

## BAB II

### KERANGKA TEORITIS

#### A. Tinjauan Pustaka

##### 1. Kemudahan

###### a. Pengertian Kemudahan

Secara konseptual, kemudahan berasal dari Allah sebagai Pencipta dan Pemimpin alam semesta ini. Oleh karena itu, segala bentuk kemudahan dari ciptaan pada dasarnya berlangsung dengan izin Allah. Sebagai Yang Mahakuasa, tidak ada yang sulit bagi Allah, meskipun interpretasi manusia terkadang menganggapnya tak terbayangkan. tidaklah sulit bagi Allah untuk membebaskan kita dari kesulitan luar biasa yang menghancurkan menuju kemudahan. Sangat sederhana bagi Allah untuk memudahkan usaha kita dan memberikan rezeki yang berlimpah. Sangatlah mudah bagi Allah untuk menganugerahkan keberhasilan bagi kita, Semuanya ada dalam kekuasaan Allah. Tidak ada yang menantang bagi Allah, Semuanya mudah bagi-Nya. Ketika menginginkan sesuatu, Dia cukup berkata, “*Kun Fayakun*” (baiklah, jadilah).<sup>14</sup>

Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah

---

<sup>14</sup> Quraish Shihab, "Mu'jizat Al-Qur'an Ditinjau Dari Aspek Kebahasaan, Isyarat Ilmiah Dan Pemberitaan Ghaib" (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2014). hlm. 128.

pengoperasiannya.<sup>15</sup> kemudahan (*perceived easy of use*) juga merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam menggunakan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami.<sup>16</sup>

Menurut Farizi, bahwa kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa bahwa sistem informasi mudah digunakan maka seseorang akan cenderung menggunakannya. Menurut Davis, kemudahan adalah sebuah teknologi yang diartikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi bisa dengan mudah dipahami dan digunakan sehingga nasabah tidak harus memerlukan usaha yang keras dalam menggunakannya. Menurut Widjana kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan. Menurut Panggih dan Paulus kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu kepercayaan bahwa suatu sistem komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.<sup>17</sup>

Menurut Jogiyanto, kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari

---

<sup>15</sup> Jogiyanto, "Sistem Informasi Kepri ...." hlm. 126.

<sup>16</sup> Sartika Sari Ayu Tjini Zaki Baridwan, "Kemudahan Penggunaan" (Yogyakarta: Erlangga, 2014). hlm. 33.

<sup>17</sup> Evriyenni Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla, "Pengaruh Efisiensi, Keamanan, Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Bnada Aceh)" *Global Jurnal Of Islamic Banking and Finance* Vol 3 No 1: 2021. hlm. 64. Diakses melalui <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/jihbiz/article/view/9632>. Pada Tanggal 5 Oktober 2022 Pukul 22.00 WIB.

usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya.

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, kemudahan adalah tingkat dimana seseorang percaya bahwa pengaplikasian teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan dengan kata lain bahwa apabila suatu teknologi informasi mudah di gunakan maka pengguna cenderung menggunakan teknologi informasi tersebut.

Kemudahan merupakan salah satu nilai penting Islam dan Allah menjadikan hamba-hamba-Nya agar manusia tetap bersemangat dan tekun dalam menjalankan ibadah dan ajaran agama, terutama ketika dalam keadaan sulit. Hal ini Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Insyirah Ayat 5-6:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: “Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”. (Qs. Al-Insyirah([30]:5-6).<sup>18</sup>

## **b. Indikator Kemudahan**

Menurut Venkatesh dan Davis dalam Irmadhan indikator kemudahan terbagi menjadi tiga yaitu:<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Departemen Agama RI, “Al-Quran Dan Terjemahan,”. hlm. 360.

<sup>19</sup> Febiola Wulandari, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Uang Elektronik (Studi Pada Pengguna Go-Pay Di Kota Malang)”, 2019. hlm. 7–8. Diakses melalui <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/5757/5056>, Pada Tanggal 17 November 2022 Pukul 15.00 WIB.

- 1) Interaksi individu dengan sistem jelas mudah dipahami (*clear and understandable*)

Kemudahan suatu sistem juga dipengaruhi oleh kejelasan dan menu-menu yang ada di dalamnya sehingga memudahkan interaksi pengguna dengan sistem. Sistem yang baik salah satunya ditentukan oleh kemudahan untuk mempelajarinya. Apabila sistem terlalu sulit untuk dipahami, pengguna akan enggan menggunakannya.

- 2) Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*)

Secara umum sistem dianggap mudah apabila tidak memerlukan usaha keras untuk menggunakan sistem itu dan berlaku sebaliknya. Bila pengguna harus mengeluarkan usaha keras sistem itu berarti tidak mudah.

- 3) Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

Kemudahan suatu sistem merupakan salah satu yang ingin seorang individu lakukan seperti penggunaan sistem yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dirinya maupun kebutuhan tempat bekerja.

### **c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemudahan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan antara lain:<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Jogiyanto "Sistem Informasi Kepri ... ". hlm. 152.

1) Berfokus pada teknologi itu sendiri

Misalnya, pengalaman pengguna dalam menggunakan teknologi sejenis. Pengalaman yang baik pada teknologi sejenis akan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap teknologi baru, begitupula sebaliknya.

2) Reputasi teknologi yang diperoleh pengguna

Adanya reputasi yang baik akan mendorong kepercayaan pengguna terhadap kemudahan teknologi tersebut, begitupula sebaliknya.

3) Tersedianya mekanisme support yang handal.

Kepercayaan pengguna terhadap kemudahan teknologi dipengaruhi oleh mekanisme support yang handal. Misalnya, apabila terdapat kesulitan dalam menggunakan teknologi serta dengan adanya mekanisme support yang handal, akan mendorong persepsi pengguna kearah yang positif.

**d. Hubungan Kemudahan dengan Kepuasan Nasabah**

Kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa pengaplikasian teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan dengan kata lain bahwa apabila suatu teknologi informasi mudah digunakan maka pengguna cenderung menggunakan teknologi informasi tersebut. Kemudahan penggunaan juga sering disebut persepsi seseorang akan kemudahan (*perceived ease of use*) dan juga sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan sistem informasi merupakan hal yang mudah karena tidak memerlukan usaha keras dari penggunanya

sehingga nasabah mendapatkan kemudahan dalam berhubungan dengan bank. Kemudahan mencakup kemampuan nasabah untuk dapat masuk kedalam situs website, dan lain-lain dapat dengan mudah menemukan produk atau informasi yang diinginkan dan dapat dengan mudah log in maupun log out.

Menurut Davis dalam Morisa yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi hanya memerlukan sedikit usaha. Kemudahan (*ease*) bermakna tanpa kesulitan atau tidak memerlukan usaha keras saat menggunakan teknologi ini. Dengan demikian persepsi kemudahan penggunaan teknologi ini merujuk pada keyakinan individu bahwa sistem teknologi informasi yang digunakan tidak dibutuhkan usaha yang besar selama pengoperasian dan tidak mempersulit penggunaan sehingga dapat menghasilkan kepuasan.<sup>21</sup>

Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu oleh Hilyatun Hanna tahun 2019, dinyatakan bahwa kemudahan mempengaruhi kepuasan seseorang dalam mengakses dan mengoperasikan layanan perbankan secara online. Penggunaan layanan perbankan secara online yang mudah, dapat memberikan rasa puas bagi nasabah yang menggunakannya.

---

<sup>21</sup> Endang Fatmawati, "Technology Acceptance Model (Tam) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan," *Jurnal Iqra'* Vol. 9 No. 01 (2015): hlm. 6. Diakses melalui <https://media.neliti.com/media/publications/196942-ID-technology-acceptance-model-tam-untuk-me.pdf>, Pada tanggal 27 Desember 2022 Pukul 14.00 WIB.

## 2. Manfaat

### a. Pengertian Manfaat

Manfaat di definisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dapat disimpulkan bahwa manfaat adalah kepercayaan seseorang dalam proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa sistem itu berguna maka ia akan menggunakannya namun sebaliknya jika sistem itu kurang berguna maka ia tidak akan menggunakannya.<sup>22</sup>

Menurut Davis dan Nugroho, manfaat adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu pengguna teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Menurut Adamson dan Shine mendefinisikan persepsi manfaat sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa pengguna teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja orang yang menggunakan sistem tersebut.<sup>23</sup>

Menurut Wibowo menjelaskan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu ukuran dimana penggunaan teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi penggunanya.<sup>24</sup> Menurut Kholid & Soemarso manfaat

---

<sup>22</sup> Jogiyanto, *Sistem Informasi Kepri...*” hlm. 114-115.

<sup>23</sup> Gabriellia Anindita, “*Minat Pengguna Internet Banking Pada Bank Bca Surabaya Dilihat Dari Aspek Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan*” 2015, hlm. 4–5. Diakses melalui <http://eprints.perbanas.ac.id/729/1/ARTIKEL%20ILMIAH.pdf>, Pada Tanggal 15 November 2022 Pukul 14.55 WIB.

<sup>24</sup> Aniek Maschudah Ilfitriah Unnia Rochmawati, “*Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Dan Sikap Nasabah Terhadap Penerimaan Penggunaan E-Banking Bagi Nasabah Bank BNI di Surabaya*” 2016, hlm. 4. Diakses melalui <http://eprints.perbanas.ac.id/341/1/ARTIKEL%20ILMIAH.pdf>, Pada Tanggal 15 November 2022 Pukul 14.55 WIB.

penggunaan ialah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaan yang dilakukannya.<sup>25</sup>

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, manfaat adalah kepercayaan seseorang bahwa penggunaan teknologi informasi mampu meningkatkan kemampuannya dalam penggunaan teknologi informasi dan memberikan keuntungan bagi penggunanya.

#### **b. Indikator Manfaat**

Menurut Venkatesh & Davis membagi indikator manfaat menjadi empat, yaitu:<sup>26</sup>

- Kinerja individu

Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*).

- Produktivitas

Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas individu (*increases productivity*).

---

<sup>25</sup> Ira Puspitadewi S Silvania Putri Halim, Muhammad Naely Azhad, “Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Jember)” *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)* Vol. 1, No 1 (2022): hlm. 2105. Diakses melalui <http://repository.unmuhjember.ac.id/15404/10/J.%20ARIKEL.pdf>, Pada Tanggal 15 November 2022 Pukul 15.55 WIB)

<sup>26</sup> Andri Daisy Rahmad, “Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Penggunaan SMS Banking,” *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 43 No 01 (2017): hlm. 38. Diakses melalui <https://media.neliti.com/media/publications/87708-ID-pengaruh-kemudahan-terhadap-kepercayaan.pdf>, Pada Tanggal 7 Desember 2022 Pukul 22.00 WIB.

- Efektifitas

Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu (*enhances effectiveness*).

- Manfaat pengguna

Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (*the system is useful*).

### c. Jenis-Jenis Manfaat

Menurut Choliq, Umumnya manfaat dibagi menjadi dua kelompok dasar yaitu:<sup>27</sup>

- 1) Manfaat yang berwujud (*tangible benefit*)

Manfaat yang berwujud (*tangible benefit*) cenderung terlihat jelas dalam mengevaluasi atau dengan kata lain diartikan sebagai keuntungan penghematan atau peningkatan dalam perusahaan yang dapat diukur secara kuantitatif dalam bentuk nilai uang, misalnya keuntungan dari keberadaan perguruan tinggi pemilik usaha yang ada di sekitarnya.

- 2) Manfaat yang bersifat tidak berwujud (*intangibile benefit*)

Manfaat yang tidak berwujud (*intangibile benefit*) sulit untuk diukur, dengan kata lain diartikan, yaitu manfaat yang sulit atau tidak mungkin diukur dalam nilai suatu uang, seperti memberikan informasi yang baik, atau dapat meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan individu dan sulit untuk mengetahui keuntungan akhir dalam

---

<sup>27</sup> Sumarna Hasan Abdul Choliq, R.A Wirasmita, "*Evaluasi Proyek*" (Bandung: Pionir Jaya, 1999). hlm. 50.

peningkatan provitabilitas perusahaan, contoh lain yaitu keuntungan akibat pelayanan yang tidak baik kepada pelanggan. Memang tidak termasuk ke dalam perhitungan aliran kas namun secara tidak langsung kepuasan pelanggan akan berpengaruh pada nilai jual. Apabila kualitas pelayanan tidak cukup memuaskan maka pelanggan dapat ditaksir penjualan akan menurun.

#### **d. Hubungan Manfaat dengan Kepuasan Nasabah**

Menurut Davis dalam Monisa mengidentifikasikan bahwa manfaat adalah dimana seseorang berpikir bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Davis dalam Monisa mendefinisikan persepsi mengenai keinginan (*usefulness*) ini berdasarkan pengertian dari kata *useful* yaitu *capable of being used advantageously* atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Persepsi terhadap kemanfaatan adalah manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi dan persepsi kemanfaatan juga dipertimbangkan sebagai indikator terpenting untuk kepuasan konsumen/nasabah.<sup>28</sup>

Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu oleh Nabila Aulia tahun 2021, dikatakan bahwa persepsi manfaat sebagai variabel independen menjadi faktor dalam mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa

---

<sup>28</sup> Endang Fatmawati, “*Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis ....*” hlm. 6.

semakin baik manfaat yang diberikan dari suatu sistem akan memberikan kepuasan yang semakin tinggi pada penggunanya.

### 3. Pengetahuan

#### a. Pengertian Pengetahuan

Menurut Sopiah dan Etta Mamang Sangadji pengetahuan didefinisikan sebagai apa yang orang mengerti tentang konsep, ide-ide, teori, prosedur, dan praktik.<sup>29</sup> Sedangkan menurut Abuddin Nata adalah tahu, atau mengetahui sesuatu, segala sesuatu yang diketahui, kepandaian atau segala apa yang diketahui tentang sesuatu hal.

Menurut Donni Juni Priansa pengetahuan merupakan informasi yang disimpan dalam benak konsumen/nasabah.<sup>30</sup> Jalaluddin berpendapat bahwa pengetahuan diperoleh dari keinginan untuk mengetahui. Semakin kuat rasa ingin tahu manusia, semakin banyak pengetahuan. Pengetahuan itu sendiri diperoleh dari pengalaman manusia dengan dirinya dan lingkungannya.<sup>31</sup> Fredekirus berpendapat bahwa pengetahuan dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang diketahui atau diketahui manusia tentang suatu objek tertentu.<sup>32</sup>

Surajiyo berpendapat bahwa pengetahuan adalah istilah yang digunakan untuk mengatakan ketika seseorang mengetahui sesuatu. Suatu

---

<sup>29</sup> Sopiah dan Etta Mamang Sangadji, "*Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*" (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2018). hlm. 163.

<sup>30</sup> Abuddin Nata, "*Ilmu Dan Ilmu Pengetahuan*" (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018). hlm. 8.

<sup>31</sup> Jalaluddin, "*Filsafat Ilmu Pengetahuan*" (Jakarta: Rajagrafindo Persad, 2013). hlm. 83.

<sup>32</sup> Fredekirus, "*Pengantar Filsafat Ilmu ...*" hlm. 31.

hal yang menjadi pengetahuannya selalu terdiri dari mengetahui dan diketahui dan kesadaran akan hal yang ingin diketahuinya.<sup>33</sup> Sebagaimana yang terdapat di dalam Al-Qur'an Surah Al-Mujadalah Ayat 11 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا  
يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,” maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, “Berdirilah kamu,” maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Mahateliti apa yang kamu kerjakan.” (Qs. Al-Mujadalah ([28]:11).<sup>34</sup>

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, pengetahuan adalah informasi yang telah digabungkan antara pemahaman dan potensi yang melekat dalam ingatan seseorang.

## b. Tahapan Pengetahuan

Terdapat enam tingkatan dalam domain pengetahuan, yaitu:<sup>35</sup>

### - Tahu

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Termasuk dalam pengetahuan tingkat ini adalah mengingat kembali (recall) terhadap suatu spesifik dan seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang telah diterima. Oleh karena itu

<sup>33</sup> Surajiyo, "Filsafat Ilmu Dan Perkembangan Di Indonesia" (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013). hlm. 26.

<sup>34</sup> Departemen Agama RI, "Al-Quran Dan Terjemahan". hlm. 240.

<sup>35</sup> Dewi M A Wawan, "Teori Dan Pengukuran Pengetahuan, Sikapdan Perilaku Manusia" (Yogyakarta: Nuha Medika, 2012). hlm. 12-13.

"tahu" ini adalah tingkat pengetahuannya yang paling rendah. Kata kerja untuk mengukur bahwa orang tahu tentang apa yang dipelajari yaitu, menguraikan, mendefinisikan, menyatakan dan sebagainya.

- Memahami (*Comprehension*)

Memahami artinya sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dimana dapat diinterpretasikan secara benar. Orang yang telah paham terhadap objek atau materi terus dapat menjelaskan, menyebutkan contoh, menyimpulkan, meramalkan dan sebagainya terhadap suatu objek yang dipelajari.

- Aplikasi

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi riil (sebenarnya). Aplikasi disini dapat diartikan aplikasi atau penggunaan hukum-hukum, rumus, metode, prinsip, dan sebagainya dalam konteks atau situasi yang lain.

- Analisis

Analisis adalah suatu kemampuan untuk materi atau suatu objek ke dalam komponen-komponen tetapi masih dalam struktur organisasi tersebut dan masih ada pernyataan dalam satu sama lain.

- Sintetis

Sintetis yang dimaksud menunjukkan pada suatu kemampuan untuk melaksanakan atau menghubungkan bagian-bagian di dalam

keseluruhan yang baru. Dengan kata lain, sintetis adalah suatu kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi yang ada.

- Evaluasi

Evaluasi ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek. Penilaian-penilaian itu berdasarkan suatu kriteria yang ditentukan sendiri atau menggunakan kriteria-kriteria yang telah ada.

### c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan

Menurut Budiman dan Agus Riyanto faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan adalah sebagai berikut:<sup>36</sup>

#### 1) Pendidikan

Pendidikan adalah proses perubahan sikap dan perilaku seseorang atau kelompok dan merupakan usaha untuk mendewasakan manusia melalui pengajaran dan pelatihan. Pembelajaran melalui pendidikan dapat diperoleh dari media massa, iklan, dan usaha dari konsumen itu sendiri dalam mencari informasi. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin mudah untuk memperoleh informasi sehingga banyak pengetahuan yang diperoleh.

#### 2) Informasi/media massa

Informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memanipulasi, menyampaikan, menganalisis, dan

---

<sup>36</sup> Agus Riyanto Budiman, "*Pengetahuan Dan Sikap Dalam Penelitian Kesehatan*" (Jakarta: Salemba medika, 2013). hlm. 4.

menyebarkan informasi dengan tujuan tertentu. Semakin berkembangnya teknologi yang menyediakan bermacam-macam media massa, sehingga dapat mempengaruhi pengetahuan masyarakat untuk mengakses informasi dengan mudah.

### 3) Usia

Semakin tua usia maka semakin bertambah pula daya tangkap dan pola pikirnya, sehingga pengetahuan yang di peroleh juga akan bertambah. Usia dan pendidikan sangat mempengaruhi tingkat pengetahuan seseorang. Dengan bertambahnya usia bertambah pula pengetahuan seiring berjalannya waktu.

### 4) Lingkungan

Lingkungan mempengaruhi proses masuknya pengetahuan ke dalam individu karena adanya interaksi timbal balik atau tindakan yang akan direspon sebagai pengetahuan oleh individu. Lingkungan yang baik agar ilmu yang didapat juga baik. Namun jika lingkungannya kurang baik maka ilmu yang didapatkan juga kurang baik.

### 5) Pengalaman

Pengalaman dapat diperoleh dari pengalaman orang lain maupun dari diri sendiri. Sehingga pengalaman yang telah didapatkan dapat menambah pengetahuan seseorang. Pengalaman seseorang terhadap suatu masalah akan membuat orang tersebut mengetahui cara untuk memecahkan masalah tersebut.

#### 6) Sosial budaya dan ekonomi

Tradisi atau budaya seseorang yang dilakukan tanpa penalaran apakah yang dikerjakan itu baik atau buruk akan menambah ilmunya meskipun ia tidak melakukannya. Status ekonomi juga akan menentukan tersedianya fasilitas yang dibutuhkan untuk kegiatan tertentu sehingga status ekonomi akan mempengaruhi pengetahuan seseorang. Seseorang yang memiliki sosial budaya yang baik maka pengetahuannya akan baik, tetapi jika sosial budayanya kurang baik maka pengetahuannya akan kurang baik.

#### **d. Indikator Pengetahuan**

Engel, Blackwell, dan Miniard membagi pengetahuan kedalam tiga jenis indikator sebagai berikut:<sup>37</sup>

##### 1) Pengetahuan produk (*product knowledge*)

Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi merk, fitur produk dan kepercayaan mengenai produk. Seperti: pengetahuan tentang atribut produk layanan *Electronic Channel (E-Channel)*, pengetahuan tentang manfaat fisik ketika berinteraksi dengan produk layanan *Electronic Channel (E-Channel)*, dan pengetahuan tentang manfaat psikologis dengan adanya pemanfaatan layanan *Electronic Channel (E-Channel)* dalam peningkatan transaksi pembayaran terhadap pihak ketiga (lingkungan sosial).

---

<sup>37</sup> Sri Yuniarti, "Perilaku Konsumen" (Yogyakarta: Pustaka Setia, 2015). hlm. 130.

## 2) Pengetahuan pembelian (*purchase knowledge*)

Pengetahuan pembelian meliputi berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang di mana membeli produk dan kapan akan membelinya. Seperti: pengetahuan tentang lokasi jasa transaksi layanan *Electronic Channel (E-Channel)*, dan pengetahuan tentang biaya jasa layanan *Electronic Channel (E-Channel)*.

## 3) Pengetahuan penggunaan (*usage knowledge*)

Pengetahuan pemakaian menggambarkan dari ketiga kategori dari pengetahuan konsumen. Pengetahuan ini mencakup informasi yang tersedia didalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan agar benar-benar menggunakan produk. Seperti: pengetahuan tentang tatacara penggunaan layanan *Electronic Channel (E-Channel)*, dan pengetahuan fungsi dari layanan *Electronic Channel (E-Channel)*.

### **e. Hubungan Pengetahuan dengan Kepuasan Nasabah**

Pengetahuan adalah informasi yang telah digabungkan antara pemahaman dan potensi yang melekat dalam ingatan seseorang. Dalam mengkonsumsi atau memakai suatu produk, konsumen/nasabah cenderung memilih produk yang memberikan nilai atau manfaat yang lebih dibandingkan dengan produk lainnya. Kepuasan konsumen/nasabah timbul karena adanya penilaian yang objektif atau karena dorongan emosional. Keputusan untuk bertindak adalah berasal dari serangkaian aktivitas dan

rangsangan mental dan emosional. Keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda.

Keputusan konsumen/nasabah terhadap Kepuasan konsumen/nasabah akan suatu produk untuk konsumen/nasabah adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan dengan pengetahuan, sehingga konsumen/nasabah yakin bahwa menggunakan produk tersebut bermanfaat. Pada dasarnya konsumen/nasabah memiliki tingkatan pengetahuan produk yang berbeda, yang dapat dipergunakan untuk kebutuhannya dan menerjemahkan informasi baru yang akan membuat pilihan keputusan. Seperti dilihat dari pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, manfaat produk, dan kepuasan yang diberikan oleh produk.<sup>38</sup>

#### **4. Nasabah**

##### **a. Pengertian Nasabah**

Nasabah adalah aset atau kekayaan utama perusahaan karena tanpa pelanggan perusahaan tidak berarti apa-apa. Bahkan sampai ada istilah yang mengatakan “pelanggan adalah raja” yang semua kebutuhan dan keinginannya harus dipenuhi, dalam banyak hal perusahaan memang harus mengikuti kebutuhan dan keinginan pelanggannya jika ingin produk yang

---

<sup>38</sup> Nugroho J Setiadi, "*Perilaku Konsumen*" (Jakarta: Andi, 2003). hlm. 54.

ditawarkan laku dipasaran.<sup>39</sup> 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>40</sup>

Menurut Kasmir nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank.<sup>41</sup> Menurut Saladin nasabah adalah konsumen-konsumen sebagai penyedia dana.<sup>42</sup> Menurut Tjiptono pengertian nasabah adalah setiap orang yang membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan.<sup>43</sup>

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, nasabah adalah seseorang yang menggunakan fasilitas bank, baik berupa produk atau jasa dan mendapatkan manfaatnya.

---

<sup>39</sup> Kasmir, "Kewirausahaan" (Jakarta: Rajawali Pers, 2013). hlm. 334.

<sup>40</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010). hlm. 189.

<sup>41</sup> Muslimah Sonny Koeswara, "Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Performance) Frontliner Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT. BCA Tbk Cabang Permata Buana Dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple" *Jurnal Pasti* Vol 8 No 1 (2013): hlm. 3. Diakses melalui <https://www.neliti.com/id/publications/182923/none>, Pada Tanggal 5 Oktober 2022 Pukul 21.00 WIB.

<sup>42</sup> Raina Linda Sari Evi Yupitri, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan" *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* Vol 1 No 1 (2012): hlm. 49. Diakses melalui <https://www.neliti.com/id/publications/14867/analisis-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-non-muslim-menjadi-nasabah-bank-syariah>, Pada Tanggal 5 Oktober 2022 Pukul 21.00 WIB.

<sup>43</sup> Dwi Perwitasari Wiryaningtyas, "Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember" *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Growth* Vol 14 No 01 (2016): h. 50. Diakses melalui <https://docplayer.info/amp/56931600-Pengaruh-keputusan-nasabah-dalam-pengambilan-kredit-pada-bank-kredit-desa-kabupaten-jember-dwi-perwitasari-wiryaningtyas.html>, Pada Tanggal 5 Oktober 2022 Pukul 21.00 WIB.

## b. Jenis-Jenis Nasabah

Berdasarkan Pasal 1 angka 16 Undang-Undang Perbankan yang dimaksud dengan nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah bank dibagi menjadi:<sup>44</sup>

- 1) Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
- 2) Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

## 5. Kepuasan Nasabah

### a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.<sup>45</sup>

Menurut Kotler dan Keller yaitu kepuasan adalah *“Satisfaction reflects a persons judgement of a products perceived performance in relationship to expectations. If the performance fall short of expectations, the customer is dissapointed. If it matches expectation, the customer is*

---

<sup>44</sup> UU No.10 Thn 1998 - Perubahan Atas UU No. 7 Thn 1992 "Tentang Perbankan Pasal 1,". Diakses melalui <https://www.bphn.go.id/data/documents/98uu010.pdf> , Pada Tanggal 27 November 2022 Pukul 11.00 WIB.

<sup>45</sup> Philip Kotler, "Manajemen Pemasaraan" (Jakarta: Indeks, 2005). hlm. 70.

*satisfied. If it exceeds them, the customer is delighted.*” Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas. Apabila kinerja melebihi ekspektasi, maka konsumen dapat merasa sangat puas.<sup>46</sup>

Philip Kotler mengatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang mengatakan hasil perbandingan antara hasil kerja atau produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.<sup>47</sup>

Menurut Engel bahwa kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang di peroleh tidak memenuhi harapan nasabah.<sup>48</sup>

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, kepuasan nasabah adalah tingkat dimana kebutuhan dan keinginan nasabah/konsumen sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik dan puas.

---

<sup>46</sup> Philip Kotler dan Keller, "*Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke 12*" (Jakarta: Erlangga, 2017). hlm. 196.

<sup>47</sup> Philip Kotler, "*Marketing Manajemen*" (New Jersey: Prentice Hall, 2000). hlm. 36.

<sup>48</sup> James F Engel, "*Perilaku Konsumen*" (Jakarta: Binarupa Aksara, 1992). hlm. 11.

## **b. Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Nasabah**

Menurut Irawan ada 5 (lima) driver utama kepuasan nasabah adalah.<sup>49</sup>

### 1. Kualitas produk

Elemen dari kualitas produk yaitu, kinerja, fitur, dan penampilan produk. Konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan adalah berkualitas dan bermanfaat untuk nasabah.

### 2. Harga

Harga merupakan suatu nilai yang ditukarkan oleh konsumen dengan manfaat dari memiliki ataupun menggunakan produk atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam mengambil suatu keputusan membeli.

### 3. Kualitas pelayanan (*Service Quality*)

Untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen/nasabah, kualitas pelayanan tersebut harus sesuai dengan kebutuhan nasabah dari kemudahan menemukan lokasi/mengakses, ataupun manfaat yang dirasakan.

### 4. Faktor emosional

Konsumen akan merasa puas menggunakan produk yang dibelinya. Hal tersebut adanya pengetahuan mengenai produk yang mereka gunakan.

---

<sup>49</sup> Rosnaini Daga, "*Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan*" (Sulawesi Selatan: Global-RCI, 2017). hlm. 78-79.

## 5. Kemudahan

Pada dasarnya kepuasan konsumen akan tercipta apabila adanya kemudahan, kenyamanan, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan jasa yang akan diterimanya.

### c. Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Budiarto dan Dolly, ada tiga tingkat kepuasan sebagai berikut:<sup>50</sup>

#### 1) Perasaan pelanggan/nasabah sangat puas

Yaitu jika layanan yang diterima dari perusahaan sesuai dengan layanan yang diharapkan. Layanan tersebut berkaitan dengan cara kerja sistem bank apakah sudah memberikan kualitas dan kuantitas baik.

#### 2) Perasaan pelanggan/nasabah puas

Merupakan emosi positif yang diberikan nasabah terhadap produk atau jasa yang ia gunakan karena sesuai dengan yang ia harapkan sehingga nasabah merasa puas.

#### 3) Perasaan pelanggan/nasabah tidak puas

Yaitu jika layanan yang diterima tidak sesuai/sebagus layanan yang diharapkan oleh pelanggan/konsumen.

### d. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Metode pengukuran kepuasan nasabah ada 4 yaitu:<sup>51</sup>

---

<sup>50</sup> Philip Kotler, "*Manajemen Pema...*" hlm. 102

<sup>51</sup> Philip Kotler, "*Dasar-Dasar Pemasaran*" (Jakarta: Indonesia, 1996). hlm. 46.

#### 1) Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang tempatnya mudah dijangkau pelanggan atau komentar yang bisa di isi langsung maupun yang bisa dikirim via pos pada sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan.

#### 2) Belanja siluman/*ghost shopping*

Beberapa cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing.karena selain itu ghost shopper juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya dalam melayani permintaan pelanggan, dan menanggapi setiap keluhan.

#### 3) Analisis pelanggan yang hilang/*lost customer analysis*

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti atau telah pindah bank lain agar dapat memahami mengapa hal itu bisa terjadi dan supaya mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

#### 4) Survei kepuasan

Metode survei merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan. Survei Kepuasan itu melalui online maupun offline.

## 6. *Financial Technology (FinTech)*

### a. Pengertian *Financial Technology (FinTech)*

*Financial Technology (FinTech)* berasal dari istilah *Financial Technology* atau teknologi keuangan. Menurut *The National Digital Center* (NDRC), *FinTech* merupakan inovasi di bidang keuangan. Tentunya inovasi ini mendapat sentuhan teknologi modern. Keberadaan *FinTech* diharapkan dapat menghadirkan proses transaksi keuangan yang lebih praktis dan aman. Proses transaksi keuangan ini meliputi proses pembayaran, proses peminjaman uang, transfer, dan jual beli saham.<sup>52</sup>

Menurut Hisch *Financial Technology (FinTech)* adalah istilah yang menggambarkan teknologi dan inovasi baru yang bertujuan untuk bersaing dengan lembaga keuangan tradisional untuk menyediakan layanan keuangan yang lebih baik dan lebih efektif. Di era digital saat ini, orang mencari pengetahuan layanan keuangan, kemudahan akses, kenyamanan, manfaat, efisiensi dan kecepatan. Orang ingin menggunakan web atau seluler untuk melakukan transaksi, dan aktivitas transaksi ini mencakup pembayaran finansial. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan *FinTech*, kebanyakan perusahaan IT, mulai menyediakan baik individu maupun bisnis dengan alat atau layanan keuangan baru.

*Financial Technology (FinTech)* adalah teknologi keuangan yang mengacu pada solusi baru yang menunjukkan inovasi dalam

---

<sup>52</sup> Linda LOW David LEE Kuo Chuen, "*Inclusive FinTech (Blockchain, Cryptocurrency, and ICO)*" (New York: World Scientific, 2018). hlm. 1.

pengembangan aplikasi, produk, atau model bisnis di industri jasa keuangan yang menggunakan teknologi.<sup>53</sup>

Bank Indonesia mendefinisikan *Finansial Technology (FinTech)* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja.

Menurut Word Bank *Financial Technology (FinTech)* industri yang terdiri dari perusahaan-perusahaan yang menggunakan teknologi agar sistem keuangan dan penyampaian layanan keuangan lebih efisien.<sup>54</sup>

*Finansial Technology Syariah (FinTech Syariah)* adalah penyelenggaraan jasa keuangan berdasarkan prinsip Syariah. Prinsip Syariah yang dimaksud adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam tanpa adanya riba, gharar, masyir, tahlis, dan gharar.<sup>55</sup>

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan *Financial Technology (FinTech)* adalah suatu inovasi baru di jasa keuangan yang mengadaptasi perkembangan teknologi untuk mempermudah pelayanan keuangan dan sistem keuangan agar lebih efisien dan efektif.

---

<sup>53</sup> *Ibid.*, hlm. 1.

<sup>54</sup> *Ibid.*

<sup>55</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 117/DSN-MUI/II/2018, “*Tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah*,”. Diakses melalui <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/page/4/> Pada Tanggal 28 Desember 2022 Pukul 10.00 WIB.

## **b. Jenis-Jenis *Financial Technology (FinTech)***

Secara umum layanan keuangan berbasis digital yang saat ini telah berkembang di Indonesia dapat dibedakan kedalam beberapa kelompok, yaitu:<sup>56</sup>

### 1) *Payment Channel/System*

Merupakan layanan elektronik yang berfungsi menggantikan uang kartal dan uang giral sebagai alat pembayaran, antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan *e-money*. Disamping itu terdapat jenis alat pembayaran elektronik lain yang telah digunakan sebagaimana masyarakat dunia, yaitu sistem pembayaran berbasis kriptografi (*Blockchain*) seperti Bitcoin.

### 2) *Digital Banking*

Merupakan layanan perbankan yang memanfaatkan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan para nasabah. Masyarakat di Indonesia sudah cukup lama mengenal perbankan elektronik seperti *Kartu Debit*, *internet banking*, *mobile banking*, *SMS banking*, *phone banking*, dan *video banking*, *Cash Management System (CMS)* Selain itu beberapa bank juga telah meluncurkan layanan keuangan tanpa kantor (*Branchless Banking*) sesuai kebijakan OJK dengan nama Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam rangka Keuangan Inklusif (laku

---

<sup>56</sup> Susanne Chishti and Janos Barberis, "*The FinTech Book*" ((India: Hoboken Wiley, 2016). hlm. 53.

pandai) yang utamanya ditunjukkan kepada masyarakat yang belum memiliki akses ke perbankan.

### 3) P2P Lending

*Peer to Peer* (P2P) Lending adalah layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi digital untuk mempertemukan antar pihak yang membutuhkan pinjaman dan pihak yang bersedia memberikan pinjaman. Layanan ini biasanya menggunakan website.

### 4) Online/Digital *Insurance*

Adalah layanan asuransi bagi nasabah dengan memanfaatkan teknologi digital. Beberapa perusahaan asuransi, menerbitkan polis, dan menerima laporan klaim. Disamping itu, banyak pula perusahaan yang menawarkan jasa perbandingan premi (*digital consultant*) dan juga keagenan (*digital marketer*) asuransi melalui website atau *mobile application*.

### 5) *Crowdfunding*

Adalah kegiatan pengumpulan dana melalui website atau teknologi digital lainnya untuk tujuan investasi maupun sosial.

## c. Landasan *Financial Technology* (*FinTech*)

Landasan *Financial Technology* (*FinTech*) sebagai berikut:

- 1) Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran yang menyatakan bahwa perkembangan teknologi dan sistem keuangan informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan

dengan Financial Technology (*FinTech*) dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk dibidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrument, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran.<sup>57</sup>

- 2) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital disektor Jasa Keuangan yang menyatakan Inovasi Keuangan Digital adalah aktivitas pembaruan proses bisnis, model bisnis, dan instrumen keuangan yang memberikan nilai tambah dari sektor jasa keuangan dengan melibatkan ekosistem digital.<sup>58</sup>
- 3) Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI) Nomor 117/DSNMUI/II/2018 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi yang menyatakan Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi berdasarkan Prinsip Syariah adalah: penyelenggaraan layanan jasa keuangan berdasarkan prinsip syariah yang mempertemukan atau menghubungkan Pemberi Pembiayaan dengan Penerima Pembiayaan dalam rangka melakukan akad

---

<sup>57</sup> Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016, “*Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran*,” Diakses melalui [https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi\\_184016.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_184016.aspx), Pada Tanggal 28 Desember 2022 Pukul 10.00 WIB.

<sup>58</sup> Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor and 13/POJK.02/2018, “*Tentang Inovasi Keuangan Digital Di Sektor Jasa Keuangan*,” Diakses melalui <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Inovasi-Keuangan-Digital-di-Sektor-Jasa-Keuangan/pojk%2013-2018.pdf>, Pada Tanggal 28 Desember 2022 Pukul 10.00 WIB.

pembiayaan melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet.<sup>59</sup>

## **7. *Electronic Channel (E-Channel)***

### **a. Pengertian *Electronic Channel (E-Channel)***

Menurut Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan dalam bukunya *Electronic Business (E-Business)* dan *E-Commerce*, yang dimaksud *Electronic Channel (E-Channel)* adalah layanan perbankan menggunakan media elektronik, baik itu *mobile*, *SMS banking*, internet banking, dan *Automated Teller Machine (ATM)*. Dengan *Electronic Channel (E-Channel)*, serasa ATM ada dalam genggamannya. Transaksi yang dilakukan *Electronic Channel (E-Channel)* juga tidak perlu diragukan lagi keamanannya karena banyak bank yang mendesain sistem keamanan yang sudah terjamin keamanannya.

Menurut Nawangasari dan Putri *Electronic Channel (E-Channel)* adalah salah satu layanan informasi perbankan via wireless paling baru yang ditawarkan pihak bank dengan menggunakan teknologi handphone untuk mendukung kelancaran kegiatan perbankan. Pada dasarnya *Electronic Channel (E-Channel)* sama seperti *electronic banking (e-banking)* yaitu layanan perbankan yang menggunakan media elektronik.<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 117/DSN-MUI/II/2018, "*Tentang Layanan Pembiayaan Berbasis ....*" Tanggal 28 Desember 2022.

<sup>60</sup> Dadang Hermawan Candra Ahmadi, "*E-Business & E-Commerce*" (Yogyakarta: Percetakan ANDI, 2013). hlm. 104.

*Electronic Channel (E-Channel)* merupakan alat komunikasi yang digunakan untuk mempermudah perbankan dalam melayani nasabah atau sebaliknya. Transaksi yang dilakukan nasabah, dimana transaksi dilakukan tanpa perlu kunjungan langsung ke Kantor Bank dan dilakukan dengan bantuan peralatan elektronik.<sup>61</sup>

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, *Electronic Channel (E-Channel)* adalah layanan teknologi informasi perbankan yang menggunakan internet untuk mendukung segala kegiatan perbankan seperti: pembukaan rekening, cek saldo, dan lain-lain.

#### **b. Layanan *Electronic Channel (E-Channel)***

Menurut Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan *Electronic Channel (E-Channel)* terdiri atas berbagai jenis layanan, antara lain: kartu debit, *mobile banking*, *internet banking*, dan *Cash Management System (CMS)*.

##### 1) Kartu Debit

###### a) Pengertian Kartu Debit

Menurut PBI No. 11/11/PBI/2009, yang dimaksud kartu debit adalah Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu (APMK) yang digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, termasuk transaksi belanja.

---

<sup>61</sup> Bank Syariah Mandiri, "*Basic Banking Operation*" (Jakarta: Bank Syariah Indonesia, 2017). hlm. 10.

Menurut Arthesa dan Handiman, debit card merupakan alat pembayaran elektronik dalam bentuk kartu yang diterbitkan oleh Bank untuk membiayai pengeluaran konsumsi nasabah. Debit card adalah kartu berbahan baku plastik yang dikeluarkan oleh suatu bank. Debit card biasanya juga merupakan kartu ATM (*Auto Teller Machine*), yaitu kartu yang digunakan untuk menarik uang tunai dari suatu mesin yang disediakan oleh suatu bank. Dengan kata lain, debit *card* juga berfungsi sebagai kartu ATM.

Kartu debit dapat digunakan sepanjang pemegang kartu tidak melampaui saldo yang tersedia di rekeningnya. Untuk penarikan tunai dan pembayaran harga barang dan jasa tersebut, rekening nasabah langsung didebit seketika oleh penerbit kartu. Kartu debit tidak memberikan fasilitas kredit apapun kepada pemegang kartu.<sup>62</sup>



**Gambar 2.1 Kartu Debit**

---

<sup>62</sup> Sutan Remy Sjahdeini, "Perbankan Syariah Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya" (Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2014). hlm. 157.

## b) Manfaat Kartu Debit

Debit card telah lama dikenal di Indonesia karena memiliki manfaat khusus kepada para penggunanya. Menurut Ramadani manfaat tersebut adalah: mentransfer dana antar rekening adalah bank tunggal atau jaringan bank lain; Pembayaran kartu kredit, listrik (PLN), telepon dan headphone, air (PDM), pajak bumi dan bangunan (PBS); Beli pulsa telepon seluler prabayar; Fasilitas perbankan melalui telepon; Fasilitas kartu debit untuk transaksi pembeli barang.<sup>63</sup>

## 2) *Mobile Banking*

*Mobile Banking* adalah salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan.

*Mobile Banking* adalah layanan melalui saluran distribusi elektronik bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui SMS atau jaringan komunikasi lainnya dengan sarana telepon seluler atau komputer tablet. *Mobile Banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk melakukan transaksi perbankan

---

<sup>63</sup> *Ibid.*, hlm. 558.

melalui ponsel atau *smartphone*. Layanan *mobile banking* dapat digunakan melalui menu yang sudah tersedia pada SIM Card, atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah.

Fitur – fitur layanan *mobile banking* yang telah disediakan oleh pihak bank antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang / ATM terdekat), dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi. Internet, bpjs, zakat), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya.

*Mobile banking* bertujuan meningkatkan pelayanan kepada nasabah, memenuhi keinginan pasar, memberi kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi.<sup>64</sup>



**Gambar 2.2 Mobile Banking**

<sup>64</sup> Abdul Jalil Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bachmid, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu,” *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* Vol 3 No 1: 2021. hlm. 32–35. Diakses melalui <https://jurnaljipsya.org/index.php/jipsya/article/view/37>, Pada Tanggal 5 Oktober 2022 Pukul 22.00 WIB.

### 3) *Internet Banking*

Menurut Bank Indonesia, Internet banking merupakan salah satu layanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Jenis kegiatan internet *banking* dibedakan menjadi tiga yaitu:

#### a) *Informational Internet Banking*

Yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*).

#### b) *Communicative Internet Banking*

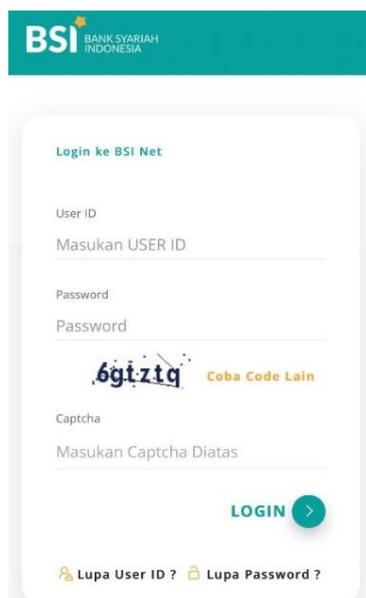
Yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan internet *banking* secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi.

#### c) *Transactional Internet Banking*

Yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan internet *banking* dan melakukan eksekusi transaksi.

Menurut Khairy Mahdi menyatakan internet *banking* merupakan pemanfaatan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi yang berhubungan dengan transaksi perbankan. Kegiatan ini menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung

antara nasabah bank dan pihak bank. Selain itu bentuk transaksi yang dilakukan bersifat maya atau tanpa memerlukan proses tatap muka antara nasabah dan petugas bank yang bersangkutan.<sup>65</sup>



**Gambar 2.3 Internet Banking**

#### 4) *Cash Management System (CMS)*

Menurut Peraturan Bupati Sleman Nomor 1.1 Tahun 2019 tentang rekening milik satuan kerja perangkat daerah, *Cash Management System (CMS)* merupakan bagian dari layanan bank umum yang dapat ditawarkan kepada nasabah untuk melakukan transaksi perbankan non tunai yang memberikan kemudahan akses untuk memonitor aktivitas rekeningnya, melakukan transfer dan pembayaran kepada para pihak terkait dengan perusahaan serta dapat

---

<sup>65</sup> Budi Agus Riswandi, "*Aspek Hukum Internet Banking*" (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005). hlm. 21.

mengelola likuiditas dana dalam rekening-rekening secara online melalui jaringan internet dengan menggunakan perangkat lunak web browser pada komputer.

Adapun tujuan dari dibuatnya sistem ini adalah untuk meningkatkan efisiensi perekonomian, maka penggunaan transaksi non tunai ini dapat diperluas, keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi, memperkuat sistem pemerintahan, adanya transparansi dan akuntabilitas, serta mendukung upaya pencegahan korupsi, pencucian uang dan pembiayaan terorisme.<sup>66</sup>

**BSI** BANK SYARIAH INDONESIA

**Catatan:**

1. Isilah kolom "Corporate ID" dengan corporate ID perusahaan Anda
2. Isilah kolom "USER ID" dengan USER ID yang merupakan kombinasi huruf dan angka sebanyak 6-10 karakter
3. Isilah kolom "Password" dengan sandi rahasia yang sesuai dengan USER ID Anda
4. Isilah kolom "CAPTCHA" dengan angka atau huruf yang terlihat pada gambar
5. Informasi lebih lanjut mengenai fitur maupun kendala BSI Cash Management silahkan menghubungi Call Center Corporate kami pada nomor 1550789

**Nasabah Yth,**  
Anda dapat melakukan transfer antar bank menggunakan metode BI-Fast melalui CMS. Transaksi real time 24/7 dengan maksimal 250 juta/transaksi.

Login - Cash Management System

Corporate ID :

User ID :

Password :

Captcha :

Bahasa : Bahasa Indonesia

Norton  
SECURE  
SINERGI

Copyright©2015 - PT Bank Syariah Indonesia

**Gambar 2.4 Cash Management System (CMS)**

### c. Dimensi *Electronic Channel (E-Channel)*

Menurut Salhieh *Electronic Channel (E-Channel)* memiliki 4 dimensi, yaitu:<sup>67</sup>

<sup>66</sup> Fahrul Imam Santoso Galuh Anindita, "Implementasi Cash Management System (CMS) Dalam Belanja Daerah Di Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Sleman" *Jurnal NCAF* Volume 4 (2022): hlm. 421. Diakses melalui <https://journal.uii.ac.id/NCAF/article/view/22316>, Pada Tanggal 5 Oktober 2022 Pukul 22.00 WIB.

<sup>67</sup> Abdul Yusep Riri Juliani "Hubungan Antara *Electronic (E - Channel)* Dengan Kepu..." hlm. 473-474. Tanggal 14 September 2022.

1) Manfaat yang dirasakan (*usefulness*)

Sebagai tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu sistem untuk meningkatkan performa mereka.

2) Kemudahan penggunaan (*ease of use*)

Sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa sistem yang digunakan dapat dimengerti dan dapat dioperasikan dengan mudah.

3) Kenyaman yang dirasakan (*convenience*)

Sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa sistem yang digunakan dapat membuat transaksi lebih fleksibel, menghemat waktu, serta dapat digunakan dimana saja dan kapan saja.

4) Keamanan dan privasi (*security and privacy*)

Dengan meningkatnya jumlah produk dan layanan via internet, nasabah semakin khawatir tentang masalah keamanan dan privasi.

## **8. Bank Syariah**

### **a. Pengertian Bank Syariah**

Bank syariah merupakan *Islamic Financial Institution* yang berlandaskan Al-quran dan Al-Hadis yang mengacu pada prinsip muamalah, yakni sesuatu yang boleh dilakukan, kecuali jika ada larangannya dalam Al-quran dan Al-hadis yang mengatur hubungan antarmanusia terkait ekonomi, sosial, dan politik. Bank syariah menjalankan kegiatan berdasarkan prinsip syariah dan mengacu pada fatwa

yang dikeluarkan oleh lembaga lembaga, dalam hal ini Dewan Syariah Nasional (DSN) di bawah Majelis Ulama Indonesia (MUI).<sup>68</sup>

Menurut Karnaen Purwaatmadja, bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip – prinsip Islam, yakni bank dengan tata cara dan operasinya mengikuti ketentuan – ketentuan syariah Islam. Salah satunya unsur yang harus dihindari dalam muamalah Islam adalah praktik-praktik yang mengandung unsur riba.<sup>69</sup>

Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip - prinsip syariat Islam, mengacu kepada ketentuan - ketentuan yang ada dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist, maka bank syariah diharapkan dapat menghindari kegiatan- kegiatan yang mengandung unsur riba dan segala hal yang bertentangan dengan syariat Islam.<sup>70</sup>

Bank syariah pun menjalankan fungsi penghimpunan dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan mengalirkannya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Bank syariah dilengkapi dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) guna menjamin bahwa operasionalnya tidak menyimpang dari kaidah syariah.

Produk bank syariah relatif lebih banyak dibandingkan dengan bank konvensional yang antara lain bisa melakukan jual beli, sewa beli, berbagi

---

<sup>68</sup> “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Perbankan Syariah” 2008. Diakses melalui <https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Pages/Undang-Undang-Nomor-21-Tahun-2008-Tentang-Perbankan-Syariah.aspx>, Pada Tanggal 27 November 2022 Pukul 11.00 WIB.

<sup>69</sup> Muhammad Firdaus NH, "Konsep Dan Implementasi Bank Syariah" (Jakarta: Renaisan, 2005). hlm. 18.

<sup>70</sup> Nurul Ichsan Hsan, "Perbankan Syariah" (Jakarta: Referensi GP Press Group, 2014). hlm. 231.

hasil, gadai, anjak piutang, serta jasa lainnya. Pada bank konvensional terdapat produk tunggal kredit untuk pembiayaan, yaitu kredit modal kerja, kredit investasi, kredit kepemilikan rumah dan mobil, kredit multiguna, serta bentuk kredit lainnya. Produk bank syariah yang beragam berdasarkan akadnya yang bervariasi.<sup>71</sup>

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.

#### **b. Prinsip Dasar Bank Syariah**

Adapun prinsip dasar dalam perbankan syariah tersebut antara lain:<sup>72</sup>

- 1) Larangan terhadap transaksi yang mengandung barang atau jasa yang diharamkan
- 2) Larangan terhadap transaksi yang diharamkan sistem dan prosedur perolehan keuntungannya

Beberapa hal yang masuk kategori transaksi yang diharamkan karena sistem dan prosedur perolehan keuntungannya tersebut adalah:

- a) Tadlis

Transaksi yang mengandung hal pokok yang tidak diketahui oleh salah satu pihak.

---

<sup>71</sup> Abd. Hadi, "*Hukum Perbankan Syariah*" (Malang, Jawa Timur: Setara Press, 2018). hlm. 89-90.

<sup>72</sup> *Ibid.*, hlm. 27.

b) Gharar

Transaksi gharar memiliki kemiripan dengan tadlis. Dalam tadlis, ketiadaan informasi terjadi pada salah satu pihak, sedangkan dalam gharar ketiadaan informasi terjadi pada kedua belah pihak yang bertransaksi jual beli.

c) Bai' Ihtikar, Bai' Ikhtikar

Merupakan bentuk lain dari transaksi jual beli yang dilarang oleh syariah islam. Ihtikar adalah mengupayakan adanya kelangkaan barang dengan cara menimbun.

d) Bai' Najasy

Adalah tindakan menciptakan permintaan palsu, seolah-olah ada banyak permintaan terhadap suatu produk, sehingga harga jual produk akan naik.

e) Maysir

Maysir sebagai suatu permainan di mana satu pihak akan memperoleh keuntungan sementara pihak lainnya akan menderita kerugian

f) Riba

Riba merupakan tambahan yang disyaratkan dalam transaksi bisnis tanpa adanya padanan (iwad) yang dibenarkan syariah atas penambahan tersebut.

### c. Akad – Akad Dalam Bank Syariah

#### 1) Akad Tabarru

Perjanjian ini berorientasi non profit transaction dan hakikatnya bukan transaksi bisnis untuk mencari keuntungan komersial.<sup>73</sup>

##### a) Meminjamkan Harta

- Qardh, Adalah pinjaman tanpa mensyaratkan suatu apapun dalam jangka waktu tertentu dan bank tidak diperkenankan untuk meminta imbalan.
- Rahn, Adalah berhutang atau meminjamkan sesuatu yang disertai penyerahan jaminan tertentu.
- Hawalah, Pemberian pinjaman yang disertai dengan jaminan objek anjak piutang (pengalihan piutang).
- Kafalah, Ikut menanggung wanprestasi yang dilakukan oleh seseorang atau sudut pihak.

##### b) Meminjamkan Jasa

- Wakalah, Melakukan sesuatu untuk mewakili orang lain atau pihak tertentu.
- Wadiah, Menawarkan jasa untuk melakukan pemeliharaan atau penitipan sesuatu.
- Wakaf , Memberikan sesuatu kepada pihak lain dengan tujuan untuk kepentingan umum dan agama.

---

<sup>73</sup> *Ibid.*, hlm. 27.

- Hibah, sedekah & hadiah, pemberian yang dilakukan secara sukarela kepada pihak lain. Akad tabarru yang telah disepakati tidak boleh diubah menjadi akad tijarah (komersial) tanpa persetujuan kedua pihak.

## 2) Akad Tijarah

Perjanjian yang berorientasi profit *transaction*. Hakikatnya transaksi bisnis untuk mencari keuntungan komersial, seperti akad investasi, jual beli dan sewa menyewa. Adapun jenis-jenis akad tijarah terbagi menjadi dua yaitu:<sup>74</sup>

### a) *Natural Certainty Contract* ( NCC )

Merupakan pertukaran barang atau jasa oleh para pihak yang harus dilakukan secara jelas dan pasti di awal akad, mencakupi jumlah (*quantity*), kualitas (*quality*), harga (*price*) dan waktu penyerahannya (*Time of delivery*). Kontrak yang termasuk kategori ini biasanya jual-beli, upah mengupah dan sewa menyewa.

#### - Akad Jual Beli

- Al ba'i naqdan

Jual beli yang biasa dilakukan secara tunai. Penyerahan uang dan barang dilakukan secara bersamaan.

---

<sup>74</sup> *Ibid.*, hlm. 27.

- Al ba'i muajjal  
Jual beli yang barangnya diserahkan di awal, tetapi pembayarannya dilakukan dengan kemudian dilakukan dengan cara mencicil atau sekaligus.
  - Murabahah  
Jual beli yang dilakukan secara terbuka sehingga pembeli mengetahui keuntungan yang didapat penjual.
  - Salam  
Jual beli yang dilakukan dengan cara pembayaran sekaligus di awal transaksi, namun barangnya diserahkan pada akhir periode yang diperjanjikan.
  - Istishna  
Jual beli yang pembayarannya dilakukan secara bertahap (mencicil) dan barang diserahkan pada akhir periode yang diperjanjikan.
- Akad Sewa Menyewa
- Ijarah  
Sewa-menyewa untuk mendapatkan manfaat barang atau upah-mengupah tenaga kerja tanpa ada perubahan kepemilikan terhadap objek yang diperjanjikan.

- Ijarah Muntahiya Bit Tamlik (IMBT)

Sewa –menyewa untuk mendapatkan manfaat barang dan diikuti dengan perubahan kepemilikan terhadap objek yang diperjanjikan.

b) *Natural Uncertainty Contract* (NUC)

Adalah kontrak para pihak yang mencampuradukkan asetnya (*real asset* atau *financial asset*) menjadi satu kesatuan dan sanggup menanggung risiko secara bersama tanpa menawarkan keuntungan yang pasti.

- Musyarakah

Musyarakah merupakan akad berbentuk kerja sama usaha dimana masing-masing pihak menyetorkan dana sebagai modal dengan porsi sesuai kesepakatan.

- Mudharabah

Merupakan percampuran modal dengan jasa (keterampilan atau keahlian) Keuntungan dibagi berdasarkan nisbah (porsi bagi hasil dalam persentase) yang telah disepakati.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Sebelum peneliti melakukan penelitian ini, telah ada penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun hasil-hasil penelitian yang dijadikan perbandingan tidak terlepas dari

topik penelitian mengenai Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan *Electronic Channel (E-Channel)* Pada Nasabah BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA). Berikut adalah beberapa hasil dari penelitian terdahulu:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Karina Widianingrum (2021) <sup>75</sup>	Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hasil pengujian hipotesis dilakukan dengan metode <i>bootstrapping</i> menunjukkan bahwa variabel manfaat (<math>X_1</math>) terhadap variabel kepuasan (<math>Z</math>) memiliki nilai koefisien jalur sebesar - 0,169 yang berarti berpengaruh negatif sebesar 16,9%. Lalu nilai p-values yang dimiliki sebesar 0,101 yang berarti lebih besar dari 0,05. Kemudian nilai t-statistik sebesar 1,641 di mana nilai tersebut lebih kecil dari t-tabel dalam penelitian ini yaitu sebesar 1,985. Hal ini berarti variabel manfaat tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.</li> <li>- Hasil pengujian hipotesis dilakukan dengan metode <i>bootstrapping</i> menunjukkan bahwa variabel kemudahan (<math>X_2</math>) terhadap variabel kepuasan (<math>Z</math>) memiliki nilai</li> </ul>

<sup>75</sup> Karina Widianingrum, "Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah" (Studi Kasus BNI Syariah Wilayah DKI Jakarta)" (2021). hlm. 59-99. Diakses melalui <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/55650/1/KARINA%20WIDIANINGRUM-FEB.pdf>, Pada Tanggal 16 November 2022 Pukul 13.00 WIB.

			<p>koefisien jalur sebesar 0,428 yang berarti berpengaruh positif sebesar 42,8%. Lalu nilai p values yang dimiliki sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Kemudian nilai t-statistik sebesar 3,939 di mana nilai tersebut lebih besar dari t-tabel dalam penelitian ini yaitu sebesar 1,985. Sehingga pengaruh yang diberikan oleh konstruk kemudahan (<math>X_2</math>) terhadap kepuasan (<math>Z</math>) terbukti signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah</p>
<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keduanya meneliti tentang <i>Electronic Channel (Mobile Banking)</i>.</li> <li>- Variabel manfaat, dan kemudahan termasuk variabel X.</li> <li>- Metode penelitian menggunakan kuantitatif.</li> </ul>			
<p>Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel X lainnya fitur layanan sedangkan peneliti variabel X lainnya pengetahuan.</li> <li>- Variabel kepuasan termasuk variabel Z sedangkan peneliti variabel kepuasan termasuk variabel Y.</li> <li>- Tempat Penelitian.</li> </ul>			

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
2	Kartika (2020) <sup>76</sup>	Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Penggunaan Layanan <i>E-Banking</i>	- Berdasarkan analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana diperoleh persamaan $Y = 7.457 + 0.723X$ dari nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0.437 dan nilai

<sup>76</sup> Kartika, "Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Penggunaan Layanan *E-Banking* Di PT. Bank Tabungan Negara Parepare" (2020). hlm. 38-57. Diakses melalui <http://repository.iainpare.ac.id/1372/>, Pada Tanggal 16 November 2022 Pukul 13.00 WIB.

		Di PT. Bank Tabungan Negara Parepare	thitung sebesar 8.732 > ttabel 1.660 dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh positif pengetahuan nasabah terhadap minat menggunakan layanan peningkatan menggunakan layanan <i>E-banking</i> .
Persamaan: - Kedua-duanya sama meneliti tentang <i>Electronic Channel/Electronic Banking</i> . - Variabel pengetahuan termasuk variabel X. - Metode penelitian menggunakan kuantitatif.			
Perbedaan: - Variabel minat penggunaan layanan <i>E-banking</i> termasuk variabel Y sedangkan peneliti variabel kepuasan termasuk variabel Y. - Tempat penelitian.			

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
3	Hilyatul Hanna (2019) <sup>77</sup>	Pengaruh Efisiensi, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Internet <i>Banking</i> Di Bank Bni Syariah Cabang Cirebon	- Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank BNI Syariah Cabang Cirebon. Hal ini berdasarkan nilai thitung sebesar 2,962 dan ttabel 1,66515 hal ini menunjukkan bahwa thitung lebih besar dari ttabel ( $2,962 > 1,66515$ ) dan nilai Sighthitung sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan ( $X_3$ ) berpengaruh sebesar 39,4% terhadap kepuasan nasabah (Y)

<sup>77</sup> Hilyatul Hanna, "Pengaruh Efisiensi, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di Bank Bni Syariah Cabang Cirebon" (2019). hlm. 63-97. Diakses melalui <https://ecampus.bungabangsacirebon.ac.id/iaibbc/AmbilLampiran?d=Mewn8%2BNMWcnPE01vM2oGwqbF5FvbK7jrvXDv%2B95p4t8uGFe%2BOv2vrusZQNyBS2GSUaCd06U0iH1t7BB32N0I9peltpdOMdnVpJ3uYcGoyZhU5R1sfjuJOLi0RU7tggJJphA%2BQ5O57D66xS1UYiwlRGzXecOHZ6Nh7i85Rn4Zk8%3D>, Pada Tanggal 16 November 2022 Pukul 13.00 WIB.

<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keduanya meneliti tentang <i>Electronic Channel (Internet banking)</i>.</li> <li>- Variabel kemudahan termasuk variabel X.</li> <li>- Metode penelitian menggunakan kuantitatif.</li> </ul>
<p>Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel X lainnya efisiensi dan kepercayaan sedangkan peneliti variabel X lainnya manfaat dan pengetahuan.</li> <li>- Tempat penelitian.</li> </ul>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
4	Nabila Aulia Zahra (2021) <sup>78</sup>	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking ( <i>M-Banking</i> ) Bank Syariah Mandiri (Studi Analisis Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Bekasi Barat)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Nasabah pengguna <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Mandiri diwilayah Bekasi Barat. Dengan nilai signifikansi <math>0,004 &lt; 0,05</math> dan dibuktikan dengan uji statistik t dimana <math>t \text{ hitung } (2,975) &gt; t \text{ tabel } (1,984)</math>. Dari hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Mandiri.</li> <li>- Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel variabel Kemanfaatan terhadap Kepuasan Nasabah</li> </ul>

<sup>78</sup> Nabila Aulia Zahra, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (*M-Banking*) Bank Syariah Mandiri (Studi Analisis Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Bekasi Barat)" (2021). hlm. 79-111. Diakses melalui <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57277/1/NABILA%20AULIA%20ZAHRA-FEB.pdf>, Pada Tanggal 16 November 2022 Pukul 13.00 WIB).

			<p>pengguna Mobile <i>Banking</i> Bank Syariah Mandiri. Dengan nilai signifikansi yaitu <math>0,003 &lt; 0,05</math> dan dibuktikan dengan uji statistik t dimana t hitung <math>(3,089) &gt; t</math> tabel <math>(1,984)</math>. Dalam hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Kemanfaatan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Nasabah.</p>
<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keduanya meneliti tentang <i>Electronic Channel (Mobile banking)</i>.</li> <li>- Variabel kemudahan dan manfaat termasuk variabel X.</li> <li>- Metode penelitian menggunakan kuantitatif.</li> </ul>			
<p>Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel X lainnya kepercayaan sedangkan peneliti variabel X lainnya pengetahuan.</li> <li>- Tempat penelitian.</li> </ul>			

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
5	Novi Kurnia Cahyani (2021) <sup>79</sup>	Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna <i>Electronic Channel (E-Channel)</i> Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto	- Dalam pengujian hipotesis ini menghasilkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto dilakukan dengan uji t sebagaimana terlihat pada Tabel 4.24. Berdasarkan uji parsial (uji t) diperoleh nilai thitung $1,913 < 1,985$ (ttabel) sehingga dapat disimpulkan bahwa $H_0$ ditolak yang berarti kemudahan secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap

<sup>79</sup> Novi Kurnia Cahyani, "Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Channel Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto" (2021). hlm. 61-105. Diakses melalui <http://etheses.iainponorogo.ac.id/13707/1/Skripsi%20Novi%20Kurnia%20Cahyani%20210817136.pdf>, Pada Tanggal 16 November 2022 Pukul 13.00 WIB.

			kepuasan di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto.
Persamaan: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keduanya sama meneliti tentang <i>Electronic Channel (E-Channel)</i>.</li> <li>- Variabel kemudahan termasuk variabel X.</li> <li>- Metode penelitian menggunakan kuantitatif.</li> </ul>			
Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel X lainnya kualitas pelayanan sedangkan peneliti variabel X lainnya manfaat dan pengetahuan.</li> <li>- Tempat penelitian.</li> </ul>			

### C. Kerangka Pemikiran

Perkembangan teknologi informasi saat ini ditandai dengan bermunculnya layanan internet. Salah satu perkembangan teknologi ada pada perusahaan di lembaga keuangan perbankan, khususnya perbankan syariah yang dikenal dengan *financial technology (FinTech)*. Layanan internet pada lembaga keuangan khususnya perbankan syariah yaitu adanya *Electronic Channel (E-Channel)*. *Electronic Channel (E-Channel)* terdiri dari: kartu debit, mobile banking, internet banking, dan cash management system (CMS). Sehingga kerangka pemikiran dalam penelitian ini membahas tentang tinjauan umum nasabah dalam menggunakan layanan *Electronic Channel (E-Channel)* dan ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *Elektronik Channel (E-Channel)*.

Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui sejauhmana tingkat kepuasan nasabah berpengaruh terhadap pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)* yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tasikmalaya Masjid Agung (TMA). Ada tiga faktor yang akan dijadikan sebagai penelitian yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

dalam menggunakan layanan *Electronik Channel (E-Channel)* yaitu: kemudahan, manfaat, dan pengetahuan.

Hubungan kemudahan dengan kepuasan nasabah merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa pengaplikasian teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan dengan kata lain bahwa apabila suatu teknologi informasi mudah digunakan maka pengguna cenderung menggunakan teknologi informasi tersebut. Kemudahan penggunaan juga sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan sistem informasi merupakan hal yang mudah karena tidak memerlukan usaha keras dari penggunanya sehingga nasabah mendapatkan kemudahan dalam berhubungan dengan bank. Kemudahan mencakup kemampuan nasabah untuk dapat masuk kedalam situs website, dan lain-lain dapat dengan mudah menemukan produk atau informasi yang diinginkan dan dapat dengan mudah log in maupun log out. Dengan demikian persepsi kemudahan penggunaan teknologi ini merujuk pada keyakinan individu bahwa sistem teknologi informasi yang digunakan tidak dibutuhkan usaha yang besar selama pengoperasian dan tidak mempersulit penggunaan sehingga dapat menghasilkan kepuasan.<sup>80</sup>

Hubungan manfaat dengan kepuasan nasabah bahwa manfaat adalah dimana seseorang berpikir bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Persepsi terhadap kemanfaatan adalah manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi

---

<sup>80</sup> Endang Fatmawati, "*Technology Acceptance Model (TAM) ...*." hlm. 6. Pada Tanggal 27 Desember 2022.

dan persepsi kemanfaatan juga dipertimbangkan sebagai indikator terpenting untuk kepuasan konsumen/nasabah.<sup>81</sup>

Hubungan pengetahuan dengan kepuasan nasabah bahwa pengetahuan adalah informasi yang telah digabungkan antara pemahaman dan potensi yang melekat dalam ingatan seseorang. Dalam mengkonsumsi atau memakai suatu produk, konsumen/nasabah cenderung memilih produk yang memberikan nilai atau manfaat yang lebih dibandingkan dengan produk lainnya. Kepuasan konsumen/nasabah timbul karena adanya penilaian yang objektif atau karena dorongan emosional. Keputusan konsumen/nasabah terhadap Kepuasan konsumen/nasabah akan suatu produk untuk konsumen/nasabah adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan dengan pengetahuan, sehingga konsumen/nasabah yakin bahwa menggunakan produk tersebut bermanfaat. persepsi pengetahuan tersebut sebagai hal penting untuk kepuasan konsumen/nasabah.<sup>82</sup>

Kepuasan adalah tingkat dimana kebutuhan dan keinginan nasabah/konsumen sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik dan puas. Semakin tinggi kepuasan nasabah terhadap suatu bank, maka hal tersebut dapat menjaga kelangsungan usahanya. kepuasan nasabah juga merupakan asset terbesar yang mungkin didapat oleh perusahaan.

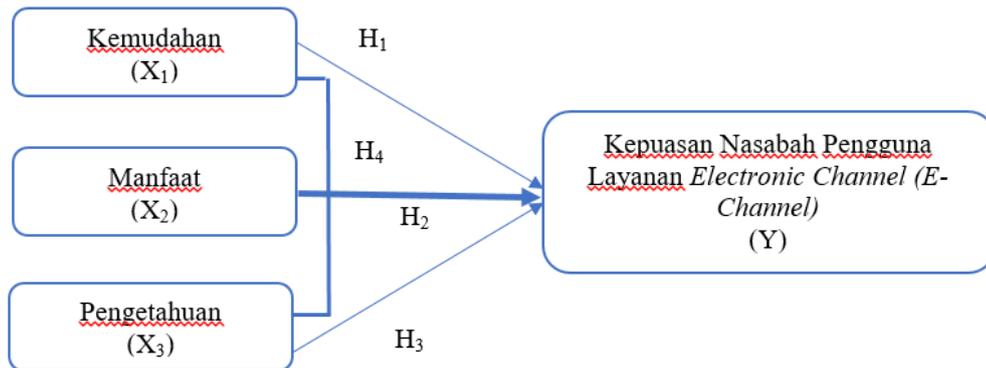
Penelitian ini didasarkan pada kerangka pemikiran bahwa kepuasan merupakan pemenuhan nasabah secara baik dan puas. Kepuasan yang dimaksud

---

<sup>81</sup> *Ibid.*

<sup>82</sup> Nugroho J Setiadi, "*Perilaku Kon...*". hlm. 54.

ini adalah mengenai kemudahan, manfaat, dan pengetahuan yang diberikan bank kepada nasabah yang menggunakan layanan *Electronic Channel (E-Channel)*. Hubungan antar variabel dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran**

Keterangan:

- H<sub>1</sub> : Pengaruh X<sub>1</sub> secara parsial terhadap Y.
- H<sub>2</sub> : Pengaruh X<sub>2</sub> secara parsial terhadap Y.
- H<sub>3</sub> : Pengaruh X<sub>3</sub> secara parsial terhadap Y.
- H<sub>4</sub> : Pengaruh X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> secara simultan terhadap Y.

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban jawaban yang diberikan baru didasari pada teori yang relevan , belum didasarkan pada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.<sup>83</sup> Berdasarkan latar belakang masalah dan kerangka pemikiran yang sudah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

##### 1. Hipotesis 1 ( $X_1 \longrightarrow Y$ )

Ho1 : Faktor kemudahan ( $X_1$ ) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)* Pada Nasabah BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA).

Ha1 : Faktor kemudahan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)* Pada Nasabah BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA).

---

<sup>83</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*" (Bandung: Alfabeta, 2018). h. 63.

2. Hipotesis 2 ( $X_2 \longrightarrow Y$ )

H<sub>02</sub> : Faktor manfaat ( $X_2$ ) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)* Pada Nasabah BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA).

H<sub>a2</sub> : Faktor manfaat ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)* Pada Nasabah BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA).

3. Hipotesis 3 ( $X_3 \longrightarrow Y$ )

H<sub>03</sub> : Faktor pengetahuan ( $X_3$ ) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)* Pada Nasabah BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA).

H<sub>a3</sub> : Faktor pengetahuan ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)* Pada Nasabah BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA).

4. Hipotesis 4 ( $X_4 \longrightarrow Y$ )

H<sub>04</sub> : Faktor kemudahan ( $X_1$ ), manfaat ( $X_2$ ), dan pengetahuan ( $X_3$ ) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan nasabah (Y) Pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)* Pada Nasabah BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA).

Ha4 : Faktor kemudahan ( $X_1$ ), manfaat ( $X_2$ ), dan pengetahuan ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Pengguna layanan *Electronic Channel (E-Channel)* Pada Nasabah BSI KCP Tasikmalaya Masjid Agung (TMA).