

PENGARUH INTERNET BANKING TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN NASABAH PADA BANK BRI SYARIAH KCP ARJAWINANGUN

H. Djohar Arifin

Penulis adalah Dosen Tetap pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

e-mail : djohararifin@gmail.com

Abstrak

Semakin pesatnya sistem teknologi ilmu komunikasi dan semakin mengglobalnya segala sistem telah mempermudah segala hal. Dengan menyikapi pemanfaatan internet dan hubungannya dengan peranan dan keberadaan hukum, hal ini tidak terkecuali juga dalam hubungannya dengan masalah munculnya pemanfaatan layanan Internet Banking dan data pribadi nasabah, dimana di beberapa Negara memandang perlu adanya pengaturan hukum. Hadirnya layanan Internet Banking ini merupakan suatu sarana media alternatif dalam memberikan kemudahan-kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi apapun dengan mudah, cepat, dimana saja dan kapan saja. Oleh karena itu kepercayaan masyarakat terhadap industri perbankan semakin meningkat. Hal itu dapat dilihat dari semakin banyaknya masyarakat yang memilih menyimpan uangnya di bank dan menggunakan layanan Internet Banking karena sangat membantu sekali dalam kondisi apapun.

Kata Kunci: *Internet Banking, Tingkat Kepercayaan, Nasabah dan Perbankan Syariah*

Abstract

The more rapidly the system of science and communication technology increasingly mengglobalnya all systems have made things easier. By addressing the use of the internet and its relation to the role and existence of the law, this is no exception in relation to the problem of the emergence of the use of Internet Banking services and personal data of customers, which in some countries views the need for legal arrangements. The presence of Internet Banking service is a means of alternative media in providing convenience for customers in any transaction easily, quickly, anywhere and anytime. Therefore, public confidence in the banking industry is increasing. It can be seen from the increasing number of people who choose to save money in the bank and use the Internet Banking service because it is very helpful in all conditions.

Keywords: *Internet Banking, Level of Trust, Customer and Sharia Banking*

Pendahuluan

Kegiatan perekonomian suatu negara selalu berkaitan dengan lalu lintas pembayaran uang, dimana industri perbankan mempunyai peranan yang sangat strategis, yakni sebagai Central sistem perekonomian. Kegiatan pokok bank yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan

menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk modal usaha atau jenis pinjaman lainnya. Dengan kata lain, baik perbankan konvensional maupun perbankan syari'ah mempunyai fungsi yang sama yakni sebagai *intermediary service*, dimana peran tersebut hanya dilaksanakan jika perbankan

beroperasi dalam keadaan sehat dan berada pada lingkungan bisnis yang kondusif.¹

Eksistensi perkembangan perbankan syari'ah telah menimbulkan berbagai perbedaan yang signifikan terutama dalam hal penentuan harga dan imbalan atas penggunaan dana. Perbankan syari'ah merupakan suatu lembaga intermediasi yang menyediakan jasa keuangan bagi masyarakat dimana seluruh aktivitasnya dijalankan berdasarkan etika dan prinsip-prinsip Islam sehingga bebas dari unsure bunga (*riba*), bebas dari kegiatan spekulatif non-produktif (*maysir*), bebas dari kegiatan yang meragukan (*gharar*), bebas dari perkara yang tidak sah (*bathil*) dan hanya membiayai usaha-usaha yang halal. Dalam operasinya, bank syari'ah memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syari'ah jual-beli dan bagi hasil sehingga bank ini sering juga dipersamakan dengan bank tanpa bunga.²

Dalam transaksi ekonomi terdapat interaksi antara penjual dengan pembeli untuk memperkuat hubungan jangka panjang antara penjual dan pembeli begitu juga dalam transaksi *internet banking*, pihak bank berusaha untuk membangun dan menjaga hubungan atau ikatan jangka panjang dengan nasabahnya. Dalam *internet banking*, adanya pemisahan secara fisik antara bank dengan konsumennya dan tidak adanya interaksi secara fisik antara konsumen dengan karyawan bank dalam *internet banking* menyebabkan situasi yang unik, sehingga kepercayaan dari konsumen adalah yang terpenting bagi bank.³

Internet banking menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan. Keuntungan dari menyediakan layanan *internet banking* bagi bank adalah *internet banking* bisa menjadi

solusi murah pengembangan infrastruktur dibanding membuka outlet ATM, contohnya Klik BCA saat ini telah menggantikan fungsi 160 ATM dan menghemat biaya pencetakan formulir yang harus diisi nasabah untuk bertransaksi, brosur, katalog, dan menggantinya dengan data elektronik.⁴

Seperti halnya masalah keamanan dan kerahasiaan data-data pribadi maupun keuangan dalam *internet banking* seringkali dipertanyakan oleh nasabah sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan *internet banking*. *Internet banking* yang mampu meyakinkan nasabahnya akan keamanan dan kerahasiaan data-data nasabah akan memperoleh kepercayaan dari nasabah. Tahun 2002 terjadi pembobolan rekening nasabah dengan menggunakan internet, tepatnya terjadi di bank BCA dengan menggunakan Klik BCA dan apabila masalah ini tidak diatasi, maka kepercayaan masyarakat akan amannya transaksi *internet banking* menjadi luntur dan menyebabkan layanan ini dihindari. Secara umum dunia perbankan melalui *e-banking* Indonesia dikejutkan oleh ulah seseorang bernama Steven Haryanto, seorang hacker dan jurnalis pada majalah Master Web. Lelaki asal Bandung ini dengan sengaja membuat situs asli tapi palsu layanan *internet banking* Bank Central Asia, (BCA). Steven membeli domain-domain dengan nama mirip www.klikbca.com (situs asli *Internet banking* BCA), yaitu domain www.klik-bca.com, klikbca.com, klikbca.com, klikbca.com, dan klikbac.com. Isi situs-situs plesetan ini nyaris sama. Jika nasabah BCA salah mengetik situs BCA asli maka nasabah tersebut masuk perangkat situs plesetan yang dibuat oleh Steven sehingga identitas pengguna (*user id*) dan nomor identitas personal dapat diketahuinya. Diperkirakan, 130 nasabah BCA tercuri datanya. Menurut pengakuan Steven pada situs bagi para webmaster di Indonesia, www.webmaster.or.id tujuan membuat situs plesetan adalah agar publik berhati-hati dan tidak ceroboh saat

¹ Muhammad, *Sistem Dan Prosedur Operasional Perbankan Syari'ah* (Yogyakarta: UII Press, 2000), 3

² Ahmad Hassan Ridwan dan Den K. Yusuf, *BMT dan BANK ISLAM: Instrumen Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), 47-48.

³ Herry Buchory dan Djasmin Saladin. *Dasar-dasar Pemasaran Bank* (Bandung:Linda Karya. 2006), 115

⁴ Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Pustaka Alfabet Anggota IKAPI, 2005), 202.

melakukan pengetikan alamat situs (*typo site*), bukan untuk mengeruk keuntungan. Kepercayaan (*trust*) menjadi katalisator bagi transaksi penjual dan pembeli yang membuat konsumen memiliki harapan besar untuk puas terhadap hubungan tukar-menukar dalam transaksi. Kepercayaan terhadap *electronic vendor* akan menentukan putusan konsumen untuk melakukan hubungan penyedia bisnis *e-commerce* dan apabila ada kekurangpercayaan terhadap *web vendor* maka akan menghalangi konsumen menggunakan produk *web vendor* yang disediakan perusahaan.⁵

Untuk membangun hubungan jangka panjang dengan nasabahnya maka bank harus selalu berkomunikasi dengan nasabahnya sehingga nasabah merasa aman dan percaya terhadap bank tersebut karena nasabah dapat dengan mudah memperoleh informasi yang mereka inginkan dari bank tersebut. Pada tahap dimana suatu web site dapat mempertinggi komunikasinya (*communication*) yang meliputi *openness*, *speed of response* dan *quality of information* akan mempengaruhi kemampuan situs tersebut untuk memenuhi kebutuhan pengguna internet.⁶

Kepercayaan secara jelas sangat bermanfaat dan penting untuk membangun *relationship*, walaupun menjadi pihak yang terpercaya perbankan tidak mudah untuk meraihnya dan memerlukan usaha bersama, keyakinan satu pihak (konsumen) pada keamanan data pribadi (*security*), adanya ruang privasi (*privacy*), dan unsur etika (*ethic*) pada pihak bank akan memberikan nilai lebih. Nilai-nilai yang terkandung dalam suatu produk merupakan hal mendasar untuk mengembangkan kepercayaan. Pihak-pihak dalam *relationship* yang memiliki perilaku, tujuan dan kebijakan yang sama

akan mempengaruhi kemampuan mengembangkan kepercayaan. Pihak-pihak yang terlibat sulit untuk saling percaya apabila ide masing-masing pihak tidak konsisten. Maka dari itu untuk menumbuhkan kepercayaan mutlak dibutuhkan *shared value* (nilai lebih).⁷

Pembahasan

A. Perbankan Syariah

1. Pengertian Perbankan Syariah

Pengertian Bank menurut UU No 7 tahun 1992 adalah badan usaha yang menghimpun dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Istilah Bank dalam literatur Islam tidak dikenal. Suatu lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat, dalam *literature* Islam dikenal dengan istilah Baitul Mal atau Baitul Tamwil. Istilah lain yang digunakan untuk sebutan Bank Islam adalah Bank Syariah.

Secara akademik, istilah Islam dan Syariah memang mempunyai pengertian berbeda. Namun secara teknis untuk penyebutan Bank Islam dan Bank Syariah mempunyai pengertian yang sama. Dalam Undang-Undang No 10 Tahun 1998 disebutkan bahwa Bank Umum merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syari'ah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Lebih lanjut dijelaskan bahwa prinsip syari'ah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpannya, pembiayaan atau kegiatan lainnya

⁵ Kompas (2002, 19 Maret). *Indonesia Tempati Posisi ke Enam Kejahatan Internet*. Data diunduh tanggal 5 Juni 2011. <http://www.kompas.com/internet/news/0203/19/104052.htm>

⁶ B. Rahardjo, *Arsitektur Internet Banking yang Terpercaya*, Data diunduh tanggal 5 Juni 2011. http://www.ilmukomputer.com/populer/budir_ahardjo-banking.php

⁷ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan* (Bandung: Alfabeta, 2010), 55

yang dinyatakan sesuai dengan syari'ah.⁸

2. Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah

Meskipun UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah telah dikeluarkan, namun Indonesia masih menganut *dual banking system* (dua sistem perbankan). Ini berarti memperkenankan dua sistem perbankan secara *co-existence*. Dua sistem perbankan itu adalah bank umum dan bank berdasarkan bagi hasil (yang secara implisit mengakui sistem perbankan berdasarkan prinsip Islam).⁹

Bank Syariah dapat dilakukan melalui 1) Bank Umum Syariah 2) Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) 3) *Islamic Windows* dan 4) *Office Channeling*. Bank Umum Syariah adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Perkreditan Rakyat Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. *Office Channeling* merupakan istilah yang diberikan guna menandai dimungkinkannya melakukan kegiatan usaha perbankan syariah di kantor cabang dan/atau kantor cabang pembantu bank umum konvensional. Praktik perbankan syariah tidak diperkenankan dilakukan bersama-sama dalam satu kantor yang berpraktik konvensional. Dalam PBI No.4/1/PBI/2002, dibuka kesempatan kepada bank umum konvensional untuk membuka cabang syariah dengan persyaratan yang cukup ketat, yaitu adanya pemisahan pembukuan, pemisahan modal,

pemisahan pegawai, dan pemisahan keragaman ruangan.¹⁰

Operasional Bank Islam didasarkan kepada prinsip jual beli dan bagi hasil sesuai dengan Syariah Islam. Adapun prinsip bagi hasil (*Profit Sharing*) sebagai berikut:¹¹

a. Al-Wadiah

Al-Wadiah yaitu perjanjian antara pemilik barang (termasuk uang) dengan penyimpan (termasuk bank) di mana pihak penyimpan bersedia untuk menyimpan dan menjaga keselamatan barang dan atau uang yang dititipkan kepadanya.

Terdapat dua jenis al-Wadiah:

- 1) Al-Wadiah Amanah
- 2) Al-Wadiah Dhamanah

Dasar hukum transaksi wadi'ah terdapat dalam al-qur'an Surat al-Baqarah ayat 283:

فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ
أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ

“Jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutang) dan hendaklah ia bertaqwa kepada Tuhannya.” (QS. Al-Baqarah: 283)¹²

Jika kedua belah saling mempercayai, boleh saja mereka bersepakat tidak memerlukan jaminan. Al-Syafi'i mengatakan: Bertransaksi perniagaan bisa dengan tiga hal (1) menggunakan saksi dan bukti tertulis, (2) utang

⁸ Hirsanuddin. *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia* (Yogyakarta: Genta Press, 2008), 35

⁹ Muhammad. *Bank Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 85

¹⁰ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syari'ah. pasal 1. ayat 7. pasal 1. ayat 12

¹¹ Rachmadi Usman. *Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), 145-150.

¹² Al-quran surat Al- Baqarah ayat 283, 58

piutang dengan jaminan atau pergadaian, (3) melalui kepercayaan atau salaing mepercayai. Kemudian beliau membaca ayat tentang utang piutang (Qs.2:282-283) Oleh karena itu hendaklah semua pihak bertaqwa kepada Allah SWT, jangan ada yang berkhianat kepada sesamanya. Perintah taqwa disipkan dalam urusan utang piutang, mengandung perintah waspada terhadap orang yang punya uang dalam memberi pinjaman. Juga memberikan bimbingan agar yang punya utang disiplin membayar. Orang yang melalikan utang, berarti tidak bertaqwa.¹³

b. Al-Mudharabah

Mudharabah yaitu perjanjian antara pemilik modal (uang atau barang) dengan pengusaha (*entrepreneur*). Dimana pemilik modal bersedia membiayai sepenuhnya suatu proyek/usaha dan pengusaha setuju untuk mengelola proyek tersebut dengan pembagian hasil sesuai dengan perjanjian. Pemilik modal tidak dibenarkan ikut dalam pengelolaan usaha, tetapi diperbolehkan membuat usulan dan melakukan pengawasan. Apabila usaha yang dibiayai mengalami kerugian, maka kerugian tersebut sepenuhnya ditanggung oleh pemilik modal, kecuali apabila kerugian tersebut terjadi karena penyelewangan atau penyalahgunaan oleh pengusaha.

Syarat-syarat mudharabah:

- 1) Modal
- 2) Keuntungan¹⁴

c. Al-Musyarakah

Musyarakah yaitu perjanjian kerja sama antara dua belah pihak atau lebih pemilik modal (uang atau barang) untuk membiayai suatu usaha. Keuntungan dari usaha tersebut dibagi sesuai persetujuan antara pihak-pihak tersebut, yang tidak harus sama dengan pangsa modal masing-masing pihak. Dalam hal terjadi kerugian, maka pembagian kerugian dilakukan sesuai pangsa modal masing-masing.¹⁵

d. Al-Murabahah dan Al-Bai'u Bithaman Ajil¹⁶

Al-Murabahah yaitu persetujuan jual-beli suatu barang dengan harga sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati bersama dengan pembayaran ditangguhkan 1 bulan sampai 1 tahun. Persetujuan tersebut juga meliputi cara pembayaran sekaligus. Sedangkan al-Bai'u Bithaman Ajil yaitu persetujuan jual-beli suatu barang dengan harga sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati bersama. Persetujuan ini termasuk pula jangka waktu pembayaran dan jumlah angsuran.

e. Al-Ijarah dan Al-Ta'jiri

Al-Ijarah yaitu perjanjian antara pemilik barang dengan penyewa yang membolehkan penyewa memanfaatkan barang tersebut dengan membayar sewa sesuai dengan persetujuan kedua belah pihak. Setelah masa sewa berakhir, maka barang akan dikembalikan kepada pemilik. Sedangkan Al-Tajiri yaitu perjanjian antara pemilik barang dengan penyewa yang

¹³ Al-Syafi'i. *Tafsir Fi Zhilalil Quran*, (Jakarta: Gema Insani, 2000), 469.

¹⁴ Rachmadi Usman. *Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia* (Jakarta : Sinar Grafika, 2012), 151.

¹⁵ Adiwarman A Karim, *Islamic Banking Fiqh And Financial Analysis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 113.

¹⁶ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2003), 56-60

membolehkan penyewa untuk memanfaatkan barang tersebut dengan membayar sewa sesuai dengan persetujuan kedua belah pihak. Setelah berakhir masa sewa, maka pemilik barang menjual barang tersebut kepada penyewa dengan harga yang disetujui kedua belah pihak.¹⁷

f. Al-Qardh¹⁸

Al-Qardh adalah suatu pinjaman lunak yang diberikan atas dasar kewajiban sosial semata, di mana peminjam tidak berkewajiban untuk mengembalikan apa pun kecuali pinjaman dan biaya administrasi.

3. Pengelolaan dan Pengawasan Bank Syariah

Bank Syariah, selain berfungsi menjembatani antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana, juga secara khusus mempunyai fungsi amanah. Untuk menjaga fungsi amanah tersebut, perlu adanya pengawasan yang melekat pada setiap orang yang terlibat di dalam aktivitas perbankan berupa motivasi keagamaan maupun pengawasan melalui kelembagaan. Supaya upaya pengendalian, meskipun suatu lembaga telah menyandang nama syariah, namun tidak tertutup kemungkinan dalam menjalankan usahanya menyimpang dari nama yang disandang tersebut. Di dalam menjalankan usahanya, bank berdasarkan prinsip-prinsip syariah berupaya menjaga dan memelihara agar prinsip-prinsip syariah tersebut tetap terpelihara dalam operasionalnya. Di dalam menjalankan fungsi kelembagaan agar operasional Bank Syariah tidak

menyimpang dari tuntutan syariah Islam, maka diadakan “Dewan Pengawas Syariah” yang tidak terdapat di dalam bank-bank konvensional.¹⁹

Dewan pengawas syariah adalah suatu lembaga dewan yang dibentuk untuk mengawasi jalannya Bank Syariah agar di dalam operasionalnya tidak menyimpang dari prinsip-prinsip muamalah menurut Islam. Dewan pengawas syariah biasanya ditempatkan pada posisi setingkat dewan komisaris pada setiap bank. Anggota dewan syariah ditetapkan oleh rapat pemegang saham dari calon yang telah mendapat rekomendasi dari Dewan Syariah Nasional.²⁰

Dewan syariah bertugas meneliti produk-produk baru bank syariah dan memberikan rekomendasi terhadap produk-produk baru tersebut serta membuat surat pernyataan bahwa bank yang diawasinya masih tetap menjalankan usaha berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dewan pengawas syariah juga bertugas untuk mendiskusikan masalah-masalah dan transaksi bisnis yang diajukan kepada dewan sehingga dapat ditentukan tentang sesuai atau tidaknya masalah-masalah tersebut dengan ketentuan-ketentuan syariah Islam.²¹

Adapun wewenang Dewan Pengawas Syariah adalah:

- a. Memberikan pedoman secara garis besar tentang aspek syariah dari operasional Bank Syariah, baik penyerahan dana, penyaluran dana maupun kegiatan-kegiatan bank lainnya.

¹⁷ Adiwarman A Karim, *Islamic Banking Fiqh And Financial Analysis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 130.

¹⁸ Adiwarman A Karim, *Islamic Banking Fiqh And Financial Analysis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 150.

¹⁹ Warkum Sumitro. *Asas-asas Perbankan Islam & Lembaga-lembaga Terkait. Bamui, Takaful dan Pasar Modal Syariah di Indonesia* (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2004), 69.

²⁰ Warkum Sumitro. *Asas-asas Perbankan Islam & Lembaga-lembaga Terkait. Bamui, Takaful dan Pasar Modal Syariah di Indonesia*. 73.

²¹ Sutedi Adrian. *Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 98.

- b. Mengadakan perbaikan terhadap suatu produk Bank Syariah yang telah atau sedang berjalan. Namun, dinilai pelaksanaannya bertentangan ketentuan syariah.

Keberhasilan pelaksanaan tugas dan wewenang dewan syariah sangat tergantung kepada independensinya di dalam membuat suatu putusan atau penilaian yang dibutuhkan. Independensi dewan ini diharapkan dapat dijamin karena :

- a. Mereka bukan staf bank, sehingga tidak tunduk di bawah kekuasaan administratif
- b. Mereka dipilih oleh Rapat Umum Pemegang Saham, demikian juga penentuan tentang honorariumnya

Dewan pengawas mempunyai sistem kerja dan tugas-tugas khusus seperti halnya Badan Pengawas lainnya.²²

Selain Dewan Pengawas Syariah, pada tingkat nasional ada pula Dewan Syariah Nasional (DSN). Tugas lembaga ini antara lain, adalah sebagai berikut:

- a. Mengawasi produk-produk lembaga keuangan syariah, seperti bank syariah, asuransi syariah, reksadana syariah, modal ventura, dan lain-lain
- b. Meneliti dan memberi fatwa terhadap produk-produk yang akan dikembangkan pada bank-bank syariah yang diajukan manajemen bank yang bersangkutan setelah mendapat rekomendasi dari dewan pengawas syariah,
- c. Mengeluarkan pedoman yang akan digunakan oleh dewan pengawas
- d. Merekomendasikan para ulama yang akan ditugaskan menjadi

anggota dewan pengawas syariah.²³

4. Produk Perbankan syariah

Produk perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu: (1) Produk Penyaluran Dana, (2) Penghimpunan Dana dan (3) Produk yang berkaitan dengan jasa yang diberikan perbankan kepada nasabahnya.

Dalam menyalurkan dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam tiga kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu:

- a. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang dilakukan dengan prinsip jual beli.
- b. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa.
- c. Transaksi pembiayaan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa, dengan prinsip bagi hasil.²⁴

Pada kategori pertama dan kedua, tingkat keuntungan bank ditentukan didepan dan menjadi bagian harga atas barang atau jasa yang dijual. Produk yang termasuk dalam kelompok ini adalah produk uang menggunakan prinsip jual beli seperti murabahah, salam, dan istishna serta produk yang menggunakan prinsip sewa yaitu ijarah. Sedangkan pada kategori ketiga, tingkat keuntungan bank ditentukan dari besarnya keuntungan usaha sesuai dengan prinsip bagi hasil. Pada produk bagi hasil

²² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 168.

²³ Syaiful Watni, Suradji, Sutriya. *Analisis dan Evaluasi Hukum Tentang Perbankan Syariah di Indonesia* (Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2003), 153.

²⁴ Andri Soemitra, *Bank dan lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 79.

keuntungan ditentukan oleh nisbah bagi hasil yang disepakati dimuka. Produk perbankan yang termasuk ke dalam kelompok ini adalah musyarakah dan mudharabah.²⁵

5. Hukum Perbankan Syariah

Melihat ketentuan-ketentuan yang ada dalam PP No. 72 Tahun 1992, keleluasaan untuk mempraktekkan gagasan perbankan berdasarkan syariat Islam terbuka seluas-luasnya, terutama berkenaan dengan jenis transaksi yang dapat dilakukan. Pembatasan hanya diberikan dalam hal:

- a. Larangan melakukan kegiatan usaha yang tidak berdasarkan prinsip bagi hasil (maksudnya kegiatan usaha berdasarkan perhitungan bunga) bagi Bank Umum atau Bank Perkreditan Rakyat yang kegiatan usahanya semata-mata berdasarkan prinsip bagi hasil. Begitu pula Bank Umum atau BPR yang kegiatan usahanya tidak berdasarkan prinsip bagi hasil dilarang melakukan kegiatan usaha yang berdasarkan prinsip bagi hasil.
- b. Kewajiban memiliki Dewan Pengawas Syariah yang bertugas melakukan pengawasan atas produk perbankan baik dana maupun pembiayaan agar berjalan sesuai dengan prinsip Syari'at, dimana pembentukannya dilakukan oleh bank berdasarkan hasil konsultasi dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI).²⁶

Pada saat berlakunya UU No. 7 Tahun 1992, selain ketiga PP tersebut di atas tidak ada lagi peraturan perundangan yang

berkenaan dengan Bank Islam. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa eksistensi Bank Islam yang telah diakui secara hukum positif di Indonesia, belum mendapatkan dukungan secara wajar berkenaan dengan praktek traksaksionalnya. Hal ini dapat dilihat misalnya dari tidak seimbangnya jumlah dana yang mampu dikumpulkan dibandingkan dengan penyalurannya di masyarakat.²⁷ Bagi BMI tidak ada kesulitan untuk mengumpulkan dana berupa tabungan dan investasi dari masyarakat, namun untuk penyalurannya masih sangat terbatas, mengingat belum adanya instrumen investasi yang berdasarkan prinsip syariah yang diatur secara pasti, baik instrumen investasi di Bank Indonesia, Pemerintah, atau antar-bank. Tidak mengherankan bilamana dalam Laporan Keuangan BMI pada masa tersebut dapat ditemukan satu pos anggaran atau account yang diberi istilah sebagai "Pendapatan Non Halal", yakni pendapatan yang didapat dari transaksi yang bersifat perbankan konvensional. Perkembangan lain yang patut dicatat berkaitan dengan perbankan syariah pada saat berlakunya Undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan adalah berdirinya Badan Arbitrase Muamalat Indonesia (BAMUI). BAMUI berdiri secara resmi tanggal 21 Oktober 1993 dengan pemrakarsa MUI dengan tujuan menyelesaikan kemungkinan terjadinya sengketa muamalat dalam hubungan perdagangan, industri, keuangan, jasa dan lain-lain di kalangan umat Islam di Indonesia.²⁸

Dengan demikian dalam transaksi-transaksi atau perjanjian-perjanjian bidang perbankan syariah

²⁵ Andri Soemitra, *Bank dan lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 86.

²⁶ Gemala Dewi, *Aspek-Aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 88.

²⁷ Zaenudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), 26.

²⁸ Hirsanuddin, *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia* (Yogyakarta: Genta Press, 2008), 64-66.

lembaga BAMUI dapat menjadi salah satu choice of forum bagi para pihak untuk menyelesaikan perselisihan atau sengketa yang mungkin terjadi dalam pelaksanaan transaksi atau perjanjian tersebut. Perkembangan kemudian berkenaan dengan BAMUI, melalui Surat Keputusan Majelis Ulama Indonesia No. Kep-09/MUI/XII/2003 tanggal 24 Desember 2003 menetapkan di antaranya perubahan nama BAMUI menjadi Badan Arbitrase Syari'ah Nasional (BASYARNAS) dan mengubah bentuk badan hukumnya yang semula merupakan Yayasan menjadi 'badan' yang berada di bawah MUI dan merupakan perangkat organisasi MUI. Meskipun pada saat berlakunya Undang-undang No. 7 Tahun 1992 perkembangan perbankan syariah masih sangat terbatas, namun sebagaimana disebutkan oleh Mariam Darus Badruzaman, merupakan salah satu tonggak sejarah yang sangat penting khususnya di dalam kehidupan umat Islam dan pada umumnya bagi perkembangan Hukum Nasional. Dalam makalahnya yang berjudul "Peranan BAMUI Dalam Pembangunan Hukum Nasional" beliau mengatakan sebagai berikut:²⁹

"Undang-undang Perbankan No. 7 Tahun 1992 membawa era baru dalam sejarah perkembangan hukum ekonomi di Indonesia. Undang-undang tersebut memperkenalkan "sistem bagi hasil" yang tidak dikenal dalam Undang-undang tentang Pokok Perbankan No. 14 Tahun 1967. Dengan adanya sistem bagi hasil itu maka Perbankan dapat melepaskan diri dari usaha-

usaha yang mempergunakan sistem "bunga". Jika selama ini peranan Hukum Islam di Indonesia terbatas hanya pada bidang hukum keluarga, tetapi sejak tahun 1992, peranan Hukum Islam sudah memasuki dunia hukum ekonomi (bisnis)."³⁰

Pada tahun 1998 eksistensi Bank Islam lebih dikukuhkan dengan dikeluarkannya Undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Dalam Undang-undang tersebut, sebagaimana ditetapkan dalam angka 3 jo. angka 13 Pasal 1 Undang-undang No. 10 Tahun 1998, penyebutan terhadap entitas perbankan Islam secara tegas diberikan dengan istilah Bank Syari'ah atau Bank Berdasarkan Prinsip Syari'ah. Pada tanggal 12 Mei 1999, Direksi Bank Indonesia mengeluarkan tiga buah Surat Keputusan sebagai pengaturan lebih lanjut Bank Syariah sebagaimana telah dikukuhkan melalui Undang-undang No. 10 Tahun 1998, yakni:

- a. Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/33/KEP/DIR tentang Bank Umum, khususnya Bab XI mengenai Perubahan Kegiatan Usaha dan Pembukaan Kantor Cabang Syariah;
- b. Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/34/KEP/DIR tentang Bank Umum Berdasarkan Prinsip Syariah ; dan
- c. Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/36/KEP/DIR tentang Bank Perkreditan Rakyat Berdasarkan Prinsip Syariah.³¹

²⁹ Hirsanuddin. *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Genta Press, 2008), 67.

³⁰ Sutedi Adrian. *Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 105.

³¹ Zaenudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), 34.

Selanjutnya berkenaan dengan operasional dan instrumen yang dapat dipergunakan Bank Syariah, pada tanggal 23 Februari 2000 Bank Indonesia secara sekaligus mengeluarkan tiga Peraturan Bank Indonesia, yakni:

- a. Peraturan Bank Indonesia No. 2/7/PBI/2000 tentang Giro Wajib Minimum Dalam Rupiah Dan Valuta Asing Bagi Bank Umum Yang Melakukan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah, yang mengatur mengenai kewajiban pemeliharaan giro wajib minimum bank umum yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah;
- b. Peraturan Bank Indonesia No. 2/8/PBI/2000 tentang Pasar Uang Antar Bank Berdasarkan Prinsip Syariah, yang dikeluarkan dalam rangka menyediakan sarana penanaman dana atau pengelolaan dana antarbank berdasarkan prinsip syariah; dan
- c. Peraturan Bank Indonesia No. 2/9/PBI/2000 tentang Sertifikat Wadiah Bank Indonesia (SWBI), yakni sertifikat yang diterbitkan Bank Indonesia sebagai bukti penitipan dana berjangka pendek dengan prinsip Wadiah yang merupakan piranti dalam pelaksanaan pengendalian moneter semacam Sertifikat Bank Indonesia (SBI) dalam praktek perbankan konvensional.³²

Berkenaan dengan peraturan-peraturan Bank Indonesia di atas, relevan dikemukakan dalam hal ini mengenai tugas Bank Indonesia dalam menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter berdasarkan prinsip syariah, sebagaimana disebutkan dalam Undang-undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank

Indonesia (UUBI). Pasal 10 ayat (2) UUBI memberikan kewenangan kepada Bank Indonesia untuk menggunakan cara-cara berdasarkan prinsip syariah dalam melakukan pengendalian moneter. Kemudian Pasal 11 ayat (1) UUBI juga memberikan kewenangan kepada Bank Indonesia untuk mengatasi kesulitan pendanaan jangka pendek suatu Bank dengan memberikan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah untuk jangka waktu paling lama 90 (sembilan puluh) hari. Dipandang dari sudut lain, dengan demikian UUBI sebagai undang-undang bank sentral yang baru secara hukum positif telah mengakui dan memberikan tempat bagi penerapan prinsip-prinsip syariah bagi Bank Indonesia dalam melakukan tugas dan kewenangannya.³³

Disamping peraturan-peraturan tersebut di atas, terhadap jenis kegiatan, produk dan jasa keuangan syariah, Bank Syariah juga wajib mengikuti semua fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN), yakni satu-satunya dewan yang mempunyai kewenangan mengeluarkan fatwa atas jenis-jenis kegiatan, produk dan jasa keuangan syariah, serta mengawasi penerapan fatwa dimaksud oleh lembaga-lembaga keuangan syariah di Indonesia. Sampai saat ini DSN telah memfatwakan sebanyak 43 fatwa, melingkupi fatwa mengenai produk perbankan syariah, lembaga keuangan *non-bank* seperti asuransi, pasar modal, gadai serta berbagai fatwa penunjang transaksi dan akad lembaga keuangan syariah.³⁴

B. Internet Banking

Internet Banking pada dasarnya merupakan gabungan dua istilah dasar

³² Zaenudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), 40-46.

³³ Zaenudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), 47.

³⁴ Tim Penulis DSN MUI, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional* (Jakarta: DSN MUI dan Bank Indonesia, 2005), 27

yaitu *Internet* dan *Banking* (bank). *Interconnected Network* (Internet) adalah sebuah sistem komunikasi global yang menghubungkan komputer-komputer dan jaringan-jaringan komputer di seluruh dunia. Setiap komputer dan jaringan terhubung secara langsung maupun tidak langsung dengan ke beberapa jalur utama yang disebut *internet backbone* dan dibedakan dengan menggunakan *unique name* yang biasa disebut dengan alamat IP 32 bit.³⁵

Pengertian Internet Banking menurut Budi Agus Riswandi.³⁶

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 (3) yaitu: (1) *informational Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*). (2) *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. (3) *Transactional Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *Internet Banking* dan melakukan eksekusi dan transaksi.³⁷

Menurut Efraim Turban menyatakan "*Online Banking*",

termasuk dari berbagai aktivitas perbankan yang bisa dilakukan dari rumah, saat bekerja, atau sedang di jalan, tidak harus dilakukan di lokasi bank secara fisik" dari pengertian itu dapat didefinisikan *Internet Banking* merupakan suatu bentuk pemanfaatan media internet oleh Bank untuk mempromosikan dan sekaligus melakukan transaksi secara *Online*, baik dari produk yang sifatnya konvensional maupun baru.³⁸

Sedangkan menurut Furs et al. mendefinisikan *Internet Banking* sebagai saluran perpanjangan jarak jauh untuk mengantarkan jasa-jasa perbankan. Jasa-jasa perbankan yang diberikan *Internet Banking* adalah jasa-jasa yang diberikan melalui perbankan tradisional, seperti pembukaan rekening tabungan, melakukan transfer dana antar rekening. Selain itu terdapat juga jenis layanan baru seperti tagihan pembayaran elektronik yang memungkinkan nasabah untuk menerima dan melakukan pembayaran melalui *Internet Banking*.³⁹

Menurut Karen Frust. mengungkapkan bahwa perbankan melalui *Internet Banking* dibedakan menjadi dua jenis. Bank yang memiliki bangunan kantor cabang dapat membuat situs internet dan menawarkan layanan perbankan yang diberikan melalui kantor cabangnya. Alternatif kedua adalah bank yang hanya memberikan jasa layanan perbankan melalui *internet banking* atau bank tanpa Kantor Cabang (*branchless*) biasa juga disebut *virtual bank* dan *internet only bank*.⁴⁰

Menurut SE No 6/18 dpnp tanggal 20 April 2004 Bank Indonesia perihal penerapan manajemen. Risiko pada aktivitas pelayanan jasa bank

³⁵ Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 21.

³⁶ Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 26

³⁷ Munir Fuady, *Hukum Perbankan Modern*, Buku Kedua (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2001), 83.

³⁸ Budi Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 30.

³⁹ Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, 33.

⁴⁰ Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, 34.

melalui *Internet Banking*, jenis *Internet Banking* yang kedua (*internet only bank*) tidak diperbolehkan di Indonesia. Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *Internet Banking* adalah salah satu jasa layanan bank melalui jaringan internet yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan jasa dan layanan perbankan seperti memperoleh informasi dan melakukan transaksi perbankan.⁴¹

Internet Banking adalah suatu aktivitas transaksi yang berhubungan dengan perbankan, dimana aktivitas tersebut bisa dilakukan di kantor, rumah atau tempat-tempat lainnya dengan menggunakan jaringan internet.

C. Kepercayaan Nasabah

Beberapa literatur telah mendefinisikan kepercayaan (*trust*) adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Sedangkan nasabah adalah individu atau kelompok yang menjalin hubungan bisnis dengan perusahaan. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk untuk bertindak laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya sebagaimana yang diutarakan Barnes.⁴²

Menurut Peppers and Rogers, kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam *relationship* dan keyakinan bahwa tindakannya

merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. Kepercayaan merupakan hal penting bagi kesuksesan *relationship*. Beberapa elemen penting dari kepercayaan adalah:

1. Kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan di masa lalu watak yang diharapkan dari mitra seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan.
2. Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam risiko.
3. Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada diri mitra.⁴³

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang di percayai.

Komponen-komponen kepercayaan ini dapat diberi label sebagai dapat diprediksi, dapat diandalkan dan keyakinan. Dapat diprediksi direfleksikan oleh pelanggan yang mengatakan bahwa mereka berurusan dengan perusahaan tertentu karena “saya dapat mengharapkannya.” Dapat diandalkan merupakan hasil dari suatu hubungan yang berkembang sampai pada titik dimana penekanan beralih dari perilaku tertentu kepada kualitas individu – kepercayaan pada individunya, bukan pada tindakan tertentu. Keyakinan direfleksikan dari perasaan aman dalam diri pelanggan bahwa mitra mereka dalam hubungan tersebut akan “menjaga mereka. Dari sudut pandang pemasaran, hal ini menyatakan bahwa perkembangan kepercayaan dan khususnya keyakinan, seharusnya menjadi komponen fundamental dari strategi pemasaran

⁴¹ Shofiyullah, *E-Commerce dalam Hukum Islam* (Jurnal Penelitian Agama : Vol. XVII, 2008), 579-580

⁴² Regulation on the Financial Strategy of Islamic Banks” dalam *Proceceeding of the 9th Expert Level Conference on Islamic Banking*, disponsori oleh Bank Indonesia dan Internasional Association of Islamic Banks Rifaat Ahmad Abdul Karim, “The Impact of the Basle Capital Adequacy Ratio, 7-8 April 1995, Jakarta

⁴³ Peppers and Rogers. *Relationship Marketing, Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 3, 1994, 40-54.

yang ditujukan untuk mengarah pada penciptaan hubungan nasabah sejati. Nasabah harus mampu merasakan bahwa dia dapat mengandalkan perusahaan, bahwa perusahaan dapat dipercaya.⁴⁴

Akan tetapi, untuk membangun kepercayaan membutuhkan waktu lama dan hanya dapat berkembang setelah pertemuan yang berulang kali dengan nasabah. Lebih penting, kepercayaan berkembang setelah seorang individu mengambil risiko dalam berhubungan dengan mitranya. Hal ini menunjukkan bahwa membangun hubungan yang dapat dipercaya akan lebih mungkin terjadi dalam sektor industri tertentu – terutama yang melibatkan pengambilan risiko oleh pelanggan dalam jangka pendek atau membutuhkan obligasi jangka panjang.⁴⁵

Morgan dan Hunt⁴⁶ mendefinisikan bahwa trust akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya. Menurut Mukherjee dan Nath⁴⁷ kepercayaan dapat diukur melalui *technology orientation*, *reputation* dan *perceived risk*. Sehingga indikator yang digunakan untuk mengukur kepercayaan adalah *technology orientation*, *reputation* dan *perceived risk*.

1. *Technology Orientation*

Besarnya kepercayaan konsumen terhadap sistem elektronik berkaitan dengan besarnya kepercayaan mereka terhadap *online*

banking.⁴⁸ Ketika konsumen memperkirakan faktor kepercayaan, beberapa persoalan muncul dalam pikiran mereka dan salah satu persoalan tersebut adalah kesesuaian kemampuan dari sistem elektronik tersebut dengan harapan konsumen. Konsumen menggunakan beberapa ukuran seperti kecepatan akses, apakah jaringannya dapat dipercaya, sistem navigasi untuk mengevaluasi transaksi-transaksi elektronik. Orientasi konsumen terhadap teknologi dari komunikasi elektronik dan internet seringkali mewakili kepercayaan mereka dalam internet banking sehingga *technology orientation* merupakan indikator dari kepercayaan.

2. *Reputation*

Reputasi merupakan keseluruhan kualitas atau karakter yang dapat dilihat atau dinilai secara umum oleh masyarakat. Ketika konsumen memproses informasi dalam *online banking*, mereka akan mempertimbangkan reputasi bank tersebut dimana reputasi adalah faktor yang sangat penting dari kepercayaan. menyatakan bahwa ketika konsumen merasa suatu *online bank* memiliki reputasi yang jelek, mereka akan malas menggunakan website bank tersebut. Dari penjelasan ini dapat disimpulkan bahwa *reputation* dapat digunakan untuk mengukur kepercayaan.⁴⁹

3. *Perceived Risk*

Besarnya persepsi konsumen mengenai risiko mempengaruhi

⁴⁴ Robert M. Morgan dan Shelby D. Hunt, The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 3, 1994, 20-38.

⁴⁵ Robert M. Morgan dan Shelby D. Hunt, The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 3, 1994, 39-53.

⁴⁶ Robert M. Morgan dan Shelby D. Hunt, The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 3, 1994, 54-69.

⁴⁷ A. Mukherjee dan Nath P, A Model of Trust in Online Relationship Banking, *International Journal of Banking*, 2003, 21

⁴⁸ M.K.O. Lee, and Turban, E. A Trust Model for Consumer Internet Shopping, 2001. Data diunduh tanggal 5 Juni. 2011, hlm. 5 <http://www.people.creighton.edu/~lch50201/summer2004/Week5responses.pdf>.

⁴⁹ R.A. Malaga, Web-Based Reputation Management Systems: Problems And Suggested Solutions. *Electronic Commerce Research*, 1, 2001, http://proquest.umi.com/pqdweb?did=528782111&sid=1&Fmt=2&clientId=46969&RQT=309&Vname=PQD_database

besarnya kepercayaan mereka terhadap online bank dan sistem dari *online bank* tersebut sehingga ketika memproses informasi *online*, konsumen sering menganggap bahwa ada risiko yang tinggi walaupun risiko tersebut sebenarnya rendah. Konsumen *online* yang lebih berpengalaman mempunyai lebih banyak informasi mengenai *online banking* sehingga mereka beranggapan risikonya rendah dan karena itu mereka mempunyai kepercayaan yang lebih dalam transaksi online. Dari penjelasan ini dapat disimpulkan bahwa *perceived risk* dapat digunakan untuk mengukur kepercayaan.⁵⁰

Analisis dan Hasil Penelitian

A. Deskriptif Analisis Data

1. Analisis Deskriptif pengaruh *Internet Banking*

Untuk mendapatkan informasi tentang pengaruh *Internet Banking* terhadap tingkat kepercayaan nasabah pada Bank BRISyariah KCP. Arjawinangun Cirebon digunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah analisis yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya.

Dalam menganalisis pengaruh *Internet Banking* terhadap tingkat kepercayaan nasabah yaitu dengan menggunakan penyebaran angket kepada 69 nasabah pengguna *Internet Banking* untuk dijadikan sampel, adapun jumlah pernyataan yang diajukan sebanyak 30 soal terdiri dari 15 soal untuk variabel X dan 15 soal untuk variabel Y.

Berdasarkan hasil jawaban dari 69 orang nasabah yang memakai *Internet Banking* di BRI Syariah KCP Arjawinangun Cirebon. Dapat diuraikan dengan tabel di bawah ini:

Tabel 1. Distribusi variabel pengaruh *Internet Banking* (X)

SKALA	INTERVAL	FREKUENSI	%
SB	60-75	54	78,3 %
B	45-60	13	18,8 %
TB	30-45	2	2,9%
STB	15-30	0	0
JUMLAH		69	100 %

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil angket yang disebarkan kepada 69 responden, dapat diambil kesimpulan mengenai gambaran tentang *Internet Banking* yang diterapkan di Bank BRISyariah KCP Arjawinangun Cirebon dilakukan dengan sangat baik karena mayoritas dari responden menjawab sangat baik yakni 78,3% dengan frekuensi 54 responden dan baik 18,8% dengan frekuensi 13 responden, sedangkan yang menyatakan tidak baik 2,9% dengan frekuensi 2 responden.

Adapun berdasarkan totalitas responden tentang pengaruh *Internet Banking* terhadap tingkat kepercayaan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Arjawinangun Cirebon adalah sangat baik (nilai berdasarkan pada jumlah yaitu 4201 yang tertera dalam lampiran).

2. Analisis Deskriptif Tingkat Kepercayaan Nasabah

Tabel 2. Distribusi variabel tingkat kepercayaan nasabah (Y)

SKALA	INTERVAL	FREKUENSI	%
SB	60-75	58	84,1%
B	45-60	11	15,9%
TB	30-45	0	0
STB	15-30	0	0
JUMLAH		69	100%

⁵⁰ S. Ba, Establishing Online Trust Through A community Responsibility System. Decision Support System, 31, 2001, 323-336.<http://www.cos.ufrj.br/~jano/CSCW2004/onlinetrust.pdf>.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil angket yang disebarkan kepada 69 responden, dapat diambil kesimpulan mengenai gambaran tentang tingkat kepercayaan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Arjawinangun Cirebon dilakukan dengan sangat baik yakni 84,1% dengan frekuensi 58 responden dan baik 15,9% dengan frekuensi 11 responden.

Adapun berdasarkan totalitas responden tentang pengaruh *Internet Banking* terhadap tingkat kepercayaan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Arjawinangun Cirebon adalah sangat baik (nilai berdasarkan pada jumlah yaitu 4237 yang tertera dalam lampiran).

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Internet banking	Kepercayaan nasabah	Standardized Residual
N		69	69	69
Normal Parameter S^a	Mean	60.88	61.41	.0000000
	Std. Deviation	6.997	6.110	.99261983
	Absolute	.145	.171	.078
Most Extreme Difference	Positive	.053	.171	.075
	Negative	-.145	-.076	-.078
Kolmogorov-Smirnov Z		1.208	1.418	.650
Asymp. Sig. (2-tailed)		.108	.036	.792

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Pengolahan Data SPSS Versi 16, 2015

B. Teknik Analisis

1. Uji Asumsi Klasik

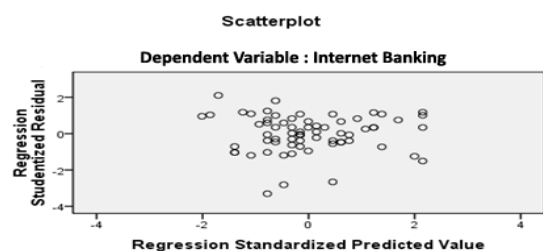
a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Pengujian terhadap normalitas data dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov menunjukkan 2 (dua) variabel yaitu *internet banking* dan kepercayaan nasabah, mempunyai nilai signifikansi masing-masing sebesar 0.108 dan 0.200 lebih besar dari batas bawah sebesar $\alpha = 0.05$, dengan demikian variable tersebut didistribusikan secara normal. Untuk menentukan data dengan uji Kolmogorov-Smirnov, nilai signifikansi harus diatas 0,05.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Pengolahan Data SPSS Versi 16, 2015

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa pola terpecah serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0, dan tidak membentuk suatu pola atau garis tertentu. Dengan demikian, data tersebut dapat dikatakan bersifat *homoskedastisitas* yaitu jika varians ke residual dari suatu pengamatan kepengamatan lain

tetap dan memenuhi persyaratan untuk analisa regresi. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Teknik Analisis Data Pengaruh *Internet Banking* Terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah

a. Uji Regresi Linier Sederhana

Jika terdapat data dari dua variabel yang sudah diketahui yang mana variabel bebas X dan yang mana variabel terikat Y sedangkan nilai-nilai Y lainnya dapat dihitung atau diprediksi berdasarkan nilai X tertentu.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.470 ^a	.221	.210	5.764

a. Predictors: (Constant), Internet Banking

b. Dependent Variable: tingkat kepercayaan nasabah

Sumber : Pengolahan data SPSS Versi 16. 2015

Dari output SPSS versi 16 diatas, maka Rumus yang digunakan dalam koefisien penentu adalah $KP = r^2 \times 100\%$. Berdasarkan tabel diatas nilai korelasi (r) pengaruh *Internet Banking* terhadap tingkat kepercayaan nasabah adalah:

$$\begin{aligned} KP &= r^2 \times 100\% \\ &= (0,470)^2 \times 100\% \\ &= 0,2209 \times 100\% \\ &= 22,1\% \end{aligned}$$

Dengan demikian nilai dari koefisien determinasi (penentu) 22,1% dapat diketahui bahwa pengaruh *Internet Banking* memberikan kontribusi sebesar 22,1% terhadap tingkat kepercayaan nasabah.

b. Uji t (Hipotesis)

Uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh

masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	34.500	6.122		5.636	.000
Internet Banking	.436	.100	.470	4.364	.000

a. Dependent Variable: Internet Banking

Sumber : Pengolahan Data SPSS Versi 16,

2015

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier sederhana dengan menggunakan bantuan program komputer *Statistic Package for Sosial Scince* (SPSS) versi 17, diperoleh nilai persamaan regresi:

$$Y = 34.500 + 0.436 X + e$$

Persamaan tersebut menginformasikan bahwa kecenderungan perubahan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta sebesar 34.500.

Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen diasumsikan 0, maka variabel dependen (*Internet Banking*) akan naik sebesar 34,5

b. Nilai koefisien *Internet Banking* adalah 0.436 yang artinya terdapat pengaruh positif variabel pengaruh *Internet Banking* terhadap variabel tingkat kepercayaan nasabah dimana setiap kenaikan satuan pengaruh *Internet Banking* akan menaikkan tingkat kepercayaan nasabah

sebesar 0,436 dengan asumsi variabel pengaruh *Internet Banking* nilainya konstan.

Berdasarkan tabel 4.4 dari output SPSS versi 16 di atas maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Dalam menentukan t_{tabel} maka dapat melihat tabel statistik dengan signifikasi $0,05/2=0,025$ yakni nilai t dikatakan signifikan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ sehingga H_1 ditolak dan H_0 diterima, sedangkan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, dapat diketahui dari lampiran t_{tabel} yaitu dengan $df=n-2$, $69-2=67$ jadi uji t_{tabel} dari df 67 adalah $67=2369$.

Dengan rumus hipotesis sebagai berikut :

$H_0=0$: tidak ada pengaruh antara *Internet Banking* terhadap tingkat kepercayaan nasabah

$H_1=0$: terdapat pengaruh antara *Internet Banking* terhadap tingkat kepercayaan nasabah

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai t_{hitung} (4364) dan t_{tabel} (2369) maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_1 diterima dan H_0 di tolak, dengan demikian berarti bahwa hipotesis "*Internet Banking* mempunyai pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan nasabah.

C. Analisis Ekonomi

Kepercayaan sangat penting bagi perkembangan Perbankan Syariah karena salah satu upaya dalam percepatan pertumbuhan ekonomi adalah dengan perbaikan disektor keuangan, pelayanan melalui perluasan akses dalam penyediaan *Internet Banking*.

Dari berbagai lembaga keuangan yang ada, Perbankan diyakini salah satu wahana yang dinilai strategis untuk

memberikan layanan yang lebih memudahkan masyarakat untuk akses ke perbankan, salah satunya dengan memberikan layanan *Internet Banking*. Oleh karena itu *Internet Banking* yang dikeluarkan oleh perbankan sangat penting dalam kelancaran transaksi guna memenuhi kebutuhan masyarakat agar lebih cepat dan mempermudah untuk melakukan kegiatan dalam perbankan seperti transfer, cek saldo, dan lain sebagainya.

Hal inilah yang menjadi fokus dari perbankan syariah yakni Bank BRI Syariah KCP Arjawinangun Cirebon sebagai salah satu lembaga keuangan yang menawarkan layanan *Internet Banking* guna untuk meberikan kepercayaan nasabah pada perbankan syariah. Bank BRI Syariah KCP Arjawinangun Cirebon mempunyai peran yang penting dalam meningkatkan dan mengembangkan taraf kehidupan ekonomi masyarakat yang berada di daerah Cirebon dan sekitarnya .

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Internet Banking* terhadap tingkat kepercayaan nasabah pada perbankan syariah ini menunjukan hasil yang cukup baik. Melihat dari pengambilan sampel yakni 69 responden yang terdiri dari variabel X (*internet banking*) dan variabel Y (kepercayaan nasabah). Dari masing-masing jawaban responden dari variabel X (15) buah pertanyaan dan variabel Y (15) buah pertanyaan dari masing-masing variabel menghasilkan data signifikan.

Pengujian kofisiensi determinasi diperoleh dari nilai internet banking sebesar 22,1% yang artinya kepercayaan nasabah dapat diketahui oleh layanan *internet banking* sebesar $22,09\% = 22,1\%$ dan sisanya 77,9% yang penjelasanya terdapat di luar faktor seperti jiwa kewirausahaan, pengalaman atau telah mengikuti pembinaan dan lain-lain. Adapun dari hasil uji ststistik diperoleh t_{tabel} yaitu dengan $df=n-2$, 69-

2=67 jadi uji t_{hitung} dari df 67 adalah 67=2369. Nilai t dikatakan signifikan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ sehingga H_1 ditolak dan H_0 diterima, sedangkan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak,

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai t_{hitung} (4364) dan t_{tabel} dari lampiran (2369) maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_1 diterima dan H_0 di tolak, dengan demikian berarti bahwa *internet banking* mempunyai pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan nasabah.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan di Bank BRI Syariah KCP Arjawinangun Cirebon mengenai pengaruh *internet banking* terhadap tingkat kepercayaan nasabah pada perbankan syariah, dengan berdasarkan sumber data yang diperoleh selama melaksanakan penelitian dengan cara penyebaran angket , maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Layanan *internet banking* yang diterapkan di Bank BRI Syariah KCP. Arjawinangun Cirebon dari hasil pengolahan angket variabel X (*internet banking*), yakni 78,3% dengan frekuensi 54 responden menyatakan sangat baik artinya bahwa *internet banking* yang dilakukan di Bank BRISyariah KCP. Arjawinangun telah dilaksanakan dengan sangat baik. Adapun berdasarkan totalitas responden tentang pengaruh *internet banking* terhadap tingkat kepercayaan nasabah pada perbankan syariah adalah sangat baik (nilai berdasarkan pada jumlah yaitu 4201 yang tertera dalam lampiran 4).
2. Berdasarkan penelitian ini maka dalam pelaksanaan yang membahas mengenai pengaruh *internet banking* terhadap tingkat kepercayaan nasabah pada perbankan syariah di Bank BRISyariah KCP. Arjawinangun Cirebon berdasarkan uji signifikan terdapat hubungan yang positif antara *internet banking* terhadap kepercayaan nasabah.

Hal ini dilihat berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4364 > 2369, sehingga H_1 diterima dan H_0 di tolak, dengan demikian berarti bahwa *internet banking* mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Berdasarkan nilai dari koefisien determinasi (penentu) 22,1% dapat diketahui bahwa pengaruh *internet banking* memberikan kontribusi sebesar 22,1% terhadap kepercayaan nasabah dan sisanya 77,9% yang penjelasannya terdapat di luar faktor seperti jiwa kewirausahaan, pengalaman atau telah mengikuti pembinaan dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Mukherjee dan Nath P, A Model of Trust in Online Relationship Banking, International Journal of Banking, 2003
- Adiwarman A Karim, *Islamic Banking Fiqh And Financial Analysis*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005
- Ahmad Hassan Ridwan dan Den K. Yusuf, *BMT dan BANK ISLAM: Instrumen Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004
- Al-Syafi'i. *Tafsir Fi Zhilalil Quran*, Jakarta: Gema Insani, 2000
- Andri Soemitra, *Bank dan lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010
- Andri Soemitra, *Bank dan lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010
- B. Rahardjo, *Arsitektur Internet Banking yang Terpercaya*, Data diunduh tanggal 5 Juni 2011. <http://www.ilmukomputer.com/populer/budirahardjo-banking.php>.
- Budi Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005

- Gemala Dewi, *Aspek-Aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005
- Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: Ekonosia, 2003
- Herry Buchory dan Djasmin Saladin. *Dasar-dasar Pemasaran Bank*, Bandung: Linda Karya. 2006
- Hirsanuddin. *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia* Yogyakarta: Genta Press, 2008
- Kompas (2002, 19 Maret). *Indonesia Tempati Posisi ke Enam Kejahatan Internet*. Data diunduh tanggal 5 Juni 2011. <http://www.kompas.com/internet/news/0203/19/104052.htm>
- M.K.O. Lee, and Turban, E. A Trust Model for Consumer Internet Shopping, 2001. Data diunduh tanggal 5 Juni. 2011, hlm. 5 <http://www.people.creighton.edu/~lch50201/summer2004/Week5responses.pdf>.
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001
- Muhammad, *Sistem Dan Prosedur Operasional Perbankan Syari'ah*, Yogyakarta: UII Press, 2000
- _____. *Bank Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005
- Munir Fuady, *Hukum Perbankan Modern*, Buku Kedua Bandung : Citra Aditya Bakti, 2001), 83.
- Peppers and Rogers. *Relationship Marketing, Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 3, 1994, 40-54.
- R.A. Malaga, Web-Based Reputation Management Systems: Problems And Suggested Solutions. *Electronic Commerce Research*, 1, 2001, <http://proquest.umi.com/pqdweb?did=528782111&sid=1&Fmt=2&clientId=46969&RQT=309&Vname=PQD database>
- Rachmadi Usman. *Aspek Hukm Perbankan Syariah Di Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2012
- Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*, Bandung: Alfabeta, 2010
- Regulation on the Financial Strategy of Islamic Banks” *dalam Proceceeding of the 9th Expert Level Conference on Islamic Banking*, disponsori oleh Bank Indonesia dan Internasional Association of Islamic Banks Rifaat Ahmad Abdul Karim, “The Impact of the Basle Capital Adequacy Ratio, 7-8 April 1995, Jakarta
- Robert M. Morgan dan Shelby D. Hunt, The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 3, 1994
- Robert M. Morgan dan Shelby D. Hunt, The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 3, 1994
- Robert M. Morgan dan Shelby D. Hunt, The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 3, 1994
- S. Ba, Establishing Online Trust Through A community Responsibility System. *Decision Support System*, 31, 2001, 323-336. <http://www.cos.ufrj.br/~jano/SCW2004/onlinetrust.pdf>.
- Shofiyullah, *E-Commerce dalam Hukum Islam*, Jurnal Penelitian Agama: Vol. XVII, 2008
- Sutedi Adrian. *Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2009
- Sutedi Adrian. *Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2009
- Syaiful Watni, Suradji, Sutriya. *Analisis dan Evaluasi Hukum Tentang Perbankan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2003
- Tim Penulis DSN MUI, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional* (Jakarta:

- DSN MUI dan Bank Indonesia, 2005), 27
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. pasal 1. ayat 7. pasal 1. ayat 12
- Warkum Sumitro. *Asas-asas Perbankan Islam & Lembaga-lembaga Terkait.* Bamui, *Takaful dan Pasar Modal Syariah di Indonesia*, Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2004
- Zaenudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2010
- Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Pustaka Alfabet Anggota IKAPI, 2005