

# 4. Analisis Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan E-Banking Pada Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa

*by* Muhammad Dayyan

---

**Submission date:** 01-Sep-2022 03:17PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1890550121

**File name:** Layanan\_E-Banking\_Pada\_Bank\_Syariah\_Indonesia\_di\_Kota\_Langsa.pdf (214.17K)

**Word count:** 3567

**Character count:** 22766

## **ANALISIS KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN E-BANKING PADA BANK SYARIAH INDONESIA DI KOTA LANGSA**

**Muhammad Dayyan\*, Nurjanah\*\*, Uci Dinda Ayu Bestari\*\*\***

\*IAIN Langsa, dayyanyusuf@gmail.com

\*\*IAIN Langsa, nurjannah@iainlangsa.ac.id

\*\*\*IAIN Langsa, uchiayu24@gmail.com

### **Abstract**

*This research aims to analyze e-banking services at Bank Syariah Indonesia, factors that affect customers using e-banking, and the obstacles faced by customers using e-banking. The method used is qualitative descriptive, with 13 respondents. The results showed that Digital services at Bank Syariah Indonesia there are 20 services, where often used by Bank Syariah Indonesia customers are ATMs and mobile banking. Then the factors that affect customers using e-banking are quality, individual factors, social factors, and promotions, while the obstacles experienced by customers are the customer's ability about the use of technology and networks that must be appropriate for the provider.*

**Keywords:** Usage Decision, Transaction, Interest, e-banking

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis layanan e-banking pada Bank Syariah Indonesia, faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan e-banking, serta kendala yang dihadapi oleh nasabah dalam menggunakan e-banking. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan 13 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan digital pada Bank Syariah Indonesia terdapat 20 layanan, dimana yang sering digunakan oleh nasabah Bank Syariah Indonesia adalah ATM dan mobile banking. Kemudian faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan e-banking adalah kualitas, faktor individu, faktor sosial, dan promosi, sedangkan kendala yang dialami oleh nasabah adalah kemampuan nasabah dalam menggunakan teknologi dan Jaringan provider yang kurang mendukung.

**Kata Kunci:** Keputusan Penggunaan, Layanan, Minat, e-banking

### **PENDAHULUAN**

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang menjadi mediator antara nasabah kelebihan dana dan nasabah kekurangan dana. Bank terbagi menjadi dua, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Keberadaan bank memberikan

manfaat bagi nasabah, baik nasabah debitur maupun kreditur, pelaku bisnis dan karyawan (Maryanto, 2011).

Industri perbankan di Aceh dimulai pada tahun 1991 dengan berdirinya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Hareukat Lambaro di Aceh Besar. Pada tahun yang sama juga didirikan bank pertama di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI). Aceh merupakan daerah yang mendapatkan otoritas dari Pemerintah Pusat untuk menerapkan Qanun Aceh No. 11 Tahun 2018, Pasal 5 Tentang Lembaga Keuangan Syariah (LKS).

Pada tahun 2018 Aceh merupakan provinsi yang memiliki total aset perbankan terbesar ke 4 dari 10 provinsi yaitu sebesar 4.61% ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)). Pada 1 Februari 2021 pemerintah melakukan merger Bank Mandiri syariah (BSM), BNI Syariah dan BRI Syariah (BRIS) menjadi 1 entitas yaitu Bank Syariah Indonesia. Sedangkan di Aceh merger 6 bank menjadi sBank Syariah Indonesia yaitu Bank Mandiri, BNI, BRI, Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, BRI Syariah. Aceh juga sangat istimewa bagi Bank Syariah Indonesia karena Aceh merupakan wilayah dengan jumlah cabang terbanyak di Indonesia.

Bank Syariah Indonesia di Aceh dalam menarik loyalitas nasabah memberikan layanan digital sebanyak 20 layanan yang bisa diakses oleh nasabah. Layanan digital ini menambah frekuensi transaksi nasabah sehingga terjadi peningkatan volume transaksi pada e-banking yaitu mencapai Rp 40.85 triliun pada Maret 2021, yaitu naik sebesar 74.89% per tahun ([www.idxchannel.com](http://www.idxchannel.com)).

Kehadiran teknologi memberikan stimulus dalam hal pelayanan di sebuah perbankan yang dapat membangun kepercayaan publik (Ikatan Bankir Indonesia, 2014). salah satu upaya perbankan dalam meningkatkan pelayanan adalah dengan menghadirkan e-banking yang bisa diakses oleh nasabah dimana saja dan kapan saja. Sehingga, harapan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan terpenuhi seperti kecepatan dan keakuratan.

Pada tahun 2022, penggunaan digital banking (*e-banking*) diperkirakan meningkat dari tahun 2021 menjadi Rp48,6 ribu triliun dari Rp40 ribu triliun

(Bisnis.com, 2022). E-banking merupakan salah satu layanan perbankan untuk nasabah dalam mendapatkan informasi, melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet (Maryanto, 2011). Penggunaan layanan E-Banking dapat membantu memudahkan masyarakat dalam berbagai macam transaksi perbankan. Namun pada kenyataannya, berdasarkan observasi awal dengan nasabah menyatakan bahwa layanan E-Banking Bank Syariah Indonesia masih sering error dan gagal saat digunakan terutama pada jam 22:00 WIB (Bukhari, 2021).

Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa menyediakan layanan E-Banking seperti *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)*. Bank berusaha untuk membangun loyalitas nasabah salah satunya dengan E-banking. E-Banking menawarkan kemudahan tanpa batas kepada nasabah yang bisa kapan pun selama 24jam.

Dengan kemudahan penggunaan layanan E-Banking dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan E-Banking dan lebih mempercepat transaksi. Namun pada kenyataannya, masih banyak nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kota Langsa yang belum menggunakan layanan E-Banking dan lebih memilih melakukan transaksi langsung ke bank. Hal ini dibuktikan melalui observasi dengan nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Langsa yang menyatakan bahwasannya ia tidak tau cara menggunakan dan fungsi dari layanan E-Banking sebab itulah ia lebih memilih bertransaksi langsung ke bank (Putri, 2021).

Keunggulan sistem layanan E-Banking yang baik, banyak menarik minat nasabah untuk bertransaksi dan juga mampu meningkatkan rasa percaya yang tinggi kepada nasabah akan suatu kinerja produk. Namun kenyataannya layanan E-Banking yang masih sering erorr, baik sistem maupun aplikasinya membuat nasabah merasa kecewa atas sistem dan layanannya.

Tiga kategori pengguna e-banking berdasarkan dampak parameter

kualitas layanan, yaitu : pertama, perilaku kluster satu adalah positif dan mereka menerima perubahan. Kedua, perilaku kluster negatif, mereka tidak siap menerima perubahan. Ketiga, perilaku kluster campuran dari dua kluster (Animesh, dkk. 2020)

Terdapat beberapa penelitian terkait E-banking sebelumnya seperti yang di lakukan oleh Ayu Lestari (2020), Wulandari (2018), Widiarni (2020). Namun, penelitian ini mengkaji layanan e-banking pada Bank Syariah Indonesia, faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan E-banking, dan juga menganalisis kendala nasabah dalam penggunaan E-banking.

## LANDASAN TEORI

### Bank Syariah

Bank menurut KBBI (kamus besar bahasa Indonesia) Bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang (Edy Wibowo, 2005). Bank syariah adalah bank yang kegiatan operasionalnya berlandaskan pada Alqur'an dan Hadist.

Bank syariah adalah bank yang menjalankan fungsi intermediasinya berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Peran dan fungsi bank syariah adalah :

- a. Sebagai penghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan giro, serta menyalurkan kepada pihak sektor riil.
- b. Sebagai sarana investasi dengan menggunakan metode investasi syariah.
- c. Menyediakan jasa keuangan berdasarkan upah dalam sebuah kontrak perwakilan.
- d. Memberikan jasa sosial seperti pinjaman kebajikan, zakat dan sosial lainnya (Imamul, 2007).

## Pelayanan

Pelayanan atau *service* adalah suatu tindakan dari satu pihak ke pihak lain dengan tujuan membantu atau adanya permintaan kepada pihak lain untuk memenuhi kebutuhannya. Layanan secara umum adalah menyediakan segala yang dibutuhkan orang lain (Purwadarminto, 2006). Kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan yang telah membeli produknya (Tjiptono, 2004). Suatu layanan akan terjadi karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani (Barata, 2010).

Dalam Islam dianjurkan agar memberikan pelayanan yang sesuai dengan prinsi-prinsip ekonomi Islam, yaitu : profesional, amanah, dan etos kerja (Muhammad, 2002). Kualitas pelayanan memiliki lima dimensi, yaitu : bukti langsung (*tangibles*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), dan jaminan (*assurance*), serta perhatian (*emphaty*).

## Electronic Banking (E-Banking)

Electronic Banking dikenal juga dengan internet banking, yaitu kegiatan transaksi perbankan baik pembayaran dan lainnya menggunakan internet. Kualitas layanan suatu perbankan akan dilihat dari kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi. Untuk mewujudkannya dengan mengembangkan sistem elektronik atau dikenal dengan electronic banking (e-banking) (Maryanto, 2011). Beberapa macam produk dari *e-banking*, yaitu : Internet banking, sms banking, dan mobile banking (Wiji Nurastuti, 2011).

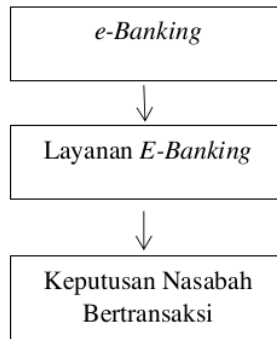
## Minat

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar dirinya, Minat merupakan keinginan yang muncul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain (Slameto, 2010). Karakteristik minat antara lain :

- a. Minat menimbulkan sikap positif terhadap suatu objek.
- b. Adanya sesuatu yang menyenangkan yang timbul dari sesuatu objek.

- c. Mengandung suatu penghargaan yang menimbulkan keinginan untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi minatnya.

### Kerangka Konseptual



(Gambar 1 Kerangka Konseptual)

### METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian adalah pendekatan kualitatif. Sumber data menggunakan data sekunder dan data primer. Responden dalam penelitian ini menggunakan snowball sampling berjumlah 13 orang nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kota Langsa. Dan data sekunder dari dokumen, catatan dan lain-lain. Analisis data penelitian ini dengan diklasifikasi, reduksi data dan display data.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Karakteristik Informan.

Informan pada penelitian ini meliputi Masyarakat Kota Langsa yang menggunakan layanan *E-Banking* dan juga Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Langsa, jumlah informan keseluruhan adalah 13. Karakteristik informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan responden tersebut.

**Tabel 1. Profil Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Langsa**

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan
1	Bapak Indra	Pria	25 tahun	Wiraswasta
2	Sundari	Wanita	22 tahun	Mahasiswi
3	Bapak Buchari	Pria	30 tahun	Wiraswasta
4	Cici Fahrira	Wanita	22 tahun	Mahasiswi
5	Rani	Wanita	23 tahun	Karyawati BUMN
6	Ibu Putri	Wanita	30 tahun	Petani
7	Novan	Pria	32 Tahun	Petani
8	Muzaki	Pria	21 tahun	Mahasiswa
9	Bapak Eko	Pria	35 tahun	Karyawan BUMN
10	Yuni	Wanita	19 tahun	Mahasiswi
11	Bapak Makmur	Pria	30 Tahun	Petani
12	Tomi	Pria	24 Tahun	Wiraswasta
13	Murni	Wanita	21 Tahun	Karyawan

Sumber data : Wawancara

### Layanan E-Banking pada Bank Syariah Indonesia Kota Langsa.

Layanan *E-banking* merupakan layanan yang di sediakan oleh pihak perbankan guna mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi, layanan *E-Banking* yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa dengan mengakses melalui internet membantu nasabah dalam bertransaksi sehingga lebih efisien karena nasabah bisa mengakses dimana saja, layanan ini merupakan salah satu bentuk pemasaran dari Bank Syariah Indonesia. Karena Bank Syariah Indonesia menyadari ketatnya persaingan.

Mayoritas pengguna layanan *E-Banking* ini selain kalangan anak muda juga biasa digunakan oleh orang tua guna kebutuhan transaksi seperti transfer uang dan tarik tunai uang, sedangkan pada kalangan anak muda menggunakan



layanan *E-Banking* guna keperluan seperti belanja *online*, jual beli pulsa *online* dan lain sebagainya.

Bank Syariah Indonesia memberikan layanan digital sebanyak dua puluh layanan, yaitu:

1. BSI Smart Agent

Adalah layanan keuangan tanpa kantor, dalam rangka keuangan inklusif BSI, namun melalui kerjasama dengan pihak lain dengan didukung sarana teknologi informasi.

2. BSI Mobile

Merupakan layanan kemudahan bertransaksi, beribadah dan berbagi dalam satu aplikasi, BSI mobile memiliki kegunaan sebagai sahabat finansial seperti transaksi terjadwal, manajemen kartu. Kemudian layanan spiritual seperti fitur lokasi masjid, waktu shalat, dan arah kiblat. Selain itu, juga sebagai sahabat sosial yang bisa berbagi melalui fitur Berbagi-Ziswaf.

3. BSI Aisyah

Merupakan chatbot Bank Syariah Indonesia yang akan membantu memberikan informasi produk, layanan dan promo terbaru dari Bank Syariah Indonesia.

4. Solusi Emas

Adalah layanan kepemilikan emas melalui BSI mobile dengan pembelian emas mulai dari Rp50.000. bisa jual beli, transfer, serta tarik fisik emas dan gadai emas online.

5. BSI JadiBerkah.id

Merupakan platform pendanaan atau crowdfunding untuk ZISWAF. Berbagi pilihan program ziswaf terdapat di platform Jadiberkah.id.

6. BSI ATM CRM (*cash recycle machine*)

ATM setor tarik adalah jenis ATM untuk melayani transaksi setor tunai, tarik tunai, transfer antar bank serta transaksi pembayaran atau pembelian bagi semua nasabah Bank Syariah Indonesia.

7. BSI Merchant Business

EDC Bank Syariah Indonesia merupakan layanan yang disediakan Bank Syariah Indonesia kepada nasabah yang memiliki usaha untuk memberikan kemudahan transaksi pembayaran kartu ATM Debit kepada pelanggannya.

8. BSI API Platform

Adalah sebuah portal yang menyediakan layanan open banking untuk memudahkan proses integrasi antara layanan Bank Syariah Indonesia dengan aplikasi Anda.

9. BSI Cardless Withdrawal

Adalah layanan dalam melakukan penarikan uang tunai tanpa kartu. Dengan menggunakan BSI mobile dapat melakukan tarik tunai tanpa kartu di seluruh ATM Bank Syariah Indonesia dan Indomaret.

10. BSI Payment Point

Adalah layanan transaksi payment point di Bank Syariah Indonesia dapat dilakukan nasabah di setiap outlet Bank Syariah Indonesia atau di ATM. Pembayaran dapat dilakukan melalui debet rekening maupun tunai (cash).

11. BSI QRIS

Layanan transaksi dengan scan kode QR Code yang menggunakan QR Code Indonesia Standart (QRIS) Bank Indonesia.

12. Buka Rekening Online

Layanan buka rekening online tanpa harus datang ke Bank.

13. BSI Net

Fitur transaksi bisnis yaitu melakukan transfer secara massal dan monitoring transaksi kapanpun dan dimanapun.

14. Mitraguna Online

Layanan pembiayaan decara online yang dapat digunakan untuk ragam kebutuhan yang halal, dengan sumber pembayaran dari gaji pegawai tetap dan tanpa menggunakan agunan.

15. BSI Debit Card

Merupakan kartu ATM dari Bank Syariah Indonesia yang bisa digunakan untuk bertransaksi di ATM dan EDC di jaringan GPN dan Internasional (Visa).

16. BSI Debit OTP

Layanan transaksi berbasis kartu debit yang menggunakan kode OTP sebagai PIN dalam setiap penggunaan transaksinya.

17. Deposito Mobile

Layanan investasi dengan deposito di BSI mobile, kapanpun dan dimanapun tanpa perlu datang ke cabang.

18. Griya Hasanah Online

Pembiayaan dalam bentuk penambahan pembiayaan dari eksisting BSI untuk tujuan konsumtif nasabah .

19. Rekening Autosave dan Qurban

Adalah fitur tabungan Bank Syariah Indonesia yang memudahkan nasabah yang ingin menabung dana Qurban secara otomatis via BSI mobile. Dilengkapi juga dengan fitur pembelian hewan Qurban melalui penyelenggaraan Qurban yang merupakan rekanan bank.

## 20. E-mas BSI Mobile

Fitur layanan digital dimana saldo kepemilikan emas milik nasabah berupa gram emas yang disimoan melalui BSI mobile.

Berdasarkan wawancara kepada responden, layanan digital Bank Syariah Indonesia yang sering dipakai adalah mobile banking, ATM, EDC dan BSI ATM CRM. Hal ini dikarenakan sesuai dengan kebutuhan individu nasabah. Selain itu, hanya beberapa nasabah yang sudah familiar dan menggunakannya.

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan E-banking Pada Bank Syariah Indonesia Kota Langsa**

Minat berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan, manusia memberi penilaian dan menentukan sesudah memilih dan mengambil keputusan. Beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah BSI menggunakan E-banking adalah :

#### 1. Kualitas Produk

Kualitas dari suatu produk yang disediakan oleh pihak perbankan adalah salah satu yang dapat menjadi faktor utama keputusan nasabah untuk tetap menggunakan atau tidaknya. Hal ini dikarenakan, seseorang dalam memutuskan menggunakan sesuatu dipengaruhi oleh kualitas produk tersebut. Semakin baik kualitas produk, nasabah akan semakin berminat menggunakannya.

#### 2. Motif Sosial

Selain faktor kualitas dari layanan *e-banking*, pengaruh dari orang di sekitar juga mempengaruhi minat nasabah, seperti rekomendasi dari teman, keluarga dan lainnya. Motif sosial ini biasanya hadir setelah adanya kepuasan yang dirasakan oleh pihak yang merekomendasikan. Seperti kemudahan dalam bertransaksi untuk belanja online dan sebagainya.

### 3. Promosi

Promosi dari pihak perbankan juga sangat berperan dalam mempengaruhi minat nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kota Langsa untuk bertransaksi menggunakan layanan *e-banking* yang telah disediakan oleh pihak perbankan, selain untuk mengurangi antrian panjang yang terjadi di bank, selain *m-banking* ada juga yang dapat lebih memudahkan nasabah dalam bertransaksi yaitu ATM, dengan adanya mesin ATM nasabah tidak harus mengantri lama hingga menunggu berjam-jam.

### 4. Kebutuhan individu

Selanjutnya adapun faktor yang dapat mempengaruhi nasabah untuk menggunakan layanan *e-banking* yaitu faktor individu yang berasal dari diri sendiri sesuai dengan kebutuhan sehari-hari. Dikarenakan layanan menunjukkan kualitas yang baik dan sangat membantu nasabah dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Seperti halnya kebutuhan akan pembayaran listrik atau transfer dan lainnya.

Penggunaan *e-banking* dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu : Kualitas produk. Dimana seorang nasabah akan berminat menggunakan suatu barang jika produk tersebut berkualitas. Dalam hal ini adalah *e-banking*, produk *e-banking* memiliki kualitas yang sangat baik, sehingga nasabah berminat, seperti memberikan kemudahan dalam bertransaksi, kemudahan penggunaan karena ada tata cara penggunaannya bagi nasabah baru. Efisien waktu dalam bertransaksi, dengan menggunakan *e-banking* nasabah menghemat waktu, lebih cepat karena hanya dengan aplikasi sudah memenuhi keinginannya.

Kedua, Motif sosial. Dimana nasabah yang awalnya belum berminat menggunakan *e-banking* menjadi berminat untuk menggunakan karena adanya dorongan dari lingkungan sekitar, baik dari keluarga, kerabat dan lainnya. Lingkungan sosial ini sangat berpengaruh terhadap perilaku seseorang, seperti perilaku penggunaan *e-banking*. Dengan adanya rekomendasi sosial akan mendorong seorang nasabah menggunakan produk *e-banking*.

Ketiga, Kebutuhan individu. Faktor ini berasal dari masing-masing individu yang memiliki kebutuhan berbeda-beda antara satu dan lainnya. Dengan semakin tinggi mobilitas kebutuhan terhadap transaksi perbankan, membuat seorang nasabah terdorong untuk menggunakan e-banking. Seperti seorang pedagang yang selalu bertransaksi melalui bank. Dengan menggunakan e-banking membuat pedagang tersebut lebih mudah dan efisien. E-banking merupakan pembayaran non tunai yang memudahkan pedagang dalam menjalankan usahanya (nurjanah, 2021)

Keempat, Promosi. Pemasaran ataupun promosi dari pihak perbankan merupakan salah satu faktor nasabah berminat menggunakan e-banking. Adanya tawaran dari perbankan seperti keunggulan kemudahan, efisien dan dapat digunakan 24 jam. Menjadi daya tarik untuk e-banking sendiri. Semakin giat perbankan memasarkan e-banking akan meningkatkan pengguna e-banking, dan akan meningkatkan frekuensi transaksi nasabah.

#### **Kendala Yang Dihadapi Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Langsa Dalam Menggunakan e-Banking**

Dengan adanya layanan *e-banking* banyak keuntungan yang diperoleh nasabah terutama dalam menghemat waktu dan tenaga karena layanan *e-banking*, selain itu juga dapat mengurangi antrian di bank dan dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja sepanjang nasabah memiliki sarana pendukung seperti koneksi internet dan lain sebagainya. Namun masyarakat juga memiliki kendala dalam penggunaan layanan *e-banking*, seperti pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Langsa. Berikut adalah kendala yang terjadi pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Langsa dalam penggunaan *e-banking*:

1. Kemampuan nasabah dalam menggunakan teknologi.

Kurangnya ilmu pengetahuan masyarakat tentang penggunaan layanan *e-banking*, sehingga banyak masyarakat yang tidak mengerti penggunaan teknologi. Sehingga para nasabah masih saja memilih bertransaksi dengan cara mendatangi kantor cabang terdekat.



## 2. Jaringan

Nasabah pada umumnya memiliki kendala dalam penggunaan layanan jenis *m-banking*. Nasabah yang berada jauh dari kota dan sulit untuk mengakses jaringan seperti di pedesaan, maka otomatis jaringannya akan sering terjadi gangguan. Hal ini yang menyebabkan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa memilih tidak menggunakan layanan *e-banking*. Maka secara otomatis jaringannya akan terganggu sehingga nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kota Langsa lebih memilih untuk tidak menggunakan layanan *E-Banking*, jarak tempuh ke lokasi yang cukup jauh yang membuat nasabah tidak menggunakan layanan *E-Banking* terutama pada layanan *ATM* dan memilih menggunakan jasa *BSI Link*.

Kehadiran *e-banking* merupakan perubahan yang positif bagi perbankan untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah. Namun ada beberapa perilaku nasabah terhadap perubahan itu sendiri, yaitu : perilaku kluster positif, dimana nasabah menganggap perubahan itu suatu hal yang positif dan bagus sehingga ia menerimanya, perilaku kluster kedua adalah negatif, dimana mereka yang tidak dapat menerima adanya hal baru, seperti *e-banking*. Oleh karena itu, ada sebagian nasabah yang tetap lebih memilih untuk bertransaksi langsung ke bank tanpa menggunakan layanan *e-banking*. Dan yang ketiga adalah perilaku kluster campuran antara kluster satu dan dua. Penggunaan *e-banking* pada dasarnya sangat membantu nasabah, namun dalam bertransaksi ada beberapa hambatan atau kendala yang dihadapi oleh nasabah, seperti : kurangnya pengetahuan nasabah dalam mengoperasikan *e-banking* yang merupakan produk baru. Kemudian, jaringan yang kadang tidak mendukung untuk melakukan transaksi sehingga transaksi gagal. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wirdani Mariati (2020), Wina Sri Lestari (2016).

## KESIMPULAN

Layanan Electronic Banking (E-Banking) disediakan untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif media atau melakukan transaksi, tanpa perlu lama mengantri dan datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi perbankan. Faktor yang mempengaruhi Keputusan nasabah bertransaksi yaitu kualitas produk, kebutuhan individu, motif sosial dan promosi. Produk layanan E-Banking yang paling sering digunakan nasabah adalah ATM, Electronic Data Capture (EDC) dan Mobile Banking. Selanjutnya, terdapat hambatan dalam penggunaan layanan e-banking yaitu pada jaringan yang sering tidak mendukung dan keterbatasan pengetahuan dalam menggunakan e-banking.

## REFERENSI

- Andrianto, dan M. Anang Firmansyah. (2019). *“Manajemen Bank Syariah”*, Surabaya: CV. Qiara Media.
- Animesh Banker, Dhawal Jadhav, Viral Bhatt. (2020). A Classification of E-banking Users Based on Impact of Service Quality Parameters in Banking Industry.
- Barata, Atep Adya. (2004). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, Cet.II.
- Bisnis.com. Bank Indonesia Paparkan 5 Tren Akselerasi Digital di 2022 - Teknologi Bisnis.com, diakses pada tanggal 29 Maret 2022
- [https://ir.bankbsi.co.id/corporate\\_history.html](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html), diakses pada tanggal 29 September 2021.
- <https://lifepal.co.id/media/e-banking/>, diakses pada tanggal 27 September 2021.
- <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>, diakses pada tanggal 29 September 2021.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ismail. (2010). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Kencana Prana Media Group.
- Lestari, Ayu. (2020). Determinan Nasabah dalam Menggunakan E-Banking. Skripsi, IAIN Padang Sidempuan.
- Nurjanah, Potensi Pembayaran Non Tunai Pada pEdagang Kota Langsa. J EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam) Volume 6 Nomor 2 Tahun 2021





- Purwadarminto. (2006). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sri Lestari,Wina. (2016). *Penggunaan Fasilitas E-Banking dalam menarik minat Nasabah Pada PT. Muamalat Tbk. Cabang Medan*. Skripsi. UIN Sumatra Utara.
- Tjiptono, Fandy. (2004). *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi, Ed. I, Cet,III.
- Wulandari, Dwitya Pratiwi. (2018). *Faktor-Faktor Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam Sumatera Utara*. Disertasi, USU.

# 4. Analisis Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan E-Banking Pada Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa

---

## ORIGINALITY REPORT

---

24%

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

---

## MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

---

7%

★ repository.iainpare.ac.id

Internet Source

---

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On