



**Pengaruh *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Bri Syariah
Kebayoran Baru**

Budi Syamtoro

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

Email: dosen02332@unpam.ac.id

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima: 27 November 2020

Direvisi: 30 November 2020

Dipublikasikan: Desember 2020

e-ISSN: 2089-5364

p-ISSN: 2622-8327

DOI: 10.5281/zenodo.4395919

Abstract:

This study aims to determine the effect of Internet Banking on Customer Satisfaction at PT. Bank BRI Syariah Kebayoran Baru. The method used is explanatory research with a sample of 89 respondents. The analysis technique uses statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study, the Internet Banking variable obtained an average score of 3.406 with good criteria. The Customer Satisfaction variable obtained an average score of 3,793 with good criteria. Internet Banking has a positive and significant effect on Customer Satisfaction with a regression equation value of $Y = 10.620 + 0.802X$, and a correlation coefficient value of 0.749 or has a strong level of relationship with a determination value of 56.1%. Hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Internet Banking, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Peran bank sangat besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu Negara. Semua sektor usaha baik sektor industri, perdagangan, pertanian, perkebunan, jasa perumahan, dan lainnya sangat membutuhkan bank sebagai mitra dalam mengembangkan usahanya. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat

dalam bentuk simpanan dan menyalurkan ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank merupakan lembaga keuangan yang fungsi utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa-jasa perbankan.³ Dalam dunia perbankan, banyak inovasi layanan yang sudah dibentuk bertujuan untuk menarik dan memberikan

layanan yang nyaman, aman dan mudah bagi nasabah, dengan perkembangan teknologi informasi saat ini telah menciptakan jenis dan peluang bisnis yang baru dan transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronik. Sehubungan dengan perkembangan teknologi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan jual beli dan transaksi.

Transaksi menggunakan media elektronik akan mendominasi sistem keuangan, kebutuhan ini semakin bertambah sesuai dengan kegiatan perdagangan secara elektronik. Di Indonesia, komputer dan internet mulai memasyarakat di tahun 1990. Meskipun demikian sebelum tahun 1990, ilmu elektro dan ilmu komputer mulai memasuki Indonesia termasuk juga di beberapa perguruan tinggi.

Sebagai sebuah jaringan terbesar di dunia, internet memberikan banyak manfaat di dalam kehidupan manusia pada berbagai elemen.⁵ Internet merupakan teknologi yang sangat umum digunakan saat ini hampir semua jenis layanan dan aplikasi, baik di komputer desktop, komputer jinjing, hingga perangkat *mobile* terhubung ke internet. Hampir semua kegiatan dari kerja hingga kegiatan santai dilakukan di internet oleh masyarakat di era digital ini.

Bank di Indonesia saat ini sudah menggunakan internet sebagai sarana untuk melakukan transaksi yaitu internet *banking*. Pada dasarnya internet *banking* merupakan suatu kontak transaksi perbankan antara pihak bank dan nasabah dengan menggunakan media internet. Hampir seluruh transaksi-transaksi dapat dilakukan melalui internet *banking*. Transaksi dapat dilakukan oleh nasabah dari sembarang tempat dan waktu. Layanan internet *banking* memungkinkan nasabah melakukan hampir semua jenis transaksi perbankan melalui internet, khususnya melalui situs web. Lewat sarana ini, setiap orang dapat melakukan pengecekan rekening, transfer

dana, pembelian voucher telepon seluler, hingga pembayaran tagihan rekening listrik, telepon, dan air.

Salah satu kendala mengirim uang dengan membawa uang tunai yang langsung dari wilayah satu ke wilayah yang lain adalah keamanan tersebut. Bahaya perampokan tidak hanya mengancam uang yang dibawa, akan tetapi juga mengancam nyawa yang membawa uang tersebut. Di sisi lain resiko kehilangan yang tidak sengaja mungkin saja terjadi. Penerimaan data yang valid dari seriap transaksi yang dilakukan nasabah dan proteksi terhadap pengaksesan data-data transaksi oleh pihak yang tidak memiliki hak merupakan salah satu poin penting untuk memenuhi permintaan nasabah akan jaminan keamanan transaksi. Kemudahan ditentukan dengan kemudahan nasabah untuk bertransaksi tanpa terpengaruh tempat dan waktu. Sedangkan kenyamanan ditentukan oleh kenyamanan nasabah untuk menggunakan suatu teknologi yang disediakan bank.

Dari waktu ke waktu makin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa internet *banking* yang diatur melalui Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 tahun 2007 tentang Penerapan Manajemen Resiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum. Penyelenggaraan internet *banking* merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah yang menginginkan servis cepat, aman, nyaman dan mudah serta tersedia setiap saat dan dapat diakses dari mana saja.

Sebagai salah satu bentuk layanan dan juga sebagai alat strategi bersaing, maka tujuan akhir penggunaan internet *banking* adalah untuk memuaskan nasabah. Secanggih apapun sistem internet *banking*, kalau akhirnya hanya mengecewakan, menimbulkan risiko yang lebih besar, serta meningkatnya rasa tidak aman kepada nasabah maka tidak

memberikan nilai tambah kepada bank maupun nasabah. Oleh karena itu, kepuasan nasabah dalam menggunakan fasilitas internet *banking* perlu dievaluasi, serta diidentifikasi faktor-faktor penentunya. Pemahaman terhadap faktor-faktor penentu kepuasan nasabah internet *banking* akan memberikan informasi empiris yang berguna bagi manajemen bank, guna meningkatkan kualitas layanannya kepada nasabah.

Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompleks dan bergerak dinamis, serta untuk menghemat waktu bagi para pelaku bisnis dan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi, khususnya dalam bidang internet ternyata telah berhasil diadopsi oleh BRI Syariah, dimana BRI Syariah memberikan solusi bertransaksi dengan cepat, aman, dan mudah melalui layanan internet *banking*. Kemudahan bertransaksi dengan fitur layanan yang lengkap tanpa harus keluar rumah merupakan kelebihan internet *banking* yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah-nasabah pada bank.

TINJAUAN PUSTAKA

1. *Internet Banking*

Internet merupakan jaringan computer terbesar di dunia, yang menghubungkan semua jaringan komputer yang ada di setiap wilayah ini, baik menggunakan media kabel (*wired*) maupun nirkabel (*wireless*). Internet sendiri merupakan teknologi yang sangat umum digunakan saat ini, hampir semua jenis layanan dan aplikasi baik di komputer desktop, komputer jinjing, hingga perangkat *mobile*, terhubung ke internet. Hampir semua kegiatan dari kerja dilakukan di internet oleh masyarakat di era digital ini.

Internet *banking* adalah fasilitas layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet yang dapat diakses 24 jam, kapan dan dimanapun nasabah berada menggunakan *personal computer, laptop,*

Hp, notebook atau PDA. Internet *banking* akan memberikan kemudahan, kepraktisan, keamanan serta kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi secara online. Dengan layanan internet *banking*, transaksi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Dari kesimpulan diatas dapat disimpulkan bahwa Internet *Banking* merupakan salah satu pelayanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet.

2. *Kepuasan Nasabah*

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan puas atau senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dengan merek yang sudah mereka anggap positif

METODE PENELITIAN

1. *Populasi*

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 89 responden nasabah PT. Bank BRI Syariah Kebayoran Baru

2. *Sampel*

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 89 responden.

3. *Jenis Penelitian*

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah

untuk mengetahui atau mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

HASIL PENELITIAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, rating score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*

	N	Descriptive Statistics			
		Min imu m	Max imu m	M ea n	Std. Deviat ion
<i>Internet Banking</i> (X)	8 9	29	44	34. 06	3.836
Kepuasan Nasabah (Y)	8 9	29	49	37. 93	4.109
Valid N (listwise)	8 9				

Internet Banking diperoleh *varians* minimum sebesar 29 dan *varians maximum* 44 dengan *rating score* sebesar 3,406 dengan standar deviasi 3,836. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

Kepuasan Nasabah diperoleh *varians* minimum sebesar 29 dan *varians maximum* 49 dengan *rating score* sebesar 3,793 dengan standar deviasi 4,109. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a		Beta	t	Sig.
	Unstandar dized Coefficien ts	Standar dized Coeffic ients			
(Constant)	10. 62 0	2.609		4.0 71	.00 0
<i>Internet Banking</i> (X)	.80 2	.076	.749	10. 534	.00 0

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 10,620 + 0,802X$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 10,620 diartikan jika *Internet Banking* tidak ada, maka telah terdapat nilai Kepuasan Nasabah sebesar 10,620 point.
- 2) Koefisien regresi *Internet Banking* sebesar 0,802, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan *Internet Banking* sebesar 0,802 point maka Kepuasan Nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,802 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui

tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah.

Correlations ^b			
		<i>Internet Banking</i> (X1)	Kepuasan Nasabah (Y)
<i>Internet Banking</i> (X)	Pearson Correlation	1	.749**
	Sig. (2-tailed)		.000
Kepuasan Nasabah (Y)	Pearson Correlation	.749**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,749 artinya *Internet Banking* memiliki hubungan yang kuat terhadap Kepuasan Nasabah.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah.

Model Summary				
Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.749 ^a	.561	.555	2.739

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar

0,561 artinya *Internet Banking* memiliki kontribusi pengaruh sebesar 56,1% terhadap Kepuasan Nasabah, sedangkan sisanya sebesar 43,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah.

Model	Coefficients ^a		Std. Error	Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients				
1 (Constant)	10.20		2.609		4.071	.000
<i>Internet Banking</i> (X)	.802	.749	.076	.749	10.534	.000

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (10,534 > 1,987), dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah diterima.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Kondisi Jawaban Responden Variabel *Internet Banking*

Berdasarkan jawaban responden, variabel *Internet Banking* diperoleh *rating score* sebesar 3,406 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah

Berdasarkan jawaban responden, variabel Kepuasan Nasabah diperoleh *rating score* sebesar 3,793 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

3. Pengaruh *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah

Internet Banking berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan persamaan regresi $Y = 10,620 + 0,802X$, nilai korelasi sebesar 0,749 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 56,1%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($10,534 > 1,987$). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- Variabel *Internet Banking* diperoleh *rating score* sebesar 3,406 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Variabel Kepuasan Nasabah diperoleh *rating score* sebesar 3,793 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Internet Banking* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan persamaan regresi $Y = 10,620 + 0,802X$, nilai korelasi sebesar 0,749 atau kuat dan kontribusi pengaruh sebesar 56,1% sedangkan sisanya sebesar 43,9% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($10,534 > 1,987$).

2. Saran

- Bank harus mampu terus mengadopsi teknologi yang

berkembang saat ini dalam rangka membuat mudah dalam pelayanan dan nasabah tidak kesulitan dalam mengakses layanan melalui internet banking.

- Bank harus memperhatikan hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabahnya yaitu dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan manfaat yang dirasakan

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ifham, 2015. *Ini Lho Bank Syariah!*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Albert Kurniawan, 2014. *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis*, Bandung: Alfabeta,
- Albert Kurniawan, 2014. *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis*, Bandung: Alfabeta,
- Bank Central Asia Tbk Cabang Padang (Survey Pada : Nasabah BCA Cabang Padang)", *Skripsi*, Padang: Fakultas Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang, 2010. (tidak diterbitkan)
- Budi Raharjo (2001). Aspek Teknologi dan Keamanan dalam Internet Banking. (www.budi.insan.co.id/articles/internet-banking-bi1.pdf, diakses 20 juni 2015)
- Cholid, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015.
- Christiana Okky Augusta Lovenia, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah", *Skripsi*, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syarif Hidayatullah, 2010.
- Dian Revit, "Analisis Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Nasabah PT.
- Erlangga, H. (2020). The Challenges of Organizational Communication in the Digital Era. *Solid State Technology*, 63(4), 1240-1246.

- Fitria Kusuma Wardhani, “Analisa Kepuasan Nasabah Pengguna Terhadap Layanan Internet *Banking* (Studi kasus Pada PT Bank Negara Indonesia, Tbk Kantor Cabang Utama Dukuh Bawah”, *Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014.(tidak diterbitkan)
- Ghazali, aplikasi analisis multivariate dengan program spss, Semarang: badan penerbit universitas Diponegoro,2006.
- Haque, MG., Munawaroh, Sunarsi, D., (2020). Analysis of SMEs Culinary Marketing Strategy During Covid 19 Pancemic: A Study at “Sate Bebek Cilegon” Resto in Cilegon, Banten. *International Journal of Education, Information Technology, and Others*. Vol.3. Issue 2
- Ismail, *Akuntansi Bank Teori dan Aplikasi Dalam Rupiah*, Jakarta: Prenada Media Group. 2010.
- Jajuk Herawati, “Pengaruh Dimensi Internet *Banking* Service Quality dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah”, *Jurnal* (Penelitian Empiris terhadap Nasabah Internet *Banking* di Kota Yogyakarta)
- Kasmad, K., Mustakim, M., & Sunarsi, D. (2020). Increasing Community School Interest Through Service Quality, Prices and Promotion in Vocational High Schools. *Journal of Educational Science and Technology (EST)*, 6(2)
- Kasmir, *Bank dan Lembaga keuangan Lainnya*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012.
- Maddinsyah, A., Hidayat, D., Juhaeri, J., Susanto, D., & Sunarsi, D. (2020). Desain Formulasi Dan Implementasi Bisnis Strategik Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC) Terintegrasi Kerangka Integrated Performance Management System (IPMS) Pada Koperasi Asperindo. *Inovasi*, 7(2), 67-76.
- Mardalis, *Metodelogi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013.
- Nachrowi, Penggunaan Teknik Ekonometri, Jakarta: Rajawali Pres, 2006.
- Sobarna, A., Rizal, R. M., Hambali, S., & Sunarsi, D. (2020). Influence Make a Match Model toward Communication skills in Physical and Health Pedagogical Concept. *Solid State Technology*, 63(6), 1355-1363.
- Yusuf, A., & Sunarsi, D. (2020). The Effect of Promotion and Price on Purchase Decisions. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 272-279.