

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1.1 Gambaran Umum Bank Syariah Bukopin dan Layanan *Internet banking***

##### **4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan**

###### **1. Sejarah Singkat Bank Syariah Bukopin**

PT BANK SYARIAH BUKOPIN (selanjutnya disebut Perseroan) sebagai bank yang beroperasi dengan prinsip syariah yang bermula masuknya konsorsium PT Bank Bukopin, Tbk diakuisisinya PT Bank Persyarikatan Indonesia (sebuah bank konvensional) oleh PT Bank Bukopin, Tbk., proses akuisisi tersebut berlangsung secara bertahap sejak 2005 hingga 2008, dimana PT Bank Persyarikatan Indonesia yang sebelumnya bernama PT Bank Swansarindo Internasional didirikan di Samarinda, Kalimantan Timur berdasarkan Akta Nomor 102 tanggal 29 Juli 1990 merupakan bank umum yang memperoleh Surat Keputusan Menteri Keuangan nomor 1.659/KMK.013/1990 tanggal 31 Desember 1990 tentang Pemberian Izin Peleburan Usaha 2 (dua) Bank Pasar dan Peningkatan Status Menjadi Bank Umum dengan nama PT Bank Swansarindo Internasional yang memperoleh kegiatan operasi berdasarkan surat Bank Indonesia (BI) nomor 24/1/UPBD/PBD2/Smr tanggal 1 Mei 1991 tentang Pemberian Izin Usaha Bank Umum dan Pemindahan Kantor Bank.

Pada tahun 2001 sampai akhir 2002 proses akuisisi oleh Organisasi Muhammadiyah dan sekaligus perubahan nama PT Bank Swansarindo Internasional menjadi PT Bank Persyarikatan Indonesia yang memperoleh persetujuan dari (BI) nomor 5/4/KEP. DGS/2003 tanggal 24 Januari 2003 yang dituangkan ke dalam akta nomor 109 Tanggal 31 Januari 2003. Dalam perkembangannya kemudian PT Bank Persyarikatan Indonesia melalui tambahan modal dan asistensi oleh PT Bank Bukopin, Tbk., maka pada tahun 2008 setelah memperoleh izin kegiatan usaha bank umum yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia nomor 10/69/KEP.GBI/DpG/2008 tanggal 27 Oktober 2008

tentang Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Konvensional Menjadi Bank Syariah, dan Perubahan Nama PT Bank Persyarikatan Indonesia Menjadi PT Bank Syariah Bukopin dimana secara resmi mulai efektif beroperasi tanggal 9 Desember 2008, kegiatan operasional Perseroan secara resmi dibuka oleh Bapak M. Jusuf Kalla, Wakil Presiden Republik Indonesia periode 2004 -2009. Sampai dengan akhir Desember 2014 Perseroan memiliki jaringan kantor yaitu 1 (satu) Kantor Pusat dan Operasional, 11 (sebelas) Kantor Cabang, 7 (tujuh) Kantor Cabang Pembantu, 4 (empat) Kantor Kas, 1 (satu) unit mobil kas keliling, dan 76 (tujuh puluh enam) Kantor Layanan Syariah, serta 27 (dua puluh tujuh) mesin ATM BSB dengan jaringan Prima dan ATM Bank Bukopin.

## **2. Visi dan Misi Bank Syariah Bukopin**

### **a. Visi**

“Menjadi Bank Syariah Pilihan dengan Pelayanan Terbaik”

### **b. Misi**

- Memberikan pelayanan terbaik pada nasabah
- Membentuk sumber daya insani yang profesional dan amanah
- Memfokuskan pengembangan usaha pada sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil & Menengah)
- Meningkatkan nilai tambah kepada stakeholder

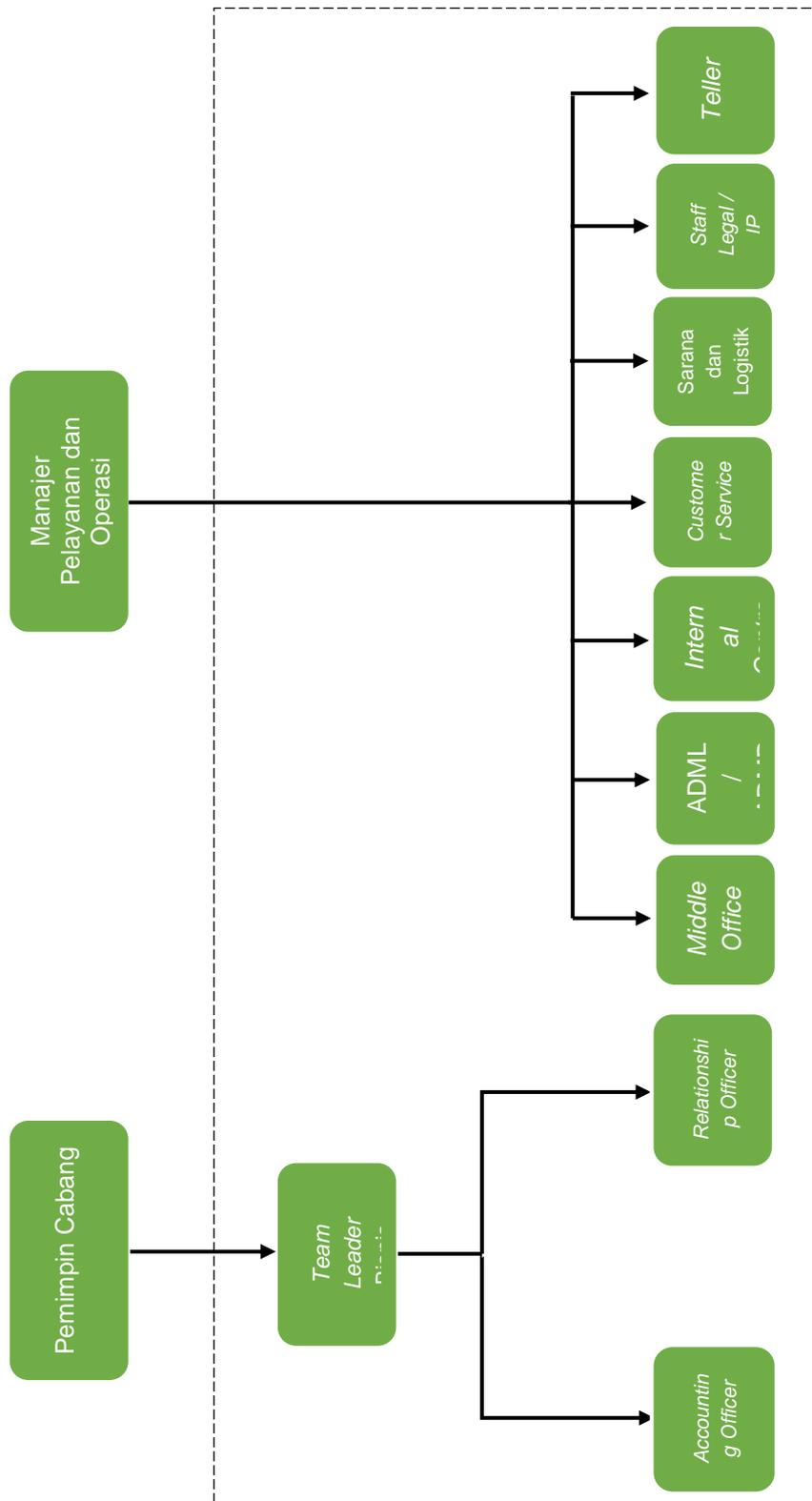
### 3. Data Perusahaan

Tabel 4.1  
Data Bank Syariah Bukopin

Subjek	Keterangan
Nama Bank	PT BANK SYARIAH BUKOPIN
Alamat	Jalan Salemba Raya Nomor 55 Salemba, Jakarta Pusat 10440
Telepon	021 – 2300912
Fax	021 – 3148401
Homepage	<a href="http://www.syariahbukopin.co.id">www.syariahbukopin.co.id</a>
Email	<a href="mailto:corsec@syariahbukopin.co.id">corsec@syariahbukopin.co.id</a>
Facebook	Bank Syariah Bukopin
Twitter	@BsyariahBukopin
Tanggal Berdiri	29 Juli 1990
Mulai Beroperasi	9 Desember 2008
Modal Dasar	Rp 1.000.000.000.000
Modal Disetor	Rp 650.370.000.000
Ekuitas	Rp 501.282.000.000
Kantor Layanan	1 Kantor Pusat & Operasional 11 Kantor Cabang 7 Kantor Cabang Pembantu 4 Kantor Kas 1 Mobil Kas Keliling
Layanan Syariah Bank	76 Layanan Syariah Bank
Jaringan ATM	Jaringan ATM Meliputi: ATM Bank Syariah Bukopin ATM Bank Bukopin ATM Prima/BCA
Jumlah Pegawai	875 Karyawan

Sumber : Data primer yang diolah pada 2017

#### 4. Struktur Organisasi Bank Syariah Bukopin KC Semarang



## 5. Produk-produk Bank Syariah Bukopin

Produk bank Syariah Bukopin terdiri dari produk pendanaan, produk pembiayaan, dan produk layanan. Adapun produk-produk Bank Syariah Bukopin selengkapnya adalah sebagai berikut:

### ➤ Produk Pendanaan.

#### a. Tabungan IB Siaga

Simpanan pada Bank Syariah Bukopin untuk perorangan dalam bentuk mata uang Rupiah yang penarikannya dapat dilakukan secara sewaktu-waktu dengan cara tertentu yang telah dipersyaratkan.

#### b. Tabungan Simpel IB

Simpanan Pelajar iB merupakan tabungan untuk pelajar dengan persyaratan mudah dan fitur yang menarik dalam rangka edukasi perbankan untuk mendorong budaya menabung sejak usia dini.

#### c. Tabungan IB Multiguna

Jenis tabungan berjangka dengan potensi bagi hasil yang kompetitif guna memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang, sekaligus memberikan manfaat proteksi asuransi jiwa gratis

#### d. Deposito IB

Jenis simpanan dalam mata uang rupiah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara deposan dengan pihak bank.

#### e. Giro IB

Simpanan yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Cek atau sarana perintah pembayaran lainnya atau melalui pemindahbukuan lainnya.

### ➤ Produk Pembiayaan

#### a. Murabahah

Adalah jual-beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Akad yang digunakan adalah

*Murabahah*, yaitu akad jual-beli antara bank dan nasabah. Bank akan melakukan pembelian atau pemesanan barang sesuai permintaan nasabah kemudian menjualnya kepada nasabah sebesar harga beli ditambah keuntungan Bank yang disepakati.

b. *Musyarakah*

Adalah kerjasama 2 (dua) pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dan atau karya/keahlian dengan kesepakatan keuntungan dan resiko menjadi tanggungan bersama sesuai kesepakatan. Akad yang digunakan adalah *Musyarakah*, yaitu kerjasama antara Bank dengan Nasabah untuk mencampurkan dana/modal mereka pada suatu usaha tertentu, dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah bagi hasil yang telah disepakati.

c. *Mudharabah*

Adalah kerjasama antara pemilik modal dan pengelola untuk suatu usaha tertentu dengan kesepakatan bagi hasil. akad yang digunakan adalah *Mudharabah*, yaitu kerjasama antara Bank dengan nasabah, dimana pihak bank menyediakan seluruh modal dan nasabah sebagai pengelola dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah bagi hasil yang telah disepakati.

#### 4.1.2 Gambaran Umum Layanan *Internet banking* BSB<sup>1</sup>

##### 1. Cash Management

Layanan perbankan elektronik yang memudahkan nasabah dalam melakukan akses *inquiry* saldo dan transaksi secara *Real Time On-Line* melalui terminal komputer dari lokasi usaha masing-masing sehingga pengelolaan keuangan menjadi lebih efektif, efisien dan tersentralisasi.

a. Manfaat

- Real time online.
- Mengetahui saldo simpanan setiap saat.
- Mencetak rekening koran kapanpun.
- Pindahbukuan langsung tanpa harus datang ke bank.

---

<sup>1</sup> <http://www.syariahbukopin.co.id>, diakses kembali pada 1 Mei 2017 pukul 20.17 WIB.

- Transfer (RTGS & LLG) langsung tanpa harus datang ke bank.
- Dioperasikan di sistem operasi windows.
- Multi user, kewenangan user ditentukan nasabah.
- Data dapat di *download* dalam bentuk text, lotus, dan database

b. Fasilitas

- Inquiry saldo, melihat saldo dan nomor rekening yang di daftarkan :
  - 1) Giro
  - 2) Deposito
  - 3) Pembiayaan
  - 4) Jadwal Angsuran
  - 5) Nomor rekening pihak ketiga di Bank Syariah Bukopin dan Bank Bukopin
- Overbook (pemindahbukuan), melakukan pemindahbukuan dana dari giro ke rekening Bank Syariah Bukopin atau Bank Bukopin
  - 1) Normal transfer (hari yang sama)
  - 2) Future transfer (maks H + 7)
  - 3) Otorisasi oleh maker, checker, approval
- Transfer, pengalihan dana dari suatu rekening ke rekening lain yang terdaftar
  - 1) RTGS (cut off : 14.00)
  - 2) LLG (cut off : 11.00)
  - 3) Otorisasi oleh maker, checker, approval
- Summary (mutasi rekening), informasi mutasi rekening giro
  - 1) Mutasi hari ini
  - 2) Mutasi dalam periode tertentu hingga tiga bulan ke belakang
  - 3) Laporan rekening koran keseluruhan

c. Fasilitas tambahan

- Payroll, Fasilitas yang berfungsi untuk melakukan pengiriman gaji karyawan yang dilakukan secara elektronik (Electronic Payroll Instruction).
- Virtual Account, Nomor Sub Rekening Bayangan dari satu rekening giro yang dibuat oleh Bank Syariah Bukopin dan bertujuan untuk mengakomodir keinginan nasabah dalam identifikasi transaksi-transaksi setoran ke rekeningnya (*identified account receivable*).

d. Biaya-Biaya

- Rp 350.000 / bulan, untuk mendapatkan fasilitas Syariah Bukopin Cash Management (bonus aplikasi payroll gratis).
- Rp 2.000 / transaksi, sebagai biaya tambahan penggunaan fitur *virtual Account*.

## 2. Mobile Banking (M-BSB)

M-BSB merupakan layanan transaksi perbankan dan pembayaran tagihan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui telepon seluler / *handphone*.

- a. Manfaat
  - Kemudahan transaksi perbankan dan pembayaran tagihan
  - Praktis dan efisien
  - Dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja
  - Untuk transaksi financial dilengkapi dengan pengamanan berupa OTP (*One Time password*)
- b. Fitur
  - Layanan Perbankan
    - Cek Saldo
    - Informasi Transaksi (7 transaksi terakhir selama 2 bulan terakhir)
    - Pemindahbukuan
    - *Fund Transfer* (Transfer antar Bank) melalui Kliring (SKN)
  - Layanan Informasi dan Pembayaran
    - PLN (Pasca Bayar, Pra Bayar, Non Tagihan Listrik)
    - Jasa Telekomunikasi ( *Fix line Telephone, Flexi Post Paid, Speedy, Telkom vision*)
    - PDAM ( AETRA/palyja Jakarta)
    - Voucher Pulsa
    - *Multifinance* (BAF, MCF/MAF, WOM Finance)
  - Layanan Tambahan
    - Menu laporan transaksi non perbankan
    - Menu ubah password
    - Menu *request* OTP yang akan diterima melalui sms pengguna
    - Menu favorit
- c. Registrasi M-BSB
  - Mengisi formulir/aplikasi permohonan layanan m-BSB
  - Melakukan registrasi layanan M-BSB di *Customer Service*
  - Validasi data yang diperlukan, antara lain Nomor *Handphone* dan Nomor rekening melalui *Customer Service*
  - Nasabah akan menerima e-mail / SMS yang berisi data-data berupa username, password dan OTP (untuk transaksi financial)
  - Nasabah sudah dapat melakukan transaksi melalui layanan m-BSB
- d. Biaya-Biaya
  - Biaya permintaan fitur informasi transaksi sebesar Rp 350,-/permintaan
  - Biaya permintaan OTP sebesar Rp 500,-/permintaan
  - Biaya *Fund Transfer* melalui SKN sebesar Rp5.000/transaksi
- e. Limit Transaksi
  - Batas limit saldo minimal setelah transaksi adalah Rp35.000

- Limit Transaksi pemindahbukuan/*Fund Transfer* per hari maksimal Rp25.000.000 dengan minimal per transaksi Rp10.000

## 4.2 Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini, pihak yang menjadi responden adalah nasabah bank Syariah Bukopin kantor cabang Semarang. Teknik Pengambilan sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Menurut sugiyono *accidental sampling* yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>2</sup> Penggambaran mengenai responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan dapat dilihat melalui tabel-tabel yang disajikan berikut.

### 4.2.1 Jenis Kelamin Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 40 Nasabah, Berikut ini merupakan data responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki-laki	21	47.5%
Perempuan	19	52.5%
Jumlah	40	100%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan data diatas, dapat diperhatikan bahwa responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 21 orang atau 47,5%. Sedangkan responden Jenis kelamin perempuan sebanyak 19 orang atau 52,5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak dibanding perempuan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram jenis kelamin responden di bawah ini yang peneliti peroleh:

---

<sup>2</sup>Haryadi, *SPSS VS...*, h.29

Gambar 4.1



Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

#### 4.2.2 Usia Responden

Usia sering menjadi pertimbangan seseorang dalam melakukan aktivitas, sehingga usia memungkinkan memberikan kontribusi terhadap tipe nasabah. Untuk menentukan banyaknya kelas usia responden maka dapat menggunakan rumus *strugess*<sup>3</sup> sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 k &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 40 \\
 &= 6,3 \text{ dibulatkan menjadi } 6 \\
 R &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\
 &= 63 - 18 = 45 \\
 i &= \frac{R}{k} \\
 &= \frac{45}{6} = 7,5 \text{ dibulatkan menjadi } 8
 \end{aligned}$$

Keterangan : k    →  banyaknya kelas  
n        →  jumlah responden  
R        →  jangkauan

<sup>3</sup> Meilina Nur Indah Susanti, *Statistik Deskriptif dan Induktif*, Yogyakarta; graha Ilmu, 2010, h.52

I → Interval kelas

Sehingga komposisi responden menurut usia dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

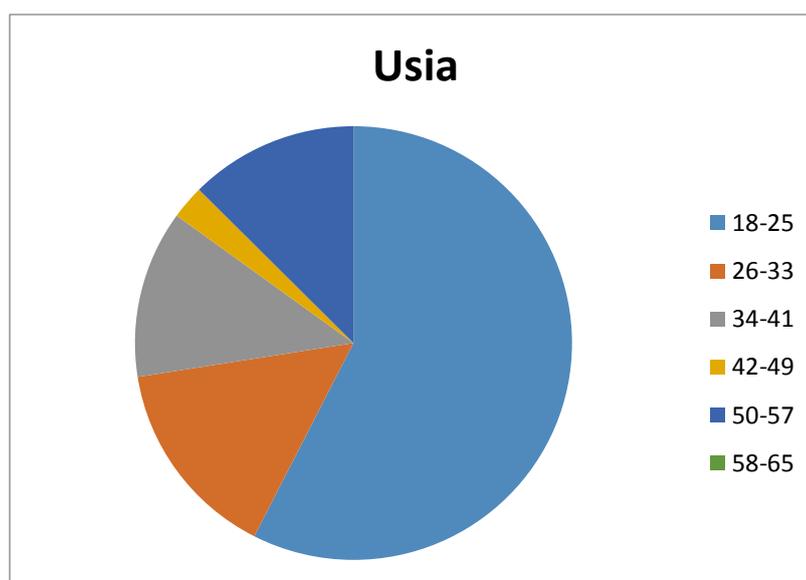
Tabel 4.3  
Usia Responden

Umur	Jumlah	Prosentase (%)
18-25	23	57.50
26-33	6	15.50
34-41	5	12.50
42-49	1	2.50
50-57	5	12.50
58-65	0	0
Jumlah	40	100%

*Sumber : Data primer yang diolah, 2017*

Dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak menurut usia 18-25 tahun sebanyak 23 Orang atau 57,50%. Sedangkan jumlah responden terkecil pada usia 58-65. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram usia responden di bawah ini yang peneliti peroleh:

Gambar 4.2



*Sumber : Data primer yang diolah, 2017*

### 4.2.3 Pendidikan Terakhir

Data mengenai pendidikan terakhir responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi lima kategori, yaitu : SMP, SMA, Diploma, Sarjana, dan Pascasarjana. Adapun data mengenai pendidikan yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

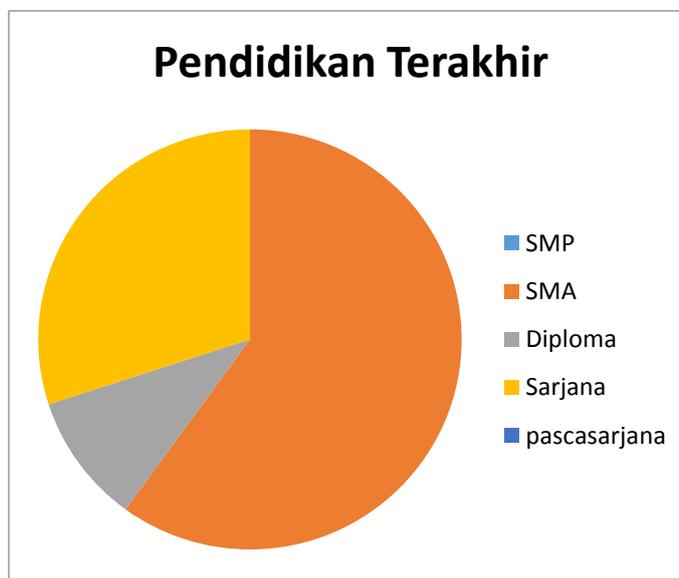
Tabel 4.4

Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Prosentase (%)
SMP	0	0.00
SMA	24	60.00
Diploma	4	10.00
Sarjana	12	30.00
Pascasarjana	0	0.00
Jumlah	40	100

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram pendidikan terakhir responden di bawah ini yang peneliti peroleh:

Gambar 4.3



Sumber : Data primer yang diolah, 2017

### 4.2.4 Jenis Pekerjaan

Data mengenai pekerjaan responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi lima kategori, yaitu : PNS, Pegawai Swasta, Wirausaha/Pedagang,

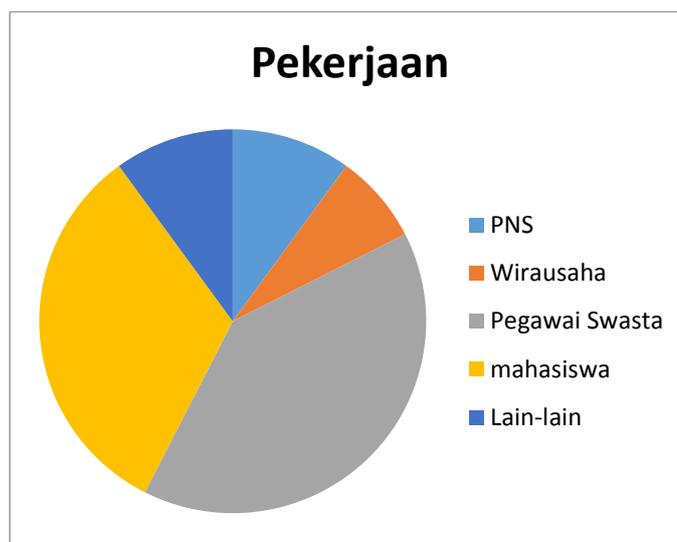
Mahasiswa, dan lainnya. Adapun data mengenai pekerjaan yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5  
Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Prosentase (%)
PNS	4	10.00
Pegawai Swasta	3	7.50
Wirausaha/Pedagang	16	40.00
Mahasiswa	13	32,50
Lainnya	4	10.00
Jumlah	40	100

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram jenis pekerjaan responden di bawah ini yang peneliti peroleh:

Gambar 4.4



*Sumber : Data yang diolah, 2017*

#### 4.2.5 Pendapatan per Bulan

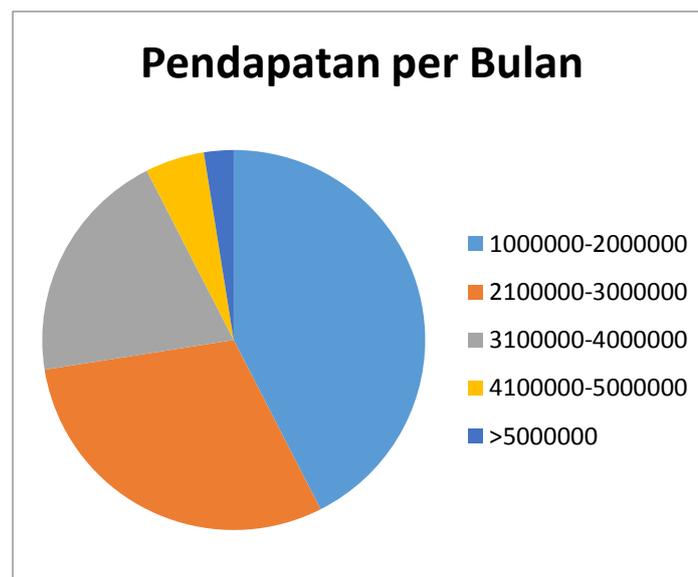
Data mengenai pendapatan responden disini peneliti mengelompokkan menjadi lima kategori, dengan pendapatan Rp.1000.000,00 – >Rp.5000.000,00. Adapun data mengenai pendapatan yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6  
Jenis Pekerjaan

Pendapatan (Rp)	Jumlah	Prosentase (%)
1.000.000-2.000.000	17	42.50
2.100.000-3.000.000	12	30.00
3.100.000-4.000.000	8	20.00
4.100.000-5.000.000	2	5,00
>5.000.000	1	2.50
Jumlah	40	100

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram Jenis pekerjaan responden di bawah ini yang peneliti peroleh:

Gambar 4.5



Sumber : Data primer yang diolah, 2017

### 4.3 Analisis Data

#### 4.3.1 Analisis Deskriptif

Untuk menggambarkan tanggapan dan menguraikan secara rinci jawaban responden data dikelompokkan dengan menggunakan rentang skala. Perhitungan skor tiap item pernyataan adalah sebagai berikut:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan : RS      → Rentang Skala  
n      → Jumlah sampel  
m      → Jumlah jawaban tiap item

Sehingga:

$$RS = \frac{40(5-1)}{5} = 32$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 40 = 40$$

$$\text{Skor Teratas} = 5 \times 40 = 200$$

Jadi kategori yang didapat yaitu :

- a. 40 – 71 = Sangat Tidak Baik
- b. 72 – 103 = Tidak Baik
- c. 104 – 135 = Cukup
- d. 136 – 167 = Baik
- e. 168 – 199 = Sangat Baik

### 1. Variabel Persepsi Manfaat

Untuk mengetahui pendapat responden mengenai persepsi manfaat *internet banking* maka diajukan beberapa pernyataan mengenai:

1. Transaksi perbankan menjadi mudah bagi nasabah.
2. *Internet banking* meningkatkan pengetahuan teknologi bagi nasabah.
3. *Internet banking* menghemat waktu nasabah
4. *Internet banking* efisien bagi nasabah

Adapun hasil jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7  
Tanggapan Responden Tentang Persepsi Manfaat *Internet banking*

No	Jawaban					Jumlah responden	Total Nilai	Rata-Rata	Katagori
	STS	TS	N	S	SS				
1	0(0)	0(0)	10(30)	23(92)	7(35)	40	157	3.925	Baik
2	0(0)	0(0)	6(18)	19(76)	15(75)	40	169	4.225	Sangat Baik
3	0(0)	0(0)	11(33)	14(56)	15(75)	40	164	4.1	Baik

4	0(0)	1(2)	9(27)	18(72)	12(60)	40	161	4.025	Baik
Jumlah nilai skor							651	16.275	Baik
Rata-rata total Skor							162.75	4.06875	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.7 mengenai tanggapan reponden tentang persepsi manfaat *internet banking* didapat rata-rata total skor sebesar 162,75. Hal ini termasuk dalam rentang 136-167 yang berkategori baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *internet banking* mempunyai manfaat yang baik bagi nasabah.

## 2. Variabel Kemudahan

Untuk mengetahui pendapat responden mengenai kemudahan penggunaan *internet banking* maka diajukan beberapa pernyataan mengenai:

1. Sistem penggunaan *internet banking* mudah dipelajari
2. *Internet banking* memudahkan transaksi yang diinginkan nasabah
3. *Internet banking* sangat mudah dioperasikan
4. *Internet banking* dapat digunakan dimana saja dan kapan saja

Adapun hasil jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8  
Tanggapan Responden Tentang Kemudahan *Internet banking*

No	Jawaban					Jumlah responden	Total Nilai	Rata-Rata	Katagori
	STS	TS	N	S	SS				
1	0(0)	1(2)	7(21)	24(96)	8(40)	40	159	3.975	Baik
2	0(0)	0(0)	6(18)	20(80)	14(70)	40	168	4.2	Sangat Baik
3	0(0)	1(2)	14(42)	19(76)	6(30)	40	150	3.75	Baik
4	0(0)	4(8)	12(36)	15(60)	9(45)	40	149	3.725	Baik
Jumlah nilai skor							626	15.65	Baik
Rata-rata total Skor							156.5	3.9125	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.8 mengenai tanggapan reponden tentang kemudahan *internet banking* didapat rata-rata total skor sebesar 156,5. Hal ini termasuk dalam rentang 136-167 yang berkategori baik.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *internet banking* mudah digunakan oleh nasabah.

### 3. Variabel Kepercayaan

Untuk mengetahui pendapat responden mengenai tingkat kepercayaan nasabah terhadap *internet banking* maka diajukan beberapa pernyataan mengenai:

1. Sistem keamanan *internet banking* dapat diandalkan
2. *Internet banking* menjamin kerahasiaan data nasabah
3. Kredibilitas pada pengguna *internet banking*

Adapun hasil jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.9  
Tanggapan Responden Tentang Kepercayaan *Internet banking*

No	Jawaban					Jumlah Responden	Total Nilai	Rata-Rata	Katagori
	STS	TS	N	S	SS				
1	1(1)	0(0)	12(36)	22(88)	5(25)	40	150	3.75	Baik
2	0(0)	1(2)	20(60)	13(52)	6(30)	40	144	3.6	Baik
3	0(0)	0(0)	19(67)	15(60)	6(30)	40	147	3.675	Baik
Jumlah nilai skor							441	11.025	Baik
Rata-rata total Skor							147	3.675	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.9 mengenai tanggapan responden tentang kepercayaan *internet banking* didapat rata-rata total skor sebesar 147. Hal ini termasuk dalam rentang 136-167 yang berkategori baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *internet banking* mempunyai tingkat kepercayaan yang baik bagi nasabah.

### 4. Variabel Minat Nasabah

Untuk mengetahui pendapat responden mengenai minat nasabah dalam penggunaan *internet banking* maka diajukan beberapa pertanyaan tentang:

1. Dorongan untuk menggunakan *internet banking* dimasa yang akan datang
2. *Internet banking* sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan nasabah perbankan

3. *Internet banking* dapat memenuhi tuntutan profesi nasabah  
Adapun jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10  
Tanggapan Responden Tentang Minat Nasabah Terhadap Penggunaan  
*Internet banking*

No	Jawaban					jumlah responden	Total Nilai	Rata-rata	Katagori
	STS	TS	N	S	SS				
1	0(0)	0(0)	4(12)	22(88)	14(70)	40	170	4.25	Sangat Baik
2	0(0)	1(2)	12(36)	18(72)	9(45)	40	155	3.875	Baik
3	0(0)	0(0)	12(36)	17(68)	11(55)	40	159	3.975	Baik
Jumlah nilai skor							484	12.1	Baik
Rata-rata total Skor							161.3333	4.033333	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.10 diatas tanggapan responden tentang minat nasabah terhadap penggunaan *internet banking* didapat rata-rata total skor sebesar 161,33. Hal ini termasuk dalam rentang 136-167 yang berkategori baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat nasabah terhadap penggunaan *internet banking* adalah baik.

#### 4.3.2 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan/ Pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan SPSS for windows Versi 23. Selain melihat nilai signifikansi juga dengan cara membandingkan r hitung dengan r tabel, dikatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel.

Tabel 4.11  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung		r tabel	Status
Persepsi Manfaat X1	PM1	0.529	>	0,2638	Valid
	PM2	0.417	>	0,2638	Valid
	PM3	0.520	>	0,2638	Valid
	PM4	0.585	>	0,2638	Valid
Kemudahan	KM1	0.503	>	0,2638	Valid

X2	KM2	0.605	>	0,2638	Valid
	KM3	0.462	>	0,2638	Valid
	KM4	0.410	>	0,2638	Valid
Kepercayaan X3	KP1	0.649	>	0,2638	Valid
	KP2	0.545	>	0,2638	Valid
	KP3	0.527	>	0,2638	Valid
Minat Nasabah Y	MN1	0.431	>	0,2638	Valid
	MN2	0.560	>	0,2638	Valid
	MN3	0.569	>	0,2638	Valid

Sumber : Data diolah dengan menggunakan IBM SPSS Statistic Version 23, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing pertanyaan mempunyai  $r$  hitung yang berbeda. Untuk butir pernyataan yang memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,2638) dan bernilai positif maka butir pernyataan tersebut dianggap valid.

#### 4.3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik adalah *cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ( $>$ 0,60). Untuk menguji reliabilitas maka menggunakan SPSS.

Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reabilitas Coefficient	Cronbach's Alpha	Ket.
Persepsi Manfaat	4 Pernyataan	.721	Reliabel
Kemudahan	4 Pernyataan	.699	Reliabel
Kepercayaan	3 Pernyataan	.746	Reliabel
Minat Nasabah	3 Pernyataan	.698	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan menggunakan IBM SPSS Statistic Version 23, 2017

Dari keterangan di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha*  $>$  0,60. Dengan demikian Variabel

(Persepsi Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, dan Minat Nasabah) dapat dikatakan Reliabel.

#### 4.3.4 Analisis Regresi Berganda

Hasil analisis data dengan menggunakan alat bantu program komputer SPSS 23 diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.13

Hasil Analisis Regresi Berganda (Uji T Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.256	1.671		.751	.457
	PERSEPSI MANFAAT	.162	.107	.205	1.514	.139
	KEMUDAHAN	.175	.109	.226	1.615	.115
	KEPERCAYAAN	.496	.109	.531	4.539	.000

a. Dependent Variabel: MINAT NASABAH

Sumber : Data diolah dengan menggunakan IBM SPSS Statistic Version 23, 2017

Berdasarkan data hasil olahan pada tabel yang disajikan, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,256 + 0,162 X_1 + 0,175 X_2 + 0,496 X_3$$

Adapun hasil dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta ( $\alpha$ ) = 1,256 merupakan nilai konstanta, yang diartikan bahwa jika variabel Persepsi manfaat, kemudahan, dan Kepercayaan tidak ada kenaikan maka nilai Minat nasabah adalah sebesar 1,256
- Koefisien regresi ( $X_1$ ) = 0,162 hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah , yaitu meningkat sebesar 0,162. Walaupun pengaruhnya tidak secara signifikan karena nilai t hitung kurang dari t tabel yaitu  $1,514 < 1,685$  dan nilai sig  $0,139 > 0,05$ , kemungkinan nasabah tidak mengoptimalkan pemanfaatan *Internet*

*Banking* walaupun mereka tahu manfaat dalam menggunakannya. Selain itu, kemungkinan terjadi karena para nasabah menggunakan *Internet Banking* hanya sekedar mengikuti *trend* tanpa melihat kemanfaatan sistem tersebut.

- c. Koefisien regresi ( $X_2$ ) = 0,175 menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah, yaitu meningkat sebesar 0,175. Walaupun tidak secara signifikan karena nilai t hitung 1,615 < nilai t tabel 1,685 dan nilai sig sebesar 0,115 > 0,05, kemungkinan nasabah belum terbiasa menggunakan layanan *internet banking* jadi untuk menggunakan layanan tersebut masih bingung.
- d. Koefisien regresi ( $X_3$ ) = 0,496 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh secara signifikan, yaitu meningkat sebesar 0,496 dengan nilai t hitung 4539 > 1,685 dan nilai sig 0,00 < 0,05. Hal tersebut terjadi karena nasabah percaya bahwa bank mampu menjamin keamanan dan kerahasiaan nasabah.

#### 4.3.5 Uji F (Simultan)

Tabel 4.14  
Hasil Uji F Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67.343	3	22.448	16.080	.000 <sup>b</sup>
	Residual	50.257	36	1.396		
	Total	117.600	39			

a. Dependent Variabel: MINAT NASABAH

b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN

Sumber : Data diolah dengan menggunakan IBM SPSS Statistic Version 23, 2017

Dari tabel di atas diperoleh nilai F sebesar 16.080 dengan Nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari pada 0,05 maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *internet banking*.

### 4.3.6 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 4.15  
Hasil Uji Koefisien Determin

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.757 <sup>a</sup>	.573	.537	1.18154	1.918

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN

b. Dependent Variabel: MINAT NASABAH

*Sumber : Data diolah dengan menggunakan IBM SPSS Statistic Version 23, 2017*

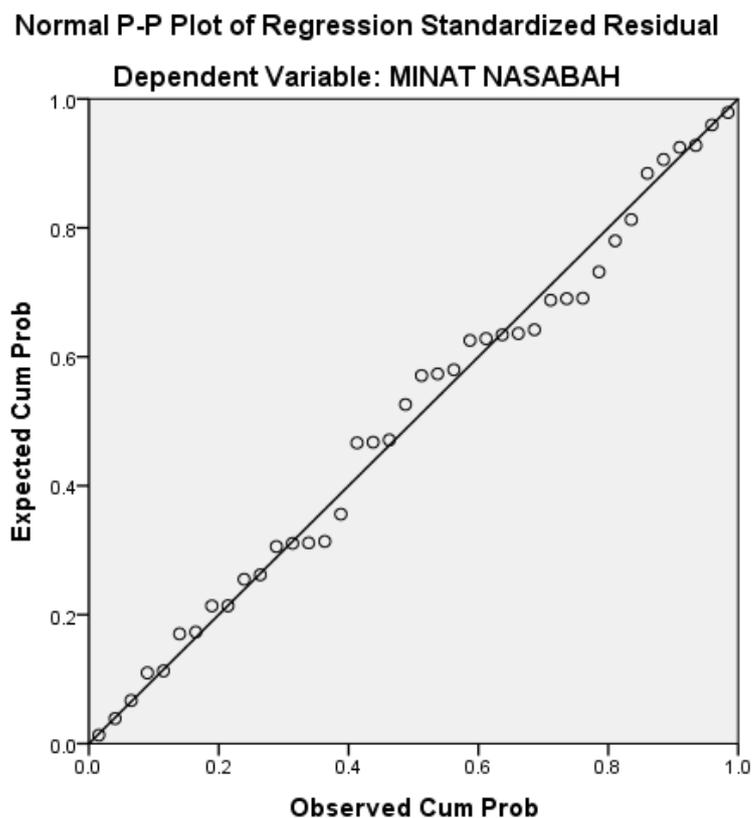
Dari hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada tabel yang disajikan, menunjukkan bahwa nilai R Square ( $R^2$ ) adalah sebesar 0,573, yang berarti seluruh variabel bebas yakni Persepsi manfaat ( $X_1$ ), kemudahan ( $X_2$ ), Kepercayaan ( $X_3$ ) mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 57,3% terhadap variabel terikat yaitu minat nasabah ( $Y$ ), sedangkan 43,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Dengan demikian, hubungan kedua variabel antara variabel dependen dan independen dapat dikatakan berpengaruh cukup kuat karena nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) mendekati angka 1 (satu).

### 4.3.7 Uji Normalitas

Deteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar Pengambilan keputusan :

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dan / atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.6



*Sumber : Data diolah dengan menggunakan IBM SPSS Statistic Version 23, 2017*

Dari grafik diatas, terlihat titik-titik mengikuti garis maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### 4.3.8 Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Deteksi adanya autokorelasi yaitu panduan mengenai angka D-W (Durbin Watson) untuk mendeteksi autokorelasi bisa dilihat pada tabel D-W, yang bisa dilihat pada buku statistic yang relevan. Namun demikian secara umum bisa diambil patokan:

1. Angka D-W di bawah -2 berarti ada Autokorelasi positif.
2. Angka D-W di antara -2 sampai +2, berarti tidak ada Autokorelasi.
3. Angka D-W di atas +2 berarti ada Autokorelasi negative.

Tabel 4.15  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.757 <sup>a</sup>	.573	.537	1.18154	1.918

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN

b. Dependent Variabel: MINAT NASABAH

Sumber : Data diolah dengan menggunakan IBM SPSS Statistic Version 23, 2017

Dari hasil output diatas didapat nilai D-W yang dihasilkan dari model regresi adalah 1.918. Sehingga dapat diketahui bahwa nilai D-W berada diantara -2 sampai +2, karena itu tidak ada autokorelasi.

#### 4.4 Pembahasan

Dengan melibatkan sebanyak 40 orang responden, memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap penggunaan *internet banking* pada bank Syariah Bukopin KC Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan *internet banking* di Bank Syariah Bukopin. Berikut penjelasan untuk menjawab rumusan masalah diatas.

1. Apakah variabel persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *internet banking*?

Dari hasil analisis deskriptif data diatas menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat mempunyai rata-rata skor sebesar 162,75 dengan katagori baik, kemudian variabel kemudahan mempunyai rata-rata skor 156,5 dengan katagori baik, dan variabel kepercayaan mempunyai rata-rata skor 147 juga dengan katagori baik. hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel tersebut mempunyai pengaruh positif terhadap minat nasabah

dalam menggunakan layanan *internet banking*. Kemudian dari uji F/uji simultan diperoleh nilai F sebesar 16.080 dengan nilai sig. 0,00 lebih kecil dari 0,05 hal ini berarti semua variabel secara bersama-sama juga berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking*. Hal itu berarti bahwa untuk hipotesis pertama yang diajukan dapat diterima.

2. Apakah *internet banking* mampu menjadi salah satu strategi pemasaran dalam menambah jumlah nasabah di Bank Syariah Bukopin?

Untuk menjawab masalah ini, harus melihat analisis tentang variabel minat nasabah. Ada 3 pernyataan yang diajukan penulis untuk responden yang pertama dorongan untuk menggunakan *internet banking* dimasa yang akan datang dengan total skor 170, kedua *internet banking* sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan nasabah dengan total skor 155, yang terakhir adalah *internet banking* dapat memenuhi tuntutan pekerjaan dengan total skor 159. Kemudian untuk rata-rata skor tersebut adalah 161,33 dengan katagori baik. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah sangat berminat untuk menggunakan *internet banking*. Apalagi di Bank Syariah Bukopin yang pada dasarnya di Semarang ini masih mempunyai satu kantor dan layanan mesin ATM yang juga masih sedikit. Tentunya keberadaan layanan *internet banking* akan sangat membantu untuk pengalihan dari kekurangan tersebut pada saat promosi. Dengan mengembangkan layanan tersebut dan juga membuat promosi seperti undian berhadiah bagi pemakai layanan, pastinya layanan *internet banking* ini akan menjadi strategi pemasaran yang sangat bagus untuk Bank Syariah Bukopin dalam meningkatkan jumlah nasabah dan mengatasi kendala kurangnya kantor pembantu dan ATM. Hal ini berarti bahwa untuk hipotesis kedua yang diajukan juga diterima.