### BAB I

#### **PENDAHULUAN**

# 1.1 Latar Belakang Masalah

Isu globalisasi perekonomian merupakan salah satu isu yang paling penting, bahkan menjadi ruh dalam globalisasi itu sendiri. Globalisasi perekonomian merupakan proses kegiatan pertukaran bisnis dan perdagangan suatu negara yang sistematis, dimana batasan ekonomi suatu negara menjadi bias, karena perekonomian satu negara dipengaruhi oleh perekonomian lainnya.<sup>1</sup>

Setiap orang mendirikan suatu usaha tentu menginginkan usahanya dapat hidup terus-menerus tanpa dibatasi oleh waktu. Hal ini merupakan salah satu tujuan didirikannya suatu perusahaan. Dapat hidup terus-menerus artinya dapat terus beroperasi, berkembang menikmati laba dan panjang umur. Semakin panjang umur suatu perusahaan semakin baik, Dalam praktiknya kehidupan suatu usaha beragam, mulai dari yang berumur panjang sekali hingga ratusan tahun (untuk beberapa generasi) sampai yang hanya hidup beberapa tahun saja.Bahkan tidak sedikit perusahaan yang sudah mati sebelum dewasa.

Agar suatu perusahaan panjang umur, perlu dicarikan resep untuk mengatasinya.Resepnya adalah terus dilakukan dan ditingkatkan omzet penjualannya atau jumlah pelanggannya (nasabah) karena hanya dengan meningkatkan omzet penjualan, atau jumlah pelanggan, tujuan dapat tercapai.Meningkatkan omzet penjualan pada akhirnya akan dapat pula meningkatkan laba perusahaan. Peningkatan laba penting bagi usaha dalam rangka terus dapat beroperasi dan berekspansi lebih luas lagi sehingga mampu mempertahankan hidupnya. Tentu saja laba yang diinginkan harus sesuai dengan target yang telah ditentukan setiap periodenya.

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan omzet penjualannya atau pelanggannya. Misalnya dengan

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>Rismi Somad, Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi mengembangkan bisnis berorientasi pelanggan*, Bandung: ALFABETA, 2014, h.5

memberikan pelayanan paling optimal, meningkatkan kualitas produk, menentukan harga yang sesuai dengan selera pasar, meningkatkan promosi penjualan, terus mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggannya atau dengan cara yang lainnya. Semua yang dilakukan ini harus diatas standar pesaing karena jika pesaing melakukan hal yang lebih baik dari perusahaan kita, kemungkinan usaha kita akan menjadi sia-sia. Pesaing tidak tidur dan selalu mencari celah untuk mengambil pelanggan pesaing lainnya.

Semua upaya untuk meningkatkan penjualan seperti di atas harus dilakukan dengan skala prioritas tentunya. Peningkatan omzet penjualan atau jumlah pelanggan merupakan aspek yang paling optimal karena dengan pelayanan yang optimal dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan ini akan menjadi promosi gratis dari pelanggan yang sudah mersakan kemudian disebarkan kecalon pelanggan lainnya.<sup>2</sup>

Seperti halnya didunia perbankan, Bank merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa, masyarakat sudah mengetahui bagaimana sistem pelayanan bank pada umumnya. Pola transaksinya tidak jauh dengan penulisan data terlebih dahulu, mengantri, tatap muka langsung, atau dengan kata lain transaksi secara langsung antara nasabah dengan *teller* bank yang membutuhkan waktu tidak sebentar. Waktu merupakan hal yang sangat berharga bagi nasabah, karena itu banyak nasabah yang kurang nyaman dengan hal tersebut.

Kebanyakan dari nasabah bank menginginkan suatu pelayanan yang bersifat sederhana dan praktis. Pada perusahaan perbankan, penilaian konsumen atas suatu produk jasa bukan hanya pelayanan yang baik, tetapi juga terletak pada fasilitas-fasilitas penunjang, nasabah memperoleh kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi serta kepuasan yang menyeluruh terhadap jasa bank. Sehingga dibutuhkan suatu sistem yang dapat memenuhi segala kebutuhan dengan efisiensi dan praktis. Saat ini teknologi merupakan peranan

-

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup>Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005, hlm.1

penting dalam bisnis, termasuk perbankan yang memanfaatkan teknologi untuk membantu kinerja pengoperasian sistem yang ada dalam perbankan tersebut.

Bank mengembangkan layanan-layanannya tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank adalah layanan *internet banking*. *Internet banking* merupakan suatu bentuk pemanfaatan media internet oleh bank untuk mempromosikan sekaligus melakukan transaksi perbankan secara online. Kehadiran layanan *internet banking* ternyata telah mengubah pola interaksi antara bank dengan nasabahnya. Dengan disediakannya fasilitas layanan seperti ini, nasabah bank memiliki keuntungan berupa fleksibilitas untuk melakukan transaksi setiap saat.

Internet banking hadir untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi non-cash bank yang sudah disediakan dengan dapat diakses melalui perangkat yang mudah dan sudah menjamur dikalangan masyarakat, seperti handphone, laptop, tablet, komputer, dan lain-lain.<sup>3</sup> Hadirnya internet banking sebagai sarana kegiatan perbankan diantara pihak bank dengan nasabah agar memberikan kemudahan, pelayanan yang cepat, tepat, dan hemat.

Praktek *internet banking* ini jelas akan mengubah strategi bank dalam berusaha. Setidaknya ada faktor baru yang bisa mempengaruhi pengkajian suatu bank untuk membuka cabang baru atau menambah ATM. Karena adanya *internet banking* memungkin bank menerapkan strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi para nasabahnya, sehingga membuat suatu keputusan dimana nasabah mempunyai keinginan untuk menggunakan layanan *internet banking*. Keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking* dipengaruhi akal pemikiran atas informasi pengetahuan yang didapatkan. Salah satunya adalah faktor persepsi manfaat, persepsi manfaat merupakan hal yang diperhatikan oleh para nasabah dalam menggunakan jasa layanan *internet* 

\_

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup>www.bi.go.id,diakses kembali pada 5 April 2017 pukul 21.41 WIB.

banking. Pada dasarnya sebuah layanan yang mampu memberikan manfaat pada nasabah pasti akan diterima dengan baik. Semakin nasabah merasa internet banking bermanfaat maka fasilitas layanan perbankan tersebut akan sering digunakan.

Selain persepsi manfaat, kemudahan penggunaan merupakan faktor penting yang diperhatikan nasabah dalam penggunaan jasa layanan perbankan, tidak jarang nasabah juga mempertimbangkan penggunaan layanan *internet banking* dikarenakan sistem yang rumit sehingga nasabah masih cenderung lebih memilih menggunakan layanan ATM yang sekedar mengecek saldo, transfer, dan membayar tagihan melalui ATM. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan bank adalah dengan memperhatikan kemudahan penggunaan yang dapat dimengerti dengan mudah sehingga nasabah tidak mengalami kesulitan ketika mengoperasikan sistem layanan *internet banking*.

Faktor kepercayaan juga berpengaruh terhadap sikap positif penggunaan layanan *internet banking*. Seiringnya maraknya kejahatan internet seperti pembobolan akun, faktor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan *internet banking* sebagai transaksi perbankan. Konsep kepercayaan ini berarti bahwa nasabah percaya terhadap kehandalan pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah.

Bank Syariah Bukopin atau biasa disingkat dengan BSB merupakan salah satu bank yang memiliki layanan *internet banking*. Dengan memiliki nasabah yang banyak dan tersebar di indonesia, maka tidak dipungkiri bahwasannya para nasabah akan menjadi kontributor yang sangat penting dalam penggunaan layanan tersebut. Dengan adanya layanan ini diharapkan para nasabah mampu mengakses kepentingan yang berhubungan dengan pihak bank secara cepat dan akurat. Diharapkan juga agar layanan ini menjadi salah satu strategi promosi untuk BSB menambah jumlah nasabah, karena pada dasarnya kendala BSB sendiri adalah kurangnya kantor cabang dan mesin ATM di setiap daerah. *Internet banking* juga sangat mudah didapat melalui aplikasi yang dapat diunduh di internet.

Meskipun banyak keuntungan yang akan diperoleh jika mengunakan layanan internet banking, namun layanan ini masih kurang diminati terutama bagi pribadi yang belum begitu mengenal internet lebih jauh, terbukti bahwa masih banyak orang yang lebih memilih antre di ATM maupun di Bank. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mengembangkan riset mengenai minat nasabah dalam penggunaan internet banking dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG **MEMPENGARUHI** MINAT NASABAH **TERHADAP** *BANKING* PADA BANK SYARIAH PENGGUNAAN INTERNET BUKOPIN DI SEMARANG" dengan minat nasabah sebagai variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi. Sedangkan persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan sebagai variabel independen atau variabel yang mempengaruhi.

#### 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang dikemukakan, maka masalah pokok dalam penelitian ini yaitu

- 1. Apakah variabel persebsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *internet banking*?
- 2. Apakah *internet banking* mampu menjadi salah satu strategi pemasaran dalam menambah jumlah nasabah di Bank Syariah Bukopin KC Semarang?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

## 1.3.1 Tujuan Penelitian

Dari pokok masalah yang dirumuskan maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui adakah pengaruh persepsi manfaat, kemudahan dan kepercayaan dalam minat nasabah untuk menggunakan *internet banking*, kemudian mampukah *internet banking* menjadi strategi pemasaran dalam menambah jumlah nasabah di Bank Syariah Bukopin KC Semarang.

#### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini, antara lain :

# 1. Bagi penulis

- a. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang sistem *internet* banking di Bank Syariah Bukopin.
- b. Sebagai Tambahan referensi dan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam mengunakan internet banking.

## 2. Bagi universitas

- a. Sebagai tambahan informasi mengenai sistem *internet banking* di Bank Syariah Bukopin, dan faktor apa saya yang mempengaruhi pengunaan *internet banking*.
- b. Sebagai tambahan guna penyempurnaan materi perkuliahan.
- c. Dapat terjalin kerja sama yang baik antara Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan Bank Syariah Bukopin KC Semarang.

## 3. Bagi bank

- a. Dapat dijadikan referensi untuk mengembangkan sistem *internet* banking, sehingga nasabah yang menggunakan layanan tersebut semakin meningkat.
- b. Dapat mempererat silaturahmi dan kerjasama yang baik antara Mahasiswa, Universitas dan Bank Syariah Bukopin KC Semarang.

### 4. Bagi pembaca

a. Sebagai tambahan referensi dan informasi bagi mahasiswa mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengunaan *internet banking*.

# 1.4 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penelitian ini akan disusun dalam lima bab dengan tahapan sebagai berikut:

### **BABI: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

#### BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan landasan teori yang mendasari penelitian ini, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis penelitian.

## **BAB III: METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai, metode penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan penentuan sampel, Variabel penelitian dan pengukuran, metode pengumpulan data, dan uji validitas dan realibitas.

# **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai gambaran umum atau deskripsi obyek penelitian, analisis data, serta hasil analisis data dan pembahasan.

### **BAB V: PENUTUP**

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan yang merupakan penyajian singkat dari keseluruhan hasil penelitian yang diperoleh dalam pembahasan juga mengenai keterbatasan serta saran yang diberikan kepada peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti hal yang sama.