

ANALISIS PERSEPSI NASABAH TERHADAP PENGGUNAAN E BANKING PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) PASCA DIBERLAKUKAN QANUN NO 11 TAHUN 2018 TENTANG LKS DI KOTA BANDA ACEH

Ikhsan Fajri

(Universitas Serambi Mekkah Banda Aceh)

Email : ikhsan.fajri@serambimekkah.ac.id

Hamzah Zainuri

(Universitas Serambi Mekkah Banda Aceh)

Email : hamzah.zainuri@serambimekkah.ac.id²

Abstrak

Layanan elektronik banking atau E-Banking merupakan suatu inovasi terbaru yang sengaja dihadirkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bentuk komitmen pelayanan berbasis teknologi digital yang bertujuan untuk mempermudah nasabah di sektor perbankan. Layanan E-Banking telah memungkinkan nasabah BSI untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik antara lain ATM, phone banking, electronic fund transfer, internet banking maupun mobile. Instrumen ini tentu memberikan dampak yang sangat positif bagi pengguna jasa layanan BSI di Aceh pasca diberlakukan Qanun No 11 Tahun 2018 Tentang LKS. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi nasabah terhadap kemudahan penggunaan E Banking dan mengetahui persepsi nasabah terhadap resiko-resiko yang dihadapi dalam penggunaan E-Banking pada PT. BSI pasca di berlakukan penerapan Qanun No 11 Tahun 2018 Tentang LKS di Aceh. Metode penelitian ini menggunakan desain kualitatif dengan teknik penelitian studi kasus. Jenis data yang dikumpulkan berupa data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini sangat bermanfaat serta dapat menjadi masukan bagi pemerintah dan Lembaga Keuangan Syariah untuk melakukan mitigasi lebih cepat terkait dengan potensi risiko yang muncul baik pada tataran internal bank dan eksternal, hal ini mengingat masyarakat Aceh untuk saat ini sangat sensitive dengan bentuk layanan berbasis digital yang sering bermasalah diberikan oleh bank terhadap nasabah.

Kata kunci: Persepsi Nasabah, Penggunaan E Bankking . Qanun 11 Tahun 2018 tentang LKS.

PENDAHULUAN

Pasca diberlakukannya penerapan Qanun No 11 Tahun 2018 Tentang Lembaga Keuangan Syariah di Aceh, sektor jasa keuangan di Aceh memasuki babak baru dimana seluruh lembaga keuangan konvensional harus merelakan diri keluar dari Aceh dampak pemberlakuan regulasi tersebut sehingga bank di Aceh wajib menggunakan sistem syariah di dalam menjalankan aktifitas usahanya. Kondisi ini tentu sangat menarik apabila dibandingkan dengan provinsi-provinsi lain yang ada di Indonesia mengingat sistem ekonomi syariah ini telah menjadi penantian dan harapan panjang bagi masyarakat Aceh agar sistem lembaga keuangan di Aceh berbasis Syariah.

Hadirnya Qanun tersebut juga secara tidak langsung telah memberikan ruang begitu besar bagi BSI untuk melakukan ekspansi bisnisnya secara cepat, hal ini mengingat pesaing yang dimiliki oleh BSI masih lumayan tidak begitu berat seperti BSI dilaur Provinsi Aceh. Hal ini mengingggat pesaing BSI di Aceh hanya dengan bank lokal dan lembaga keuangan mikro lainnya dan bank-bank umum syariah yang dimiliki oleh swasta. Disisi lain BSI sebagai satu-satunya bank BUMN yang memiliki jumlah aset terbesar di Aceh juga dituntut agar dapat melaksanakan kegiatan berdasarkan prinsip syariah dengan kegiatannya memberikan jasa lalu lintas pembayaran menjadi sektor yang paling insentif dan kreatif dalam pemanfaatan teknologi tepat guna untuk melayani

nasabah secara memuaskan. Perkembangan teknologi tepat guna di sektor perbankan telah membuat produk di desain secara multi fungsi secara online untuk memenuhi kebutuhan digital bagi nasabah.

Layanan electronic banking atau E-Banking merupakan layanan yang hadir dari rekayasa perkembangan teknologi di sektor perbankan. Layanan E-Banking telah memungkinkan nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik antara lain ATM, phone banking, electronic fund transfer, internet banking maupun mobile, hal ini tentu sangat menarik namun disisi lain BSI juga mendapatkan sorotan tajam dari berbagai kalangan di Aceh terkaitnya dengan sistem pelayan digitalnya yang sempat mengalami permasalahan serius pada tanggal 11 mei 2023 yang mengakibatkan sistem layanan berbasis digital lumpuh secara total sehingga mengakibatkan muncul rasa kecewa dari nasabah dan masyarakat di Aceh, kondisi ini tentu sangat buruk sehingga kedepan BSI diharapkan agar lebih hati-hati dalam mengelola sistem manajemen risikonya .¹

Disisilain uapaya yang dilakukan oleh BSI terhadap Pengguna layanan E Banking pada BSI terus meningkat sejalan dengan meningkatnya gaya hidup dan pendapatan masyarakat yang membuat kebutuhan digital banking yang semakin meningkat. Dengan layanan E-Banking, nasabah BSI dapat melakukan berbagai transaksi, secara digital diantaranya cek saldo, mutasi rekening, transfer antar rekening, pembayaran tagihan dan lainnya melalui perangkat handphone yang dimilikinya tanpa harus datang dan menunggu proses antrian yang panjang pada kantor bank.

BSI menyadari bahwa digitalisasi telah merubah pola interaksi Nasabah saat ini secara instan dalam memanfaatkan jasa perbankan secara cepat dan terpercaya sehingga bank syariah ini tetap komitmen untuk selalu menyesuaikan diri dengan perubahan gaya hidup masyarakat terhadap kebutuhan digital. Transportasi Digital Banking khususnya dalam bentuk layanan E-Banking mutlak diperlukan BSI karena disamping menekan beban operasional, juga mampu menggarap pasar alternative baru bagi konsumen milenial yang memiliki digital lifestyle khususnya di daerah-daerah perkotaan yang semakin padat dengan berbagai aktivitas.²

Banyak manfaat dan kemudahan yang dapat dirasakan oleh nasabah maupun BSI sendiri dengan tersedianya layanan E-Banking. Ebanking bisa menghemat waktu dan biaya perjalanan bagi nasabah. Selain hemat biaya juga hemat waktu, karena nasabah dapat melakukan transaksi perbankan kapan saja dan di mana saja secara digital dengan perangkat handphone android yang mereka milikinya (asalkan tersedia jaringan internet). Kelebihan lainnya, nasabah bisa membuat banyak jadwal transaksi keuangan dalam satu waktu sekaligus atau diatur jadwalnya. Bagi pihak

¹ Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 38 /POJK.03/2016 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum, (Jakarta: OJK, 2016), hal. 1

² Suharini, Mieke, Persepsi Nasabah terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk dan Jasa E-Banking (Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, 2017) hlm 168-177.

BSI E-Banking memungkinkan bank untuk mengurangi biaya operasional karena jumlah nasabah yang datang ke bank makin sedikit, sehingga bank dapat menggunakan sumber daya perbankan khususnya tenaga pelayanan yang lebih kecil.

Diantara banyak kemudahan yang diberikan oleh sistem ini dengan E-Banking, namun hambatan pemasaran E-Banking oleh BSI masih perlu dianalisis secara cermat melalui analisis persepsi nasabah yang lebih mendalam. Persepsi nasabah merupakan aktivitas yang integratif, sehingga seluruh apa yang ada dalam diri individu seperti perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan dan aspek-aspek lain yang ada dalam diri nasabah akan ikut berperan dalam mengungkapkan berbagai permasalahan. Persepsi nasabah yang lebih mendalam terhadap E-Banking menjadi sebuah kebutuhan yang utuh dalam mengambil keputusan yang tepat dan terpercaya dalam mengoreksi berbagai kelemahan dan membangun kekuatan baru bagi pengembangan produk E-Banking secara berkelanjutan.

Namun dalam realita terlihat masih banyak nasabah yang masih takut dalam menggunakan E-Banking ini, Nasabah merasa akan menghadapi resiko-resiko yang terjadi nantinya dalam menggunakan layanan EBanking pada BSI. Transaksi dengan E-Banking tidak hanya membuat mudah tetapi memunculkan sebuah resiko yaitu terdapat berbagai ancaman pada aliran data reliable dan ancaman kerusakan/kegagalan pada sistem EBanking. Kemudian semakin kompleksnya teknologi yang merupakan dasar EBanking juga memungkinkan terjadinya kesalahan yang dilakukan nasabah. Masih besarnya keragu-raguan nasabah dalam menggunakan E-Banking pada BSI terutama yang berhubungan dengan perangkat digital khususnya internet banking dan mobile banking sangat beralasan mengingat perangkat tersebut berhubungan dengan jaringan online yang sifatnya terkoneksi tanpa batas sehingga jika sedikit saja terjadi kesalahan bisa menimbulkan resiko yang merugikan.³

Dalam menggunakan aplikasi E-Banking nasabah diwajibkan mematuhi dan memiliki pemahaman yang baik terhadap semua prosedur penggunaan e- banking sehingga lebih aman. Ketentuan lainnya yang perlu dipenuhi oleh nasabah dalam penggunaan internet banking dan mobile banking sebagai bagian dari layanan E-Banking BNI Syariah cabang Banda Aceh adalah smart phone yang dimiliki nasabah harus memiliki jaringan internet yang optimal agar bisa mengakses akun E-Banking secara lebih leluasa. Jika berada di wilayah dengan jaringan internet yang kurang baik, maka secara otomatis nasabah akan kesulitan untuk mengakses internet banking, disisilain secara sistem internal BSI juga harus sangat hati-hati melakukan pengawasan hal ini mengingat BSI pernah mendapatkan stigma negative dari masyarakat Aceh akan lemahnya sistem digitalisasi yang dimiliki oleh BSI hingga menyebabkan pelayanan BSI di Aceh mengalami permasalahan yang sangat serius.

³ Hasil wawancara dengan Riza Rahmatillah, SH nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia, Jum'at 18 Mei 2023

LANDASAN TEORI

Pengertian Persepsi Nasabah

Menurut Saleh dan Wahab istilah persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan tentang pengalaman terhadap suatu benda ataupun sesuatu kejadian yang dialami. Sebagaimana dijelaskan dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBBI), bahwa persepsi dianggap sebagai sebuah pengaruh atau sebuah kesan oleh benda yang semata-mata menggunakan pengamatan penginderaan. Meskipun komunikasi pemasaran berperan penting dalam memengaruhi cara berpikir konsumen, langkah yang berarti untuk mengubah persepsi konsumen adalah dengan mengubah pengalaman terhadap produk-produk yang mengusung merek tertentu.⁴

Menurut Suharini persepsi dapat diartikan sebagai proses yang timbul akibat adanya sensasi, yaitu aktivitas merasakan atau penyebab dari keadaan emosi yang menggembirakan. Setiap manusia mempunyai perbedaan persepsi, kepribadian, dan pengalaman hidupnya, sehingga pola berpikir mereka juga akan berbeda-beda. Setiap perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan sumber daya manusia yang berkualitas perlu melakukan perencanaan sumber daya manusia yang tepat. Persepsi merupakan proses dimana individu memilih, mengorganisasikan, serta mengartikan stimulus yang diterima melalui alat inderanya menjadi suatu makna.⁵ Manusia sebagai makhluk individu pada hakekatnya memiliki berbagai dimensi dalam kehidupannya misalnya seperti susunan saraf, bentuk tubuh, sifat dan kepribadian yang berbeda satu sama lainnya. Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa membutuhkan orang lain dalam hidupnya. Kebutuhan ini menyebabkan timbulnya kesamaan sikap dan perilaku yang akan berarti mempersempit variasi antara individu yang satu dengan yang lain.

Informasi pengorganisasian seperti itu memudahkan untuk memproses dan memberikan pengertian yang terintegrasi terhadap stimulus. Persepsi dapat juga dikatakan sebagai pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ditentukan oleh faktor-faktor fungsional dan structural. Faktor-faktor fungsional yang menentukan persepsi.

- a. Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk dalam faktor-faktor personal, yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimuli itu.
- b. Faktor-faktor struktural yang menentukan persepsi. Faktor-faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada system

⁴ Suharini, Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk dan Jasa EBanking. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Bisnis & Birokrasi*, Vol. 15, No. 3, September-Desember 2008: 168-1772008.

⁵ Sugiantoro, Persepsi Karyawan Tentang Penerapan Analisis Jabatan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Bisnis & Birokrasi*, Vol. 17, No. 1, Januari-April 2010: 61- 69 2010.

syaraf individu. Maksudnya di sini yaitu dalam memahami suatu peristiwa seseorang tidak dapat meneliti fakta-fakta yang terpisah tetapi harus mamandangnya dalam hubungan keseluruhan, melihatnya dalam konteksnya, dalam lingkungannya dan masalah yang dihadapinya. Proses pemahaman terhadap rangsangan atau stimulus yang diperoleh oleh

indera menyebabkan persepsi terbagi menjadi beberapa jenis.⁶

- a. Persepsi visual yang didapatkan dari indera penglihatan. Persepsi ini adalah persepsi yang paling awal berkembang pada bayi, dan mempengaruhi bayi dan balita untuk memahami dunianya. Persepsi visual merupakan topik utama dari bahasan persepsi secara umum, sekaligus persepsi yang biasanya paling sering dibicarakan dalam konteks sehari-hari.
- b. Persepsi auditori yang didapatkan dari indera pendengaran yaitu telinga.
- c. Persepsi perabaan yang didapatkan dari indera taktil yaitu kulit.
- d. Persepsi penciuman atau olfaktori didapatkan dari indera penciuman yaitu hidung.
- e. Persepsi pengecapan atau rasa didapatkan dari indera pengecapan yaitu lidah.

Sifat yang dapat mempengaruhi persepsi yaitu:

- a. Sikap. Yang dapat mempengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan diberikan seseorang.
- b. Motivasi. Motif merupakan hal yang mendorong seseorang mendasari sikap tindakan yang dilakukannya.
- c. Minat merupakan faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu, yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut.
- d. Pengalaman masa lalu. Pengalaman masa lalu dapat mempengaruhi persepsi seseorang karena kita biasanya akan menarik kesimpulan yang sama dengan apa yang pernah dilihat dan didengar.
- e. Harapan. Mempengaruhi persepsi seseorang dalam membuat keputusan, kita akan cenderung menolak gagasan, ajakan, atau tawaran yang tidak sesuai dengan apa yang kita harapkan.
- f. Sasaran. Sasaran dapat mempengaruhi penglihatan yang akhirnya akan mempengaruhi persepsi.

⁶ Suharini, Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk dan Jasa EBanking. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Bisnis & Birokrasi*, Vol. 15, No. 3, September-Desember 2008: 168-177.

g. Situasi. Situasi atau keadaan disekita kita atau disekitar sasaran yang kita lihat akan turut mempengaruhi persepsi. Sasaran atau benda yang sama yang kita lihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula.

Terdapat 3 tahap dalam pembentukan persepsi konsumen, yaitu:⁷

a. Sensasi adalah suatu proses penyerapan informasi mengenai suatu produk yang melibatkan panca indra konsumen (pendengaran, penglihatan, penciuman dan peraba). Pada tahap ini, konsumen akan menyerap dan menyimpan segala informasi yang diberikan ketika suatu produk ditawarkan atau dicoba.

b. Organisasi adalah tahap dimana konsumen mengolah informasi yang telah ia dapatkan pada tahap sensasi. Konsumen akan membandingkan antara informasi baru tersebut dengan informasi atau pengetahuan yang telah ia miliki sebelumnya. Kemudian konsumen akan mendapatkan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki produk tersebut serta nilai tambah yang bisa didapat.

c. Interpretasi adalah pengambilan citra atau pemberian makna oleh konsumen terhadap suatu produk. Setelah pada tahap organisasi konsumen mendapatkan kelebihan dan kekurangan serta nilai tambah produk, maka akan tercipta citra atau makna khas yang melekat pada produk. Dalam pemasaran, persepsi itu lebih penting daripada realitas, Karena persepsi itulah yang akan mempengaruhi perilaku aktual konsumen.⁸

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Publik

Pesepsi nasabah dalam berbagai hal dibidang perbankan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, sehingga nasabah dapat memberikan persepsi yang baik bagi bank tersebut. Menurut Suryani yang dikutip oleh Roviana berikut hal-hal yang mempengaruhi persepsi: 1. Pengalaman 2. Harapan 3. Apa yang dipaparkan 4. Suasana hati Faktor yang sangat mempengaruhi dari persepsi nasabah adalah faktor kualitas layanan yang diberikan. Salah satu studi mengenai dimensi dari kualitas pelayanan adalah hasil kajian dari Gronroos seorang pakar dari Swedia. Menurutnya, ada 3 dimensi dari kualitas pelayanan yaitu, pertama technical quality, yaitu yang berhubungan dengan outcome suatu pelayanan. Kedua functional quality yang lebih banyak berhubungan dengan proses delivery atau bagaimana pelayanan diberikan kepada pelanggan. Dan ketiga adalah image atau reputasi dari produsen yang menyediakan jasa.⁹

E Banking

⁷ Kottler, Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Control. (Jakarta: Prenhallindo,1997), hal. 164

⁸ Firsan, Crisis Public Relatons Bagaimana PR Menangani Krisis. Perusahaan. (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2011), hal. 297.

⁹ Pikkarainen et al. Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model Internet Research. Volume 14 – Number 3 pp. 224-235,2004), hal. 204

Pikkarainen mendefinisikan E-banking sebagai sebuah portal internet yang memungkinkan nasabah untuk menggunakan berbagai layanan perbankan dari pembayaran tagihan hingga melakukan investasi. Sathye dalam Mukherjee dan Nath mengartikan E-Banking sebagai beberapa aktifitas perbankan yang memungkinkan nasabah dari bank yang bersangkutan untuk dapat mengakses informasi yang tersedia mengenai laporan saldo, transfer, pembayaran tagihan dan lain-lain via jaringan telekomunikasi tanpa perlu meninggalkan rumah atau kantor mereka. Berdasarkan beberapa definisi mengenai Ebanking diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa E-Banking adalah aktifitas perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler atau smartphone.

E-Banking adalah sarana strategi baru pada sektor perbankan global untuk menarik nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah dibidang pelayanan jasa keuangan. E-Banking mempermudah perbankan dalam memberikan pelayanan prima tanpa batas waktu dan tanpa terkendala ruang. EBanking diciptakan untuk mempermudah transaksi dan mengurangi beban kerja perbankan serta meningkatkan mutu layanan berbasis teknologi dan informasi. E-Banking membuat paradigma baru pada persaingan industri perbankan di seluruh dunia. E-Banking menawarkan metode baru dalam bertransaksi baik dalam memberikan kemudahan maupun kenyamanan. Adanya E-Banking diawali dengan basis informasi dan teknologi yang diadopsi dalam industri perbankan guna mempermudah dan memberikan kenyamanan dalam transaksi keuangan.¹⁰

HASIL PEMBAHASAN

Untuk meningkatkan layanan kepada Nasabah serta untuk memenuhi kebutuhan Nasabah, BNI Internet Banking hadir dengan fitur-fitur yang semakin lengkap. Mulai dari transfer terjadwal dan berulang, mutasi transaksi hingga 6 bulan terakhir, buka rekening Deposito/Taplus/Tapenas, personalisasi beranda, m-secure atau aplikasi token di smartphone, akses versi mobile serta berbagai layanan lainnya yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun berada. Yang lebih menarik lagi, fitur Pengelolaan Finansial Pribadi di BNI Internet Banking memungkinkan nasabah untuk membuat perencanaan keuangan sesuai kebutuhan lengkap dengan penjadwalan setoran secara otomatis, serta memungkinkan nasabah juga untuk memantau cash flow dan trend pengeluaran/pemasukan dana dalam bentuk grafik.

Disisilain Adapun manfaat yang didapatkan nasabah melalui fitur Internet Banking diuraikan sebagai berikut: 1) Dapat diakses melalui PC/Laptop dan Handphone/Smartphone dengan mengetik alamat URL BNI Internet Banking di <https://ibank.bni.co.id> atau akses website BNI

¹⁰ Himani Sharma, Bankers' Perspectives on E-Banking and Its Challenges. : Evidance from North India". The IUP Journal of Bank.2011.

(www.bni.co.id) dan pilih menu Login. 2) Dapat melakukan transaksi transfer dana dengan limit transaksi hingga 1 milyar dalam 1 hari, multi transfer, transfer terjadwal & transfer berulang. 3), Dapat melakukan pembukaan rekening (Taplus, Deposito & Tapenas), pemblokiran Kartu Debit BSI, pembaharuan setoran bulanan/jangka waktu Tapenas, dan pencairan Deposito. 4) Ada link transaksi favorit, informasi kalender transaksi terjadwal, nilai tukar valas. 5) Memiliki 2 alat otorisasi transaksi finansial 6) Menggunakan 3 otorisasi saat melakukan login ke BSI Internet Banking yaitu, USER ID, Password dan Captcha serta telah memiliki virtual keyboard untuk menghindari praktik keylogger. 7) Dapat membuat perencanaan keuangan berikut pemantauan perkembangannya. 8) Dapat memantau grafik cash flow, realisasi anggaran dari pos-pos pengeluaran, dan komposisi nominal berbagai pos pengeluaran dan pemasukan. 37 9) Dapat melakukan transfer rekening BSI antar mata uang yang sama maupun dari USD/SGD ke IDR. 10) Notifikasi transaksi dapat berupa email dan SMS.¹¹

BSI Mobile banking adalah sebuah sistem dari lembaga keuangan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui perangkat mobile seperti telepon selular untuk melayani kebutuhan nasabah dalam bertransaksi. Dalam sistem mobile banking nasabah dapat dengan mudah dalam transfer, pengecekan saldo, info nilai tukar uang dan pembayaran-pembayaran yang lainnya. Untuk mendapatkan fasilitas mobile banking ini, nasabah mendaftar terlebih dahulu ke bank dengan meregistrasi nomer HP nasabah pengguna. Perbedaan aplikasi mobile banking pada BSM dan Bank Syariah lainnya adalah terdapat kode aktivasi mobile banking sebelum nasabah mengaktifkan aplikasi mobile banking tersebut, serta menggunakan PIN ATM dalam bertransaksi Aplikasi mobile banking dalam BSM diperuntukkan individu/perorangan dan terdapat biaya administrasi bulanan nasabah dan biaya-biaya transaksi layanan yang lainnya, hanya saja terdapat biaya pulsa Rp 50 pertransaksi.

Disisi lain nasabah BSI juga sangat menyadari resiko yang terdapat dalam penggunaan E-Banking. Akan tetapi, resiko tersebut dapat dicegah dengan adanya prinsip kehati-hatian dalam melakukan transaksi. Penelitian yang dilakukan Fadhli (2016) Pengaruh persepsi nasabah atas risiko, kepercayaan, manfaat, dan kemudahan penggunaan e-banking (studi empiris pada nasabah Bank umum di Kota Banda Aceh). terdapat pengaruh secara simultan dari persepsi risiko, kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan e-banking pada nasabah Bank umum di Kota Banda Aceh. Secara parsial, persepsi kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan e-banking, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan e-banking pada nasabah Bank umum di Kota Banda Aceh.

¹¹ Fadhli. Pengaruh persepsi nasabah atas risiko, kepercayaan, manfaat, dan kemudahan penggunaan e-banking (studi empiris pada nasabah Bank umum di Kota Banda Aceh). Jurnal.2016

Disamping aspek risiko Nasabah juga mengetahui bahwa penggunaan E-Banking memberikan kemudahan bagi nasabah, akan tetapi ada resiko yang harus dihindari. Meskipun beresiko, transaksi menggunakan E-Banking tidak berbahaya jika dilakukan dengan menggunakan prinsip kehati-hatian dalam penggunaannya. Sampai saat ini nasabah BSI juga menunjukkan bahwa terdapat beberapa keluhan nasabah yang dilaporkan pada pihak bank, diantaranya gagalnya pendebitan sejumlah uang yang disetorkan melalui ATM setor tunai dan juga kartu ATM yang tertelan oleh mesin ATM. Keluhan ini diterima oleh pihak Bank untuk diproses dengan jangka waktu 2 minggu hingga 1 bulan dan selanjutnya akan digantikan dengan ATM yang baru.¹²

Dari hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa masyarakat memiliki persepsi yang positif dan bagus terhadap penggunaan E-Banking. Nasabah banyak yang menggunakan layanan E-Banking untuk memudahkan proses transaksi. Kemudahan yang paling dirasakan adalah kemudahan waktu yang singkat dalam bertransaksi. Nasabah memiliki kepercayaan terhadap transaksi E-Banking pada bank tersebut. EBanking dianggap sangat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi dengan cepat. Nasabah tidak harus datang ke Bank jika ingin melakukan transaksi dan melewati proses antri yang memakan waktu hingga 30 menit. Akan tetapi, nasabah menyadari akan resiko-resiko yang mungkin muncul dalam melakukan transaksi dengan menggunakan E-Banking, seperti kasus-kasus tertelannya mesin ATM yang sering terjadi pada saat melakukan transaksi penarikan atau transfer dan juga hilangnya perangkat elektronik seperti Handphone yang menjadi alat dalam melakukan transaksi E-Banking.

Banyaknya mesin ATM bekas pemakaian bank BNI Syariah, Mandiri Syariah dan BRI Syariah yang ada di Aceh menjadi keluhan nasabah dan masyarakat Aceh, hal ini disebabkan mesin-mesin ATM tersebut banyak yang mengalami masalah secara operasionalnya disebabkan karna faktor usia sehingga pada tanggal 11 Mei 2023 menjadi akumulasi puncak kekesalan nasabah dan masyarakat Aceh terhadap pelayanan yang diberikan oleh BSI terhadap masyarakat hal ini diakibatkan sistem digital melalui E-Banking sama sekali tidak dapat diakses dalam melakukan transaksi keuangan oleh nasabah sehingga mengakibatkan sorotan masyarakat terhadap BSI pada saat itu semakin negatif.

Pasca hadirnya Qanun No 11 Tahun 2018 Tentang Lembaga Keuangan Syariah BSI juga dituntut oleh masyarakat Aceh agar dapat memberikan pelayanan secara maksimal terhadap nasabah di Aceh dan memperbaiki secara sistematis terhadap sistem jaringan yang berhubungan dengan akses digital yang menjadi sorotan tajam masyarakat dan seluruh elemen sipil yang ada di Aceh.

KESIMPULAN

¹² Maryanto Supriyono, Buku Pintar Perbankan.(Yogyakarta:Andi,2010), hal. 65

Dari tulisan tersebut dapat disimpulkan beberapa poin diantaranya. *Pertama*, Masyarakat memiliki persepsi yang positif dan bagus terhadap penggunaan EBanking di Aceh yang diberikan oleh BSI melalui pelayanannya. Nasabah memiliki kepercayaan terhadap transaksi E-Banking pada bank tersebut. E-Banking dianggap sangat membantu nasabah dalam melakukan transaksi khususnya dalam penghematan waktu. Nasabah tidak harus datang ke Bank jika ingin melakukan transaksi. Kedua Nasabah menyadari akan resiko-resiko yang mungkin muncul dalam melakukan transaksi dengan menggunakan E-Banking, hal ini dibuktikan dengan terjadinya server down secara sistematis terhadap jaringan BSI hingga mengakibatkan menurunnya tingkat kepercayaan publik terhadap BSI, namun karena nasabah tidak memiliki akses bank yang lebih besar secara Aset dari BSI maka nasabah tetap memiliki persepsi yang positif karena meyakini resiko dapat dicegah dengan prinsip kehati-hatian dalam melakukan transaksi dan tidak mudah percaya pada informasi yang belum pasti kebenarannya.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah Saeed, *Menyoal Bank Syariah; Kritik atas Interpretasi Bunga Bank Kaum Neo-Revivalis*. Terj. Arif Maftuhi (Jakarta: Paramadina), 2014

Devita, Irma. 2008. hukum jaminan perbankan. Jakarta:

Fadhli. Pengaruh persepsi nasabah atas risiko, kepercayaan, manfaat, dan kemudahan penggunaan e-banking (studi empiris pada nasabah Bank umum di Kota Banda Aceh). Jurnal.2016

Fuady, Munir. 1995. Hukum Tentang Pembiayaan Dalam Teori dan Praktek.

Himani Sharma, Bankers' Perspectives on E-Banking and Its Challenges. : Evidance from North India". The IUP Journal of Bank.2011.

Jehani. 2017. Pedoman Praktis Perjanjian. Jakarta: Visi Media.

Kamelo. 2014. Hukum Jaminan Fidusia suatu Kebutuhan yang didambakan. Bandung: Alumni Publisher.

Raharjo, Handri. 2009. Hukum Perjanjian Indonesia. Jakarta Pustaka Yustisia.

Rivai, Veithzal, *Islamic Financial Management*, Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2008.

Suharini, Mieke, Persepsi Nasabah terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk dan Jasa E-Banking (Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, 2017)

Suharini, Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk dan Jasa EBanking. Jurnal Ilmu Administrasi dan Orhganisasi, Bisnis & Birikrasi, Vol. 15, No. 3, SeptemberDesember 2008

Kotler, Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Control. (Jakarta: Prenhallindo,1997)

Muhammad, *Model-Model Akad Pembiayaan di Bank Syariah : Panduan Teknis Pembuatan Akad/ Perjanjian Pembiayaan pada Bank Syariah*, Yogyakarta : UII Pres, 2009.

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 38 /POJK.03/2016 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum, (Jakarta: OJK, 2016)

Rajawali. Soekanto, Soerjono. 2009. Metode Penelitian hukum Normatif. Jakarta: PT Raja Grafindo.

Subekti. 1992. Arbitrase Dagang. Jakarta: Pradnya Paramita. Sunaryo. 2014. Hukum Lembaga Pembiayaan. Jakarta: Sinar Grafika.

Rina Fiati (2016), *Strategi Pengembangan Jaringan Usaha UMKM Pigura Kaligrafi Memasuki Pasar Ekspor*, Vol. (5), No. 1.

Suparman, Eman. 2004. Pilihan Forum Arbitrase dalam Sengketa Komersial untuk Penegakan Keadilan. Jakarta: Tatanusa.

Supianto. 2015. Hukum Jaminan Fidusia, Prinsip Publisitas Jaminan Fidusia. Jakarta: Garudhawaca.

Wulandari, A. S, dkk. 2008 Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Mitra Wacana Media.