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Suhriati, Nasabah Bank Sulselbar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Tim Penyusun. 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*. Parepare: STAIN.
- Wardiana, Uswah. 2004. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT Bina Ilmu.
- Widiyono, Tri. 2006. *Aspek Hukum Operasional Transaksi Produk Perbankan di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Internet :
- Anggoro, Sigit. *Bank dan Nasabah*, <http://politeknikpajajaran.ac.id/bank-dan-nasabah/> diakses pada 03 Juli 2020.
- E-Banking, situs web pribadi <https://www.hestanto.web.id/e-banking/> diakses 20 Januari 2020.

- Graifan Ramadhan, “Modul pengenalan Internet”, diakses dari [www.academia.edu/34926657/pengenalan-internet](http://www.academia.edu/34926657/pengenalan-internet). pada tanggal 7 Agustus 2017 jam 12.30 Wib
- Gubernur Bank Indonesia, “Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/15/PBI/2007 Tentang Penerapan Manajemen Resiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum,” dalam *Peraturan Bank Indonesia*. Jakarta.
- Heni Husni Muasyaroh,. 2014. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan E-Banking PT. Bank Syariah Yogyakarta”. Skripsi Sarjana; program studi keuangan Islam: Yogyakarta.
- M. Khariska Afriadi, “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Masyarakat menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Komplek Perumahan Perumdam Kelurahan Kandang Mas Kecamatan Kampong Melayu Kota Bengkulu)” (skripsi sarjana,. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam: Bengkulu, 2016), [blog.repository.iainbengkulu.ac.id/pdf](http://blog.repository.iainbengkulu.ac.id/pdf). 17 desember 2019.
- Panggih Rizki Dwi Istiarni, Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia), Skripsi Sarjana [http://eprints.undip.ac.id/43012/1/11\\_ISTIARNI.pdf](http://eprints.undip.ac.id/43012/1/11_ISTIARNI.pdf). diakses 30 Januari 2020.
- Riska Wulandari, Aplikasi E-Banking dalam E-Commerce: Jaminan Kemudahan dan Tantangan Keamanan, Kompasiana, <https://www.kompasiana.com/riska87674/5d1c3d0d0d82307b7a15b7a2/aplikasi-e-banking-dalam-e-commerce-jaminan-kemudahan-dan-tantangan-keamanan?page=all>. diakses 30 Desember 2020.
- WD Agustutin, “Perlindungan Hukum dalam Internet Banking terhadap Nasabah Bank” diakses dari <https://wisuda.unud.ac.id/pdf/1103005038-3-bab2.pdf>, pada tanggal 7 Agustus 2019 jam 13.00 Wib
- Wikipedia Ensiklopedia Bebas Online, E-Banking <https://id.wikipedia.org/wiki/E-banking>. diakses 28 januari 2020.
- Narasumber :
- Adi Syahyadi, Account Officer Bank Sulsebar Cabang Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 30 Januari 2020.
- Hana Pertiwi, Nasabah Bank Sulsebar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.
- Haslinda, Nasabah Bank Sulsebar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

Misda, Customer Service Bank Sulsebar Cabang Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 30 Januari 2020.

Suhriati, Nasabah Bank Sulsebar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.

Supriani, Nasabah Bank Sulsebar, Enrekang, wawancara oleh Peneliti di Enrekang, 27 Januari 2020.





# LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telpun (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100, website: [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id), email: [mail@iainpare.ac.id](mailto:mail@iainpare.ac.id)

Nomor : B. /64 /In.39.8/PP.00.9/01/2020  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI ENREKANG  
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
Di  
KABUPATEN ENREKANG

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : ARNI  
Tempat/ Tgl. Lahir : SAPIRI, 4 MARET 1996  
NIM : 14.2300.138  
Fakultas/ Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Semester : XI (Sebelas)  
Alamat : LEBANI, KECAMATAN MAIWA, KABUPATEN ENREKANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KABUPATEN ENREKANG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

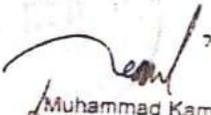
**MINAT BERTRANSAKSI NASABAH BANK SULSELBAR CABANG ENREKANG MENGGUNAKAN INTERNET BANKING**

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Januari sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb.*

21 Januari 2020  
Dekan,

  
Muhammad Kamal Zubair



**PEMERINTAH KABUPATEN ENREKANG**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
*Jl. Jenderal Sudirman Km. 3 Pinang Enrekang Telp/Fax (0420)-21079*  
**ENREKANG**

Enrekang, 29 Januari 2020  
Kepada  
Yth. Pimpinan Bank Sulselbar  
Cabang Enrekang  
Di  
Enrekang

Nomor : 34/DPMTSP/IP/I/2020  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Penelitian

Berdasarkan surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare, Nomor: B.164/In.39.8/PP.00.9/01/2020 tanggal 21 Januari 2020, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : **Arni**  
Tempat Tanggal Lahir : Sapiri, 04 Maret 1996  
Instansi/Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Lebanl, Desa Lebanl Kec. Maiwa

Bermaksud akan mengadakan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul : "Minat Bertransaksi Nasabah Bank Sulselbar Cabang Enrekang Menggunakan Internet Banking."

Dilaksanakan mulai, Tanggal 29 Januari 2020 s/d 29 Februari 2020

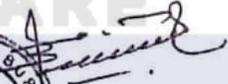
Pengikut/Anggota :-

Pada Prinsipnya dapat menyetujui kegiatan tersebut diatas dengan ketentuan:

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan harus melaporkan diri kepada Pemerintah/Instansi setempat.
2. Tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan
3. Mentaati semua peraturan Perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat
4. Menyerahkan 1 (satu) berkas fotocopy hasil skripsi kepada Bupati Enrekang Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Enrekang.

Demikian untuk mendapat perhatian

A.n. BUPATI ENREKANG  
Kepala DPM PTSP Kab. Enrekang

  
**HALENG LAJU, M.SI**  
Pangkat : Pembina Utama Muda  
: 19651231 198502 1 002



- Tembusan Yth:
01. Bupati Enrekang (Setagal Laporan).
  02. Kepala BAKESBANG POL Kab. Enrekang.
  03. Camat Enrekang.
  04. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare.
  05. Yang bersangkutan (Arni).
  06. Pertinggal.



## SURAT KETERANGAN

SR/50/B/EK/II/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini, Pemimpin PT. Bank Sulselbar Cabang Enrekang menerangkan bahwa :

Nama : Arni  
Tempat /Tgl. Lahir : Sapiri, 04 Maret 1996  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Lebani, Desa Lebani Kec. Maiwa  
Fakultas/prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Telah melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Minat Bertransaksi Nasabah Bank Sulselbar Cabang Enrekang Menggunakan Internet Banking" di PT. Bank Sulselbar Cabang Enrekang.

Demikian surat keterangan ini kami buat dan dipergunakan sebagai mana mestinya.

Enrekang, 13 Februari 2020,  
PT. BANK SULSELBAR  
CABANG ENREKANG

  
**Ahmad Makkaraja**  
Pemimpin Seksi Operasional

Tembusan : -Arsip

## KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mirdawati  
Alamat : PT. Bank Sulselbar Cabang Enrekang .  
Jabatan : Customer Service (CS)

Menerangkan bahwa:

Nama : Arni  
Nim : 14.2300.138  
Perguruan tinggi : IAIN Parepare  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Alamat : Lebani

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyisuan skripsi yang berjudul "Minat Bertransaksi Nasabah Bank Sulselbar Cabang Enrekang Menggunakan Internet Banking".

Dengan keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare.....2020

  
(Mirdawati.....)

FOTO KANTOR BANK SULSELBAR CABANG ENREKANG



FOTO WAWANCARA BERSAMA INFORMAN 1 DAN 2





## BIOGRAFI PENULIS

**ARNI.** Merupakan salah satu mahasiswa di IAIN Parepare Program Studi Perbankan Syariah yang Lahir di Sapiri pada tanggal 04 Maret 1996. Penulis merupakan anak ke tiga dari sembilan bersaudara anak dari pasangan Bapak Syamsuddin dan Ibu Nursia mulai masuk pendidikan formal pada Sekolah Dasar Negeri 154 Lebani pada tahun 2003-2008 atau selama 6 tahun, SMPN 4 Maiwa pada tahun 2008-2011 dan melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Maiwa pada tahun 2011-2014. Pada tahun 2014 melanjutkan pendidikan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) parepare yang telah berganti nama menjadi Institit Agama Islam Negeri (IAIN) parepare. Dengan mengambil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah.

Penulis melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Bank MEGA KCP Palopo dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat ( KPM ) di Desa Mekkala Kec. Curio Sulawesi Selatan. Penulis melanjutkan skripsi yang berjudul **“Minat Bertransaksi Nasabah Bank Sulselbar Cabang Enrekang Menggunakan Internet Banking”**.

