

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin modern mendorong berbagai macam perubahan sistem. Dunia semakin canggih dan teknologi semakin berkembang. Perkembangan tersebut secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sistem perdagangan, transaksi, pemasaran dan peredaran uang selama ini. Perkembangan teknologi akan mendukung dan mempermudah manusia untuk melakukan aktivitas ditengah hiruk pikuk kesibukan dan tuntutan kebutuhan bisnis.

Jangkauan antara penjual dan pembeli pun sangat terbatas, namun sekarang seiring kemajuan zaman dan teknologi, khususnya internet, semua keterbatasan jarak, waktu, dan biaya dapat teratasi dengan mudah. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan bisnis, penjualan dan pembelian produk adalah dengan menggunakan *electronic commerce (e-commerce)* untuk memasarkan dan membeli berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital (Almilia, 2007:4). Sebelumnya, transaksi terjadi secara tradisional dilakukan dari tangan ke tangan secara langsung, antara pembeli dan penjual saling bertatap muka dan melakukan persetujuan dan akhirnya

Perkembangan teknologi informasi memberikan dampak dimana dunia mengalami demam *internet*. Menurut lembaga riset pasar e-Marketer, pengguna *internet* di Indonesia mencapai 83,7 juta orang pada tahun 2014, sedangkan pada tahun 2015 pengguna *internet* di Indonesia diprediksikan meningkat menjadi 93,4 juta orang dan tiga tahun setelahnya diperkirakan menjadi 123 juta orang pada tahun 2018 (<http://www.tekno.kompas.com>). Banyaknya pengguna *internet* di Indonesia tentu tidak dapat dipungkiri juga mendorong dunia bisnis untuk lebih maju dan berkembang. *Internet* menjadi media dalam melakukan transaksi penjualan dan pembelian. Selain itu *internet* menjadi media untuk mencari informasi dan bertukar informasi.

Dalil Al-Quran yang menerangkan tentang kaidah diatas terdapat dalam surah Al-Baqarah 185 yaitu:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya: "Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesulitan bagimu" (QS. Al- Baqarah: 185).

Saat ini *Internet* telah menjadi satu kebutuhan dari beberapa orang dalam menjalankan aktivitas keseharian. Hampir semua informasi dari seluruh dunia dan berbagai hal dapat ditemukan di *internet*. Untuk mencapai prestasi yang semakin meningkat, perbankan membutuhkan peranan teknologi informasi untuk mempercepat pertumbuhannya. Untuk saat ini tren yang berkembang dalam konteks transaksi yang memberi kemudahan pada para pengguna jasa perbankan adalah dengan layanan

Internet banking adalah suatu kegiatan melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui *internet* dengan *website* milik bank yang dilengkapi *sistem* keamanan. Layanan *internet banking* ini telah diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang Penerapan informasi oleh bank umum (<http://www.id.m.wikipedia.org>).

Faktor persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor yang penting bagi pengguna layanan *internet banking* dengan fleksibilitas waktu dan tempat, karena dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Dengan adanya layanan ini nasabah tidak perlu khawatir akan menghabiskan waktu untuk antri di bank atau ATM yang tentunya akan membutuhkan tenaga ekstra pula. Selain itu, biaya untuk melakukan transaksi jauh lebih murah dengan menggunakan *internet banking* dibandingkan dengan transaksi menggunakan mesin ATM.

Persepsi risiko merupakan hal yang harus sangat diperhatikan oleh para nasabah pengguna layanan *internet banking* dalam mengambil keputusan dalam memakai layanan ini, karena mereka harus mempertimbangkan berbagai hal, antara lain tingkat keamanan, gangguan jaringan, dll. Di Indonesia, *internet banking* telah diperkenalkan pada konsumen perbankan sejak beberapa tahun yang lalu, beberapa bank besar yang menyediakan layanan *internet banking* antara lain BCA, Bank Mandiri, Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri dan sebagainya

Dalam Islam, mencari nafkah adalah bagian dari ibadah, diatur dalam Al-Qur'an QS. An-Naba' {78}:11 yang berbunyi :

وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا

Artinya : “ dan kami menjadikan siang untuk mencari penghidupan ”.

Transaksi (akad) merupakan unsur penting dalam suatu jual-beli, dalam Islam persoalan transaksi sangat tegas dalam penerapannya, dan ini membuktikan bahwa keberadaan transaksi tidak boleh dikesampingkan begitu saja dalam setiap bidang kehidupan manusia, karena begitu pentingnya transaksi dalam suatu perjanjian. Dalam Islam telah mengenal aktivitas jual-beli sejak zaman Rasulullah SAW, sehingga segala urusan yang terkait dengan perdagangan, termasuk rukun serta adab jual-beli dan diatur secara rinci dalam Al-Quran dan AS-Sunnah.

Namun kini, seiring berkembangnya ilmu teknologi dan berkembangnya kecanggihan teknologi komputer, semua keterbatasan sarana, jarak, dan waktu untuk melakukan transaksi dapat teratasi dengan mudah. Hanya dengan membuka website dan klik pelanggan bisa dengan mudahnya mendapatkan barang yang diinginkan dan dapat melakukan transaksi dengan siapa saja dan dimana saja tanpa ada batasan waktu dan tempat.

Online shopping atau yang sering disebut belanja via *online* adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui *internet* dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik yang dimana barang yang

diperjualbelikan ditawarkan melalui display dengan gambar yang ada di suatu *website* atau toko maya. Setelahnya pembeli dapat memilih barang yang diinginkan untuk kemudian melakukan pembayaran kepada penjual melalui rekening bank yang bersangkutan. Setelah proses pembayaran di terima, kewajiban penjual adalah mengirim barang pesanan pembeli ke alamat tujuan.

Dalam jual-beli secara Islam, diperbolehkan keluar dari aturan jual-beli yang khusus ke aturan yang lebih umum sepanjang tidak menyalahi aturan. Nabi Muhammad SAW mengatakan bahwa dalam jual-beli harus ada ijab dan qabul pada saat ditempat. Namun diperbolehkan juga dilakukan dengan akad salam, yaitu pembeli menyerahkan sejumlah uang kepada penjual, tetapi barang pesannya belum bisa diterima saat itu juga. Secara umum dapat dilihat bahwa dalam perdagangan secara Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut sewaktu transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu, seperti dalam transaksi as-salam. Ketentuan tersebut membuat ijab dan qabul dalam belanja online menjadi tidak terlalu essensial, sebab yang utama adalah kepastian dari barang yang ditransaksikan. Sepanjang tidak terdapat unsur kedzaliman, apabila dimungkinkan berpotensi merugikan maka praktek jual-beli harus

Dalam dunia bisnis terutama dalam bisnis *online shop*, layanan *internet banking* ini sangat membantu dalam melakukan transaksi transfer, cek saldo atau mutasi rekening tanpa harus membuang waktu pergi ke ATM atau Bank.

Di Yogyakarta sendiri selain sebagai kota pelajar, banyak juga yang mahasiswa atau masyarakat sekitar yang berjualan secara *online*. Diperkirakan jumlah pelaku bisnis online ini mencapai ribuan orang terbukti dari setiap ada acara atau event bazar *clothing* yang diadakan oleh *event organizer* di berbagai tempat di Yogyakarta, acara tersebut selalu ramai dan *booth* yang disewakan selalu *soldout* kebanyakan yang menyewa *booth* tersebut adalah para *owner online shop* yang ingin memperkenalkan atau mempromosikan *online shop* mereka kepada masyarakat umum. Ini membuktikan bahwa banyaknya jumlah pelaku dan peminat *online shop* di Yogyakarta

Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan peneliti terhadap pelaku *owner online shop* di Yogyakarta, yang berjumlah 33 orang mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan *internet banking*. Dari 33 responden yang diteliti, 16 orang memakai layanan *internet banking* dari BCA dan 12 orang memakai layanan *internet banking* Bank Mandiri dan sisanya memakai BRI dan BNI. Kebanyakan para pelaku bisnis ini menggunakan jasa *internet banking* bank konvensional dikarenakan banyak *customer* yang mempunyai rekening di bank tersebut dan untuk mempermudah transaksi akhirnya pelaku bisnis

ini juga menggunakan rekening yang sama. Hanya beberapa diantara responden tersebut yang mempunyai rekening di Bank Syariah atau lembaga keuangan syariah dan hanya dipergunakan untuk kepentingan pribadi (menabung). Sedangkan bank syariah sendiri juga mempunyai fasilitas dan layanan yang sama dengan bank konvensional seperti *internet banking*, *m-banking* dll.

Pada tanggal 25 januari 2009 di jakarta terjadi pembobolan rekening nasabah via *internet* dan merugikan 2 nasabah sebuah bank dengan kerugian mencapai 60 juta rupiah. Pembobolan ini dilakukan dengan cara melakukan pengacakan password nasabah dengan menggunakan data-data pribadi para korban. Setelah berhasil menemukan password, maka uang nasabah yang tercantum di-*user ID* itu dipindahkan ke beberapa rekening penampung, dan selanjutnya uang yang berhasil dicuri. Akhirnya pelaku berhasil di tangkap oleh pihak Polda Metro Jaya (<http://www.nasional.inilah.com>).

Tetapi walaupun ada kekurangan atau masalah yang dihadapi oleh para pelaku *online shop* dalam memakai layanan *internet banking*, tetap saja mereka menggunakan layanan tersebut. Karena kemudahan, keamanan, dan kecepatan yang mereka dapatkan pada saat melakukan transaksi lewat *internet banking*.

Persaingan ketat dalam dunia perbankan antara Bank Syariah dan konvensional dalam merangsang minat calon nasabah untuk menggunakan fasilitas atau menabung di bank syariah ataupun

konvensional. Dalam strateginya bank syariah dan bank konvensional melakukan berbagai macam variasi produk, undian dan fasilitas yang lengkap.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian dan fokus meneliti pengguna *internet banking* bank syariah. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "*Faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelaku bisnis online shop (seller) untuk menggunakan fasilitas layanan internet banking bank syariah*".

B. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap minat pelaku bisnis *online shop (seller)* untuk menggunakan layanan *internet banking*?
2. Apakah faktor ketersediaan fitur (*feature availability*) berpengaruh terhadap minat pelaku bisnis *online shop (seller)* untuk menggunakan layanan *internet banking*?
3. Apakah faktor tingkat keamanan (*security*) tinggi berpengaruh terhadap minat pelaku bisnis *online shop (seller)* untuk menggunakan layanan *internet banking*?
4. Apakah faktor kemudahan penggunaan (*ease to use*) yang tinggi berpengaruh terhadap minat pelaku bisnis *online shop(seller)* untuk menggunakan layanan *internet banking*?
5. Apakah faktor kepercayaan (*trust*), ketersediaan fitur (*feature availability*), kemudahan penggunaan (*ease to use*) dan keamanan

(*security*) berpengaruh secara simultan terhadap minat pelaku bisnis *online shop (seller)* untuk menggunakan layanan *internet banking* bank syariah?

C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Dari rumusan masalah diatas maka dapat diketahui tujuan penelitian yaitu:

- a. Untuk mengetahui apakah faktor kepercayaan (*trust*) mempengaruhi minat pelaku bisnis *online shop (seller)* untuk menggunakan layanan *internet banking* bank syariah.
- b. Untuk mengetahui apakah faktor ketersediaan fitur (*feature availability*) mempengaruhi minat pelaku bisnis *online shop (seller)* untuk menggunakan layanan *internet banking* bank syariah.
- c. Untuk mengetahui apakah faktor tingkat keamanan (*security*) yang tinggi mempengaruhi minat pelaku bisnis *online shop (seller)* untuk menggunakan layanan *internet banking* bank syariah.
- d. Untuk mengetahui apakah faktor kemudahan penggunaan (*ease to use*) mempengaruhi minat pelaku bisnis *online shop (seller)* untuk menggunakan layanan *internet banking* bank syariah.
- e. Untuk menguji dan menganalisis faktor kepercayaan (*trust*), ketersediaan fitur (*feature availability*) kemudahan penggunaan

(*ease to use*) dan keamanan (*security*) terhadap minat pelaku bisnis *online shop (seller)* untuk menggunakan layanan *internet banking bank syariah*.

2. Kegunaan penelitian

Kegunaan penelitian dari peneliti ini dapat dikemukakan menjadi dua sisi:

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang – kurangnya dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan.

b. Kegunaan Praktis

1) Bagi Penulis

Menambah wawasan penulis mengenai wacana pendidikan, untuk selanjutnya dijadikan acuan dalam bersikap dan berperilaku.

2) Bagi Lembaga Pendidikan

a) Sebagai sumber informasi bagi penelitian-penelitian, serta dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan keilmuan kepada civitas akademik dalam bidang manajemen perbankan khususnya manajemen pemasaran.

b) Dapat menjadi pertimbangan untuk diterapkan dalam dunia pendidikan pada lembaga – lembaga pendidikan

yang ada di Indonesia sebagai solusi terhadap permasalahan pendidikan yang ada.

3) Bagi Pihak Lain

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi, bahan perbandingan dan sebagai bahan informasi untuk penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan minat penggunaan layanan *internet banking*.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam memahami hasil penelitian pada karya tulis ilmiah ini, maka peneliti membuat sistematika pembahasan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Tinjauan Pustaka dan Kerangka Teori, membahas tentang telaah penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, teori-teori yang mendukung dalam penelitian ini.

Bab III Metode Penelitian, berisi tentang jenis penelitian, variabel dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, teknik analisis data, dan gambaran umum *online shop* dan *internet banking*.

Bab IV Hasil dan Pembahasan, memuat hasil penelitian dan pembahasan penelitian tentang minat pelaku bisnis *online shop (seller)* untuk menggunakan layanan *internet banking* bank syariah