

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi saat ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan dan memberikan dampak yang luar biasa kepada lembaga keuangan perbankan seperti adanya layanan *digital* yang berupa *electronic channel* (*e-banking*). Dari segi kemajuan teknologi ini perbankan dapat menerapkan *electronic banking* (*e-channel*) yang dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi ataupun yang lainnya. Adanya *e-channel* perbankan dapat menjadi lebih efisien, cepat dan akurat sehingga masyarakat dapat layanan yang nyaman. Menurut Wiji Nurastutik, *e-channel* (*electronic channel*) merupakan aktivitas perbankan yang memanfaatkan suatu sistem berupa internet untuk melakukan pembuatan buku rekening, pembayaran tagihan, transfer antar rekening dan aktivitas yang lainnya. Penerapan *e-channel* bermanfaat terhadap lembaga perbankan untuk ekspansi bisnis, menambah loyal nasabah, menambah pendapatan, membentuk modal bisnis baru dan *competitive advantage*.<sup>1</sup>

Penerapan layanan digital di Indonesia, seperti layanan *e-channel* dalam lembaga perbankan diawali dengan penyelenggaraan *digital branch*. *Digital branch* yaitu adanya sarana dalam suatu lembaga bank yang berperan secara khusus untuk mengoperasikan registrasi nasabah dan pembukaan rekening secara independen. Bank yang menyelenggarakan *digital branch* secara prinsip menerapkan seluruh

---

<sup>1</sup> Muhammad Ramaditya dan Retno Wuryaningsih, "Analisis Pengaruh Aplikasi Echannel dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah", *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 14 no 2 (Oktober 2018), 64.

ketentuan yang berlaku, antara lain manajemen resiko, manajemen resiko teknologi informasi, anti *money laundering* dan pencegahan permodalan terorisme.<sup>2</sup> Pengembangan menggunakan teknologi internet digunakan untuk memberikan layanan yang merupakan suatu inovasi dan peluang untuk merebut pangsa pasar bank-bank yang ada di Indonesia. Penggunaan *digital banking* menjadi ketertarikan utama dan senjata *delivery* maupun untuk persaingan antar bank.<sup>3</sup>

*E-channel* pada Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan suatu sistem yang banyak digunakan oleh nasabah karena mudah diakses selama 24 jam dan meminimalisir adanya antrian saat pembukaan rekening ataupun permasalahan yang dialami oleh nasabah, sehingga dengan adanya *e-channel number of account* dapat meningkat dalam setiap tahunnya. *Number of account* (NOA) merupakan suatu istilah di bank yang mengacu pada berapa banyak tabungan atau rekening yang ada dalam suatu bank.<sup>4</sup> Bank sangat diuntungkan dari adanya tabungan (nomer rekening atau nomer akun) yang dimiliki nasabah yaitu dari *fee* (biaya perbankan) yang sifatnya bulanan dan ada yang berasal dari setiap nasabah melakukan transaksi, adanya saldo mengendap dari setiap nomer akun yang dimiliki nasabah, serta adanya biaya penggantian kartu ATM dan buku rekening yang hilang ataupun rusak. Oleh karena itu, semakin bertambahnya jumlah tabungan (*number of account*) yang dimiliki oleh nasabah baik nasabah yang sudah memiliki rekening ataupun nasabah baru, maka keuntungan yang didapatkan oleh

---

<sup>2</sup> OJK, "Panduan Penyelenggaraan Digital Branch Oleh Bank Umum," diakses dari <https://www.ojk.go.id> pada tanggal 3 November 2022 pukul 15.55 WIB.

<sup>3</sup> Evi Okli Lailanidan Tannia Regina, "Penggunaan Mobile Banking Sebagai Upaya Memperlancar Transaksi Elektronik Nasabah Pada PT. BRI (Persero) Tbk," *Jurnal Manajemen, Organisasi dan Bisnis* 10 no. 01 (Juni 2021), 27.

<sup>4</sup> Venoncia Irene Kurnia Dewi dan Debby Satyo Rusandy "Analisis Layanan Brachless Banking Terhadap NOA dan Costomer Satisfaction" *Jurnal Otonomi* 21 no 2 (Oktober 2021), 342.

Bank akan semakin meningkat. Fasilitas yang disediakan di *e-channel* (*e-banking*) berupa saluran ATM, *mobile banking*, *net banking*, *phone banking*, dan SMS *banking*. Menurut Tampubolon, *e-banking* adalah suatu pelayanan jasa yang diberikan oleh perbankan untuk nasabah agar mengetahui informasi, melakukan komunikasi dan transaksi perbankan melalui saluran elektronik (*e-channel*).<sup>5</sup>

Bank Syariah Indonesia sebanyak 97% nasabah beralih dengan menggunakan *e-channel* untuk melakukan aktivitas perbankan. Peningkatan ini dipengaruhi oleh perubahan perilaku masyarakat yang lebih memanfaatkan BSI *mobile*, ATM maupun *internet banking* karena dianggap lebih menghemat waktu dan tenaga.<sup>6</sup> Per Juni 2022 nasabah yang menggunakan BSI *mobile* mencapai 4,07 juta sehingga mengalami peningkatan sebesar 81% secara tahunan dengan transaksi kumulatif BSI *mobile* mencapai 117,72 juta transaksi dan berkontribusi memberikan *fee based income* sebesar Rp119 miliar.<sup>7</sup>

PT Bank Syariah Indonesia Tbk terus mengembangkan inovasi dan digitalisasi untuk memberikan layanan yang terbaik untuk masyarakat. Apalagi Indonesia adalah penduduk yang mayoritas beragama islam BSI telah menghadirkan inovasi *mobile banking* yang dilengkapi dengan layanan islami seperti tersedianya surat-surat pendek (*jus amma*), *asmaul husna*, dan berbagi *ziswa*f serta waktu shalat maupun pencarian masjid terdekat. Selain fasilitas spiritual BSI *mobile* juga dilengkapi dengan kebutuhan nasabah baik kebutuhan

---

<sup>5</sup> Dewi Rosa Indah, "Pengaruh E-banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank BNI'46 Cabang Langsa," *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 5 no 2 (November 2016), 547.

<sup>6</sup> Vladimir Langgeng, "97% Nasabah BSI gunakan E-channel Untuk Bertransaksi," diakses dari <https://lokawarta.com/97-nasabah-bsi-gunakan-e-channel-untuk-bertransaksi/>, pada tanggal 13 Oktober 2022. Pukul 20.37 WIB.

<sup>7</sup> BSI, "Hari Pelanggan Nasional, BSI: Transformasi Digital Untuk Bangun Customer Engagement," diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/hari-pelanggan-nasional-bsi-transformasi-digital-untuk-bangun-customer-engagement>, pada tanggal 13 Oktober 2022. Pukul 20.42 WIB.

finansial maupun sosial seperti pengajuan pembiayaan, tabungan e-mas dan fasilitas perbankan lainnya. Pengembangan inovasi ini dilengkapi dengan *kick off BSI customer engagement* yang bermanfaat untuk melayani testimoni, masukan dan saran dari nasabah sebagai sumber inspirasi dalam melakukan inovasi.<sup>8</sup>

Salah satu cara yang dilakukan oleh BSI untuk mendorong masyarakat agar nasabah banyak menggunakan transaksi digital berupa BSI *mobile* yaitu dengan mengadakan suatu program yang menarik berupa program hujan rezeki BSI *mobile* untuk nasabah yang menggunakan aplikasi BSI *mobile* untuk mendukung aktivitas dan transaksi yang dilakukan oleh nasabah agar BSI bisa menjangkau masyarakat hingga pelosok Indonesia supaya BSI *mobile* dapat menjadi *channel* literasi perbankan syariah.<sup>9</sup>

Inovasi yang terinspirasi pada testimoni, masukan dan saran nasabah akan menjadi loyal sehingga nasabah akan menggunakan jasa perbankan dan pelayanan keuangan yang ada di bank BSI. Oleh karena itu, dari pelayanan ini nasabah akan merasakan puas melakukan aktivitas perbankan di bank BSI secara terus menerus bahkan akan berminat menggunakan produk lainnya yang ada di bank BSI sehingga NOA akan meningkat bahkan akan mendatangkan nasabah baru apabila bank BSI ini mendapatkan nilai yang positif di lingkungan masyarakat.

Hasil pra penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti membuktikan bahwa peningkatan *number of account* disebabkan karena faktor kebutuhan nasabah untuk menggunakan fasilitas layanan dan produk yang disediakan oleh

---

<sup>8</sup> Ferrika Sari, “Kembangkan Digitalisasi, BSI Perkuat Layanan E-Channel,” diakses dari <https://www.google.com/amp/s/amp.kontan.co.id/news/kembangkan-digitalisasi-bsi-perkuat-layanan-e-channel>, pada tanggal 13 Oktober 2022. Pukul 20.58 WIB.

<sup>9</sup> Republika, “BSI Terus Doroong Aktivasi Digital Transaksi Via BSI Mobile Lebih Masif,” diakses dari <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/rje21s380>, pada tanggal 13 Oktober 2022. Pukul 21.17 WIB.

Bank Syariah Indonesia, sehingga Bank Syariah Indonesia memberikan kemudahan untuk nasabah dengan adanya fasilitas layanan *e-channel*. Dimana fasilitas layanan *e-channel* merupakan aktivitas yang paling utama dilakukan oleh Bank BSI KCP Sumenep Trunojoyo 1 karena dapat mempermudah nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan. Selain itu, *e-channel* ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan meningkat setiap tahunnya secara global.

Peningkatan *number of account* di BSI KCP Sumenep Trunojoyo 1 dapat dilihat dari data yang peneliti dapatkan dari hasil penelitian di lapangan yang menunjukkan bahwa NOA selama 8 bulan terakhir jumlah rata-ratanya sebesar 323,125 dengan total nasabah yang berhasil melakukan pembukaan rekening menggunakan layanan *e-channel* rata-rata 148,5 sehingga pengguna layanan *e-channel* di BSI KCP Sumenep Trunojoyo 1 rata-rata sebesar 425,625. Dari hasil rata-rata tersebut dapat dibuktikan dengan hasil wawancara bersama nasabah yang ada di BSI KCP Sumenep Trunojoyo 1 yang menunjukkan bahwa dari 10 nasabah yang diwawancarai menyatakan bahwa nasabah ingin melakukan pembukaan rekening tentunya karena faktor kebutuhan dan untuk penggunaan layanan *e-channel* karena nasabah merasakan layanan tersebut lebih fleksibel sehingga nasabah dapat dengan mudah untuk menjangkaunya.

Uraian latar belakang diatas menunjukkan bahwa *e-channel* dapat memberikan peran positif terhadap peningkatan jumlah tabungan yang digunakan oleh nasabah atau *number of account*. Oleh karena itu, peneliti berinisiatif untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Peningkatan *Number of Account* Dengan Kemudahan *E-Channel* di BSI KCP Sumenep Tronojoyo 1”.

## B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian tersebut yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mekanisme layanan *e-channel* yang diterapkan oleh BSI KCP Sumenep Trunojoyo 1?
2. Bagaimana strategi layanan *e-channel* dalam peningkatan *number of account* di BSI KCP Sumenep Trunojoyo 1?
3. Apa saja faktor pendukung, penghambat dan solusi yang diterapkan dalam peningkatan *number of account* dengan adanya *e-channel* di BSI KCP Sumenep Trunpjoyo 1?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui mekanisme layanan *e-channel* yang diterapkan oleh BSI KCP Sumenep Trunojoyo 1
2. Untuk mengetahui strategi layanan *e-channel* dalam peningkatan *number of account* di BSI KCP Sumenep Trunojoyo 1
3. Untuk mengetahui faktor pendukung, penghambat dan solusi yang diterapkan dalam peningkatan *number of account* dengan adanya *e-channel* di BSI KCP Sumenep Trunpjoyo 1

## **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan bisa memerikan manfaat atau kegunaan dari adanya penulisan Skripsi baik secara teoritis ataupun secara praktis yaitu sebagai berikut:

### **1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber ilmu pengetahuan bagi akademik mengenai ilmu perbankan syariah terkait strategi peningkatan *number of account* dengan kemudahan layanan *e-channel*.

### **2. Kegunaan Praktis**

#### **a. Bagi Penulis**

- 1) Sebagai syarat kelulusan program sarjana strata satu (S1) jurusan Perbankan Syariah di IAIN Madura.
- 2) Sebagai tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu perbankan syariah.
- 3) Mengimplementasi teori dan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan di jurusan perbankan syariah.

#### **b. Bagi IAIN Madura**

- 1) Penelitian ini diharapkan digunakan sebagai referensi penunjang dalam menghidupkan Perpustakaan IAIN Madura sebagai Perpustakaan yang menyediakan sumber referensi yang lengkap dalam berbagai bidang ilmu.
- 2) Penelitian ini diharapkan mampu menimbulkan motivasi bagi peneliti berikutnya ke tahap yang lebih lanjut tentang *digital banking* di lembaga keuangan.

**c. Bagi Bank Syariah Indonesia**

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai jumlah rekening yang menggunakan fasilitas layanan *e-channel* agar lebih optimal kedepannya dalam menghadapi pesaing antar Bank.
- 2) Penelitian ini diharapkan memberikan evaluasi untuk BSI KCP Sumenep Trunojoyo 1 untuk lebih meningkatkan strategi peningkatan *number of account* dengan kemudahan *e-channel* agar menggunakan *digital banking* ini tersebar disemua wilayah Sumenep.

**d. Bagi Masyarakat**

- 1) Penelitian ini dilakukan untuk memberikan wawasan kepada masyarakat tentang penerapan *electronic banking (e-banking* atau *e-channel)* di suatu instansi lembaga keuangan perbankan sehingga masyarakat tahu mekanisme penggunaan *e-channel*.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah nasabah atau masyarakat dalam menggunakan *e-channel* di masa yang akan datang.

**E. Definisi Istilah**

Untuk menghindari kesalah pahaman terkait judul penelitian, maka peneliti merumuskan definisi istilah yang terdapat dalam judul penelitian. Definisi istilah adalah penjelasan mengenai makna dari masing-masing makna yang terdapat dalam judul dan fokus penelitian berdasarkan pemahaman peneliti. Adapun beberapa istilah yang dimaksud, antara lain:



## 1. Strategi

Menurut George A. Steiner dan Jhon B. Miner, strategi adalah suatu kesatuan rencana perusahaan atau organisasi yang komprehensif dan terpadu yang diperlukan.<sup>10</sup>

## 2. *Number of Account*

Istilah *Number of account* (NOA) dalam perbankan berarti jumlah rekening yang ada di suatu bank. Jadi, NOA merupakan sesuatu yang mengacu pada berapa banyak rekening yang dimiliki oleh nasabah di suatu Bank, sehingga NOA ini bukan sesuatu yang merujuk pada berapa banyak jumlah nasabah.<sup>11</sup>

## 3. *Electronic Channel*

*Electronic channel* (*e-channel*) atau yang biasa kita kenal dengan istilah *e-banking* merupakan fitur yang ditawarkan oleh perbankan yang dilakukan tanpa menggunakan pelayana Bank, namun melalui *delivery channel* transaksi sistem elektronik perbankan. *Delivery channel* merupakan fasilitas layanan yang diberikan oleh Bank untuk nasabah agar memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi.<sup>12</sup>

## 4. Bank Syariah

Bank syariah adalah lembaga perbankan yang menjalankan fungsi dan operasionalnya berlandaskan dengan prinsip syariah sebagaimana prinsip tersebut

---

<sup>10</sup> Imam Ahmad, dkk, *Digital Marketing (Concrpt, Strategy, and Implementation)*, (Batam: Cendikia Mulia Mandiri, 2022), 1.

<sup>11</sup> Venoncia Irene Kurnia Dewi dan Debby Satyo Rusandy “Analisis Layanan Brachless Banking Terhadap NOA dan Costomer Satisfaction” *Jurnal Otonomi* 21 no 2 (Oktober 2021), 342.

<sup>12</sup> Dini Haryati dan Ayu Feranika, *Sistem Informasi Perbankan*, (Solok: CV Insan Cendekia Mandiri, 2021), 107.

yang ada dalam Bak Umum Syariah (BUS) dan Bank Pengkreditan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>13</sup>

Jadi, pengertian dari judul penelitian “Strategi Peningkatan *Number of Account* Dengan Kemudahan *e-Channel* di BSI KCP Sumenep Trunojoyo 1” adalah rencana perusahaan untuk meningkatkan jumlah rekening yang dimiliki nasabah dengan adanya sistem yang berbasis teknologi atau *e-Channel* yang bersifat dapat menghemat waktu, tempat dan biaya.

## **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

Dalam mengangkat judul penelitian ini, sebelum peneliti melakukan riset ke lapangan peneliti melakukan kajian terhadap penelitian terdahulu baik yang berbentuk jurnal ataupun skripsi untuk mendapatkan orientasi yang lebih luas mengenai topik penelitian yang telah dipilih oleh peneliti dan hal ini juga bertujuan untuk menghindari adanya duplikasi terhadap penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Di antara hasil penelitian yang telah dilakukan oleh orang lain peneliti dapat sajian seperti berikut:

Pertama, skripsi Hidayatul Karimah dengan judul “Penggunaan Fasilitas *E-Channel* Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru” yang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan sumber data primernya bersumber dari karyawan terkait. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya fasilitas *e-channel* jumlah nasabah di Bank BNI Syariah Cabang Banjarbaru dapat meningkat.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Fena Ulfa Aulia, *Akuntansi Bank Syariah*, (Pamekasan: IAIN Madura Press, 2020), 11

<sup>14</sup> Hidayatul Karimah, “Penggunaan Fasilitas E-Channel Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru” (Skripsi, UIN Antasari Banjarmasin, 2020)

Kedua, skripsi Tri Nurbaiti dengan judul “Dampak Layanan Jasa *Mobile Banking* Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat KCP ZA Pagar Alam)” yang merupakan jenis penelitian lapangan yang bersifat kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini sumber data diperoleh dari sumber primer dan sekunder, sedangkan proses pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumen. Selain itu, penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data dan kesimpulan dalam menganalisis datanya. Hasil dalam penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa dari adanya layanan jasa *mobile banking* Bank Muamalat Kcp ZA Pagar Alam berdampak pada peningkatan jumlah nasabah karena adanya kemudahan dan kenyamanan sehingga dapat menambah loyalitas nasabah.<sup>15</sup>

Ketiga, skripsi Yuyul Fijriani dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Unismuh Alauddin”. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dimana data yang diperoleh dari kuesioner yang disebar ke 50 responden. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas layanan (X) dan kepuasan nasabah (Y) yang diuji menggunakan *crooanbach's alpha* yang dibantu menggunakan alat SPSS versi 22. Dalam penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Tri Nurbaiti, “Dampak Layanan Jasa *Mobile Banking* Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat KCP ZA Pagar Alam)”, (Skripsi, IAIN Metro, 2020).

<sup>16</sup> Yuyul Fijriani, “Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Unismuh Alauddin”, (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018).

Keempat, skripsi Nadya Lukita Puspitasari dengan judul “Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Produk *E-Channel* Pada Masa Pandemi Covid-19 Di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto”. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nadya menggunakan metode kualitatif deskriptif yang datanya diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumen. Selain itu, analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SOP dan fasilitas layanan *e-channel* ditentukan oleh pusat. Adapun dampak pelayanan yang diterapkan pada masa pandemi covid-19 yaitu mematuhi protokol kesehatan, melindungi serta memberikan keamanan karyawan serta nasabah. Mematuhi protokol kesehatan dan fasilitas memadai merupakan faktor pendukung. Selain itu, faktor penghambat yaitu adanya update sistem yang membuat jaringan sering eror, persyaratan nasabah yang kurang dan data nasabah yang tidak sesuai dengan dukcapil, serta ada nasabah yang juga tidak mematuhi protokol kesehatan. Solusi yang diterapkan yaitu dengan memberitahukan bahwa sistem eror dan security juga memberikan arahan kepada nasabah yang belum memenuhi persyaratan.<sup>17</sup>

Kelima, skripsi Azizah Khoirun Nisa dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan *E-Banking* Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah KC Tanjungkarang)”. Dalam penelitian Azizah menunjukkan bahwa penelitian ini menggunakan kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda. Sumber data berasal dari sumber primer dan sekunder

---

<sup>17</sup> Nadya Lukita Puspitasari, “Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Produk E-Channel Pada Masa Pandemi Covid-19 Di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto” (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2021).

dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* dari Nasabah BNI Syariah KC Tanjungkarang yang berjumlah 45 orang. Dalam menganalisis data yang diperoleh dibantu dengan SPSS 16. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap minat transaksi ulang secara online pada bank BNI Syariah KC Tanjungkarang. Pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan *e-banking* ditinjau dari perspektif ekonomi islam sesuai dengan apa yang difirmankan Allah SWT.<sup>18</sup>

**Tabel 1. 1**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Hidayatul Karimah, Penggunaan Fasilitas <i>E-Channel</i> Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dengan cara pengumpulan data menggunakan teknik yang sama yaitu observasi, wawancara dan dokumen.	Sumber data primernya tidak hanya fokus pada karyawan terkait namun juga mengkaji dari sisi nasabah yang berperan sebagai pengguna dan objeknya lebih berfokus pada <i>number of account</i> .
2	Tri Nurbaiti, Dampak Layanan Jasa <i>Mobile Banking</i> Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat KCP ZA Pagar Alam)	Pendekatan, sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data sama dengan penelitian saat ini	Objek dalam penelitian ini lebih berfokus pada <i>mobile banking</i> atau <i>e-channel</i> yang lebih sempit, sedangkan dalam penelitian ini fokus atau objeknya jauh lebih luas karena mengkaji semua fasilitas layanan <i>e-channel (e-banking)</i>
3	Yuyul Fijriani, Pengaruh Kualitas	Dalam penelitian ini sama-sama membahas	Pendekatannya menggunakan

<sup>18</sup> Azizah Khoirun Nisa, "Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah KC Tanjungkarang)", (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2018).

	Layanan <i>Internet Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Unismuh Alauddin	terkait layanan <i>internet banking</i> atau salah satu bagian dari fasilitas layanan <i>e-channel</i>	kuantitatif sedangkan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif
4	Nadya Lukita Puspitasari, Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Produk E-Channel Pada Masa Pandemi Covid-19 Di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto”.	Memili fokus yang hampir mirip dan metode yang digunakan sama-sama penelitian kualitatif dengan pengumpulan dan analisis data yang juga sama	Penelitian terdahulu ini lebih menekankan pada strategi pelayanan <i>e-channel</i> pada masa pandemi covid-19, sedangkan dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada layanan <i>e-channel</i> yang berdampak pada penambahan rekening yang dimiliki nasabah ( <i>number of account</i> atau NOA)
5	Azizah Khoirun Nisa, Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan <i>E-Banking</i> Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah KC Tanjungkarang	Kajian didalamnya memiliki inti yang sama yaitu terkait dengan <i>e-banking</i> atau <i>e-channel</i>	Penelitian azizah menggunakan pendekatan yang berbeda yaitu kuantitatif dan tempat penelitiannya berbeda dengan penelitian yang akan dilaksanakan saat ini.