



## **STRATEGI INDUSTRI PERBANKAN SYARIAH DALAM MENGHADAPI ERADIGITAL**

### ***STRATEGY OF SYARIAH BANKING INDUSTRY IN FACING THE DIGITAL ERA***

**Jezica Natazza<sup>1</sup>, Muhammad Iqbal Fasa<sup>2</sup>**

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Email: [Jnatazza@gmail.com](mailto:Jnatazza@gmail.com), [miqbalfasa@radenintan.ac.id](mailto:miqbalfasa@radenintan.ac.id)

#### Article Info

#### Article history :

Received : 07-11-2024

Revised : 09-11-2024

Accepted : 11-11-2024

Published : 14-11-2024

#### Abstract

*The enthusiasm of the Indonesian people for digital Islamic banks is very high, therefore it is important to know how the regulation and protection of digital Islamic bank customers in Indonesia. Digital banking transformation is an important issue in the banking industry today. Digital disruption has changed the way people do business and transact. However, there are still many problems faced in carrying out digital transformation. The changes felt in the current digital era have affected several aspects, including the financial industry to Islamic banking. The purpose of this study is to determine the strategy of the Islamic banking industry in facing the digital era. Data analysis uses qualitative descriptive. The results of the study show that the strategy of the Islamic banking industry in facing the digital era can be done by providing good service and attention to customers. In addition to various services that make it easier for customers, such as Internet Banking, various other services can help. Second, phone banking is an important means of interacting with constituents. Third, there is a way to visit the bank using short messages. Fourth, with the existence of mobile banking services, in this case the bank can collaborate with other cellular network operators. The development of information and communication technology has touched the banking sector. As one of the efforts to improve bank capabilities, the optimal use of information technology developments is a prerequisite in supporting innovation in bank services. Therefore, digital banking is a very potential business opportunity and an inevitability that does not impact the banking sector in the digital era. In addition to increasing the efficiency of bank operational activities, digital banking can improve the quality of service of conventional banks and Islamic banks to customers in making transactions. The Financial Services Authority of the Republic of Indonesia then issued Financial Services Authority Regulation Number 12/POJK.03/2018 concerning the Implementation of Digital Banking Services by Commercial Banks. There are forms of e-Banking services that can be used at conventional banks and Islamic banks, namely ATM (Automated Teller Machine), EDC (Electronic Data Capture), internet banking, SMS banking, mobile banking, e-Commerce, phone banking, and video banking.*

**Keywords:** *Strategy, Digital era, Digital Banking.*

#### Abstrak

Antusiasme masyarakat Indonesia terhadap bank digital syariah sangat tinggi, oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana regulasi dan perlindungan nasabah bank digital syariah di Indonesia. Transformasi digital banking menjadi isu penting dalam industri perbankan saat ini. Disrupsi digital telah



mengubah cara orang melakukan bisnis dan bertransaksi. Namun demikian masih banyak persoalan yang dihadapi dalam melakukan transformasi digital. Perubahan yang dirasakan di era digital saat ini telah mempengaruhi beberapa aspek, termasuk industri keuangan pada perbankan syariah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi industri perbankan syariah dalam menghadapi era digital. Analisis data menggunakan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi industri perbankan syariah dalam menghadapi era digital dapat dilakukan dengan memberikan bentuk pelayanan dan perhatian yang baik kepada nasabah. Selain berbagai layanan yang memudahkan nasabah, seperti Internet Banking, berbagai layanan lainnya dapat membantu. Kedua, phone banking merupakan sarana penting untuk berinteraksi dengan konstituen. Ketiga, terdapat cara untuk mendatangi bank dengan menggunakan pesan singkat. Keempat, adalah adanya layanan mobile banking, dalam hal ini bank dapat bekerja sama dengan operator jaringan seluler lainnya. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menyentuh sektor perbankan. Sebagai salah satu upaya peningkatan kapabilitas bank, pemanfaatan perkembangan teknologi informasi secara lebih optimal merupakan prasyarat dalam mendukung inovasi layanan bank. Oleh karena itu, digital banking menjadi peluang bisnis yang sangat potensial serta sebuah keniscayaan yang tidak terelakkan pada sektor perbankan di era digital. Selain dapat meningkatkan efisiensi kegiatan operasional bank, digital banking dapat meningkatkan kualitas pelayanan bank konvensional dan bank syariah kepada nasabah dalam bertransaksi. Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia kemudian mengeluarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum. Adapun bentuk bentuk layanan e-Banking yang dapat digunakan pada bank konvensional dan bank syariah yaitu ATM (Automated Teller Machine), EDC (Electronic Data Capture), internet banking, SMS banking, mobile banking, e-Commerce, phone banking, dan video banking.

**Kata kunci: Strategi Pemasaran, Era digital, Perbankan Digital.**

## **PENDAHULUAN**

Dalam era ekonomi digital yang berkembang pesat, transformasi digital telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk sektor perbankan. Digital banking menjadi salah satu inovasi utama yang memfasilitasi akses perbankan secara efisien melalui platform online. Digital banking mencakup berbagai layanan perbankan yang dapat diakses melalui perangkat elektronik, seperti komputer, smartphone, atau tablet. Era ekonomi digital didefinisikan oleh integrasi teknologi informasi dan komunikasi dalam semua aspek aktivitas ekonomi. Digital banking adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan melalui internet atau aplikasi Mobile banking. Era ekonomi digital yang semakin berkembang telah memudahkan akses ke layanan perbankan ini.

Era digital merupakan masa dimana sebagian besar masyarakat di era ini menggunakan sistem digital untuk memenuhi kehidupan sehari-hari. Menurut Communication Technology Timeline menjelaskan bahwa penggunaan media elektronik mulai menyebar pada tahun 1880-an, dengan contoh pertama adalah alat komunikasi telepon dan radio. Namun pada tahun 1940-1970-an muncullah barang-barang elektronik seperti telepon selular, televisi, dan TV kabel. Kemudian teknologi komunikasi dari media elektronik yang awalnya masih memakai sistem analog, namun pada saat ini juga hadirnya produk media seperti, internet, e-book, e-library, koran digital, e-shop dan lain sebagainya. Periode waktu ini sering disebut sebagai revolusi digital.

Perbankan digital atau digital banking merupakan produk baru bagi sebagian nasabah, sebagai produk baru tentu tidak mudah diterima oleh nasabah. Semua aktivitas perbankan dapat diselesaikan dengan satu aplikasi di smartphone, bahkan tidak menyediakan cabang offline. Oleh karena itu, kepercayaan menjadi salah satu faktor pertimbangan dalam memilih layanan perbankan.



Penelitian (Sarfazar, 2017) menemukan bahwa kepercayaan memainkan peran penting dalam penerimaan teknologi, keandalan dan ketersediaan sistem ketika pengguna membutuhkan layanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi adopsi layanan tersebut. Penelitian lain menjelaskan bahwa faktor motivasi hedonis, kebiasaan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan, sedangkan kepercayaan berpengaruh terhadap harapan kinerja, harapan upaya dan kondisi fasilitasi (Kusumawati & Rinaldi, 2020). Perkembangan teknologi digital menjadi tren dimana komputer, laptop, jam digital, telepon seluler, internet, dan jejaring sosial menjadi lebih lazim. Era digital saat ini sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sehari-hari, karena kepraktisannya, kenyamanannya, dan kemudahannya membuat semua orang ingin melakukannya khususnya kaum muda Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, yang pada dasarnya akan mengubah pola kehidupan nantinya.

Digital banking atau layanan digital menjadi pilihan logis kekinian yang dibutuhkan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan juga efisiensi biaya terutama bagi generasi milenial saat ini. Efektifitas dan efisiensi layanan digital perbankan dirasa memberikan manfaat yang banyak dan membantu generasi milenial dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangannya seperti berbelanja online, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan transfer antar bank. Dengan adanya digitalisasi layanan mampu mengatasi kesenjangan layanan antar bank dengan masyarakat menjadi lebih dekat, hemat, efisien, cepat, dan murah yang sangat disukai oleh generasi milenial saat ini.

Dan saat ini, banyak bank yang sudah mulai mengembangkan fitur-fitur perbankan digital mereka. Tidak hanya sebagai penyediaan aplikasi dan website untuk bertransaksi saja, digitalisasi perbankan juga dilakukan pada kantor-kantor cabang perbankan yang ada di Indonesia. Misalnya, saat ini beberapa bank sudah memiliki aplikasi untuk reservasi nomor antrean yang digunakan untuk mencetak transaksi tabungan dan mengganti buku tabungan sudah bisa dilakukan melalui mesin. Bahkan untuk membuka rekening pun kini sudah dapat dilakukan secara self service oleh nasabah, tanpa harus datang ke kantor cabang lagi. Hadirnya digital banking menjadi solusi terhadap permasalahan perbankan yang cukup menyita waktu. Dengan melakukan digitalisasi, industri perbankan sudah melakukan investasi jangka panjang untuk masa depan. Terkait ini, Pasal 20 ayat (1) poin f UU Perbankan Syariah menjelaskan bahwa menyelenggarakan kegiatan atau produk bank yang berdasarkan Prinsip Syariah dengan menggunakan sarana elektronik. Ayat kedua poin d pasal tersebut menyatakan bahwa menyelenggarakan kegiatan atau produk bank yang berdasarkan Prinsip Syariah dengan menggunakan sarana elektronik. UU Perbankan Syariah tidak menjelaskan secara terperinci pengertian tentang menyelenggarakan kegiatan atau produk bank berdasarkan pada prinsip syariah dengan menggunakan media elektronik sehingga dapat menimbulkan multitafsir terkait pemahaman pelaksanaan kegiatan perbankan syariah. Selain itu, aturan-aturan yang berlaku dalam perbankan syariah hampir semua mengacu pada peraturan umum yang dibuat oleh Otoritas Jasa Keuangan saja, sedangkan dalam aturan Otoritas Jasa Keuangan tidak menjelaskan secara terperinci mengenai pengembangan perbankan syariah dalam digital banking. Oleh karena itu, perlu kiranya kejelasan mekanisme pelaksanaan kegiatan perbankan syariah berbasis digital untuk membedakan antara bank syariah dan bank konvensional. Hal ini dikarenakan akan berdampak pada pola kemajuan perbankan syariah sendiri, khususnya di Indonesia yang mayoritas muslim.



## Literatur Review

### Strategi Pemasaran

Strategi secara umum bisa diartikan sebagai upaya individu atau kelompok untuk membuat skema guna mencapai target sasaran yang hendak dituju. Dengan kata lain, strategi adalah seni bagi individu ataupun kelompok untuk memanfaatkan, kemampuan dan sumber daya yang dimiliki guna untuk mencapai target sasaran melalui tata cara yang dianggap dapat efektif dan efisien untuk mencapai sasaran yang telah diharapkan. Pengertian strategi bisa juga diartikan sebagai tindakan untuk menyesuaikan diri terhadap segala reaksi ataupun situasi lingkungan yang terjadi. Baik itu situasi yang terduga maupun yang tidak terduga.

Strategi pemasaran adalah tindakan terukur yang bertujuan agar produk perusahaan dikenal masyarakat luas. Strategi pemasaran adalah seperangkat langkah bisnis yang telah digabungkan pada tingkat presentasi produk untuk menarik konsumen untuk membeli sebuah produk. Tidak hanya menarik konsumen untuk memasukan produk ke dalam keranjang, strategi pemasaran juga memastikan pembeli mengenal produk yang ditawarkan, memverifikasi, dan mengulangi pembelian produk. Strategi pemasaran yang komprehensif mencakup 4P, yaitu: *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Dari sini dapat diketahui bahwa ruang lingkup strategi pemasaran mulai dari proses pembentukan produk hingga ke pasar sasaran, yang juga mempengaruhi harga produk (*price*) serta produk yang akan dipasarkan dimana dan dari media apa dari situ konsumen akan mengenali produk kita.

### Era digital

Era ini secara umum merujuk pada kondisi di mana kemajuan teknologi digital telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, mengarahkan kita ke dunia yang serba digital. Perkembangan zaman digital terus berlangsung dengan cepat dan tak terelakkan oleh manusia, karena kita sendiri yang menuntut efisiensi dan kemudahan dalam berbagai hal, baik dalam pekerjaan, komunikasi, maupun aktivitas sehari-hari. Namun, di balik kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan oleh era digital, terdapat pula dampak negatif dan positif yang perlu dipertimbangkan. Pertanyaan tentang apa itu zaman digital, perkembangan apa yang terjadi di dalamnya, serta dampak yang ditimbulkannya menjadi penting untuk dipahami. Dengan memahami karakteristik dan konsekuensi dari era digital, kita dapat mengambil langkah-langkah yang tepat dalam memanfaatkannya sebaik mungkin, sambil tetap meminimalkan risiko yang mungkin timbul.

Dalam kehidupan manusia, mengubah cara kita berinteraksi, bekerja, dan berkomunikasi secara mendasar. Pengertian umum era digital mencakup transformasi mendalam dalam segala aspek kehidupan, mulai dari cara kita mengakses informasi hingga cara kita melakukan transaksi bisnis. Era ini ditandai dengan pergeseran dari penggunaan teknologi analog ke teknologi digital, yang memungkinkan data untuk diolah, disimpan, dan disebar dengan lebih efisien. Dalam era digital, perangkat elektronik seperti komputer, smartphone, dan internet telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, membentuk fondasi bagi ekonomi digital yang berkembang pesat dan masyarakat yang terhubung secara global.



## **Perbankan Digital**

Perbankan digital adalah kegiatan perbankan yang seluruhnya dilakukan secara digital atau melalui internet. Mulai dari awal pembukaan rekening tabungan hingga penutupannya dapat dilakukan secara online tanpa harus pergi ke kantor bank terkait. Jika merujuk pada peraturan OJK (Otoritas Jasa Keuangan) nomor 12/PJOK.03/2021, dijelaskan bahwa digital bank adalah layanan perbankan elektronik yang ditujukan untuk dapat maksimal dalam pemanfaatan data nasabah sebagai upaya memberikan pelayanan lebih cepat, mudah, sesuai kebutuhan dan dapat dilakukan nasabah secara mandiri dengan tetap memperhatikan unsur keamanannya.

Perbankan digital adalah layanan atau kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik Bank, dan/atau melalui media digital milik calon nasabah dan/atau nasabah Bank, yang dilakukan secara mandiri. Hal ini memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan (financial advisory), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (e-commerce), dan kebutuhan lainnya dari nasabah Bank.

Pengembangan strategi bisnis yang mengarah kepada layanan perbankan digital memerlukan infrastruktur yang memadai. Di antaranya manajemen risiko, penyesuaian teknologi informasi, business model, business process, internal control, dan sumber daya manusia, untuk mendukung kenyamanan, keamanan, serta keandalan layanan perbankan digital dalam penyediaan informasi, komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, pemrosesan transaksi, dan penutupan rekening. Dengan mempertimbangkan kesiapan bank, maka penerapan layanan perbankan digital di Indonesia diawali dengan penyelenggaraan "digital branch", yaitu adanya sarana bank yang berfungsi secara khusus untuk memroses registrasi nasabah dan pembukaan rekening secara mandiri.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kepustakaan (library research) yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari, menelaah, dan memeriksa bahan-bahan kepustakaan yang memiliki relevansi hukum dengan pokok permasalahan dengan metode kualitatif. Pendekatan kualitatif menurut Anselm Strauss dan Juliet Corbin adalah penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Metode penelitian kualitatif yang digunakan adalah penelitian kepustakaan. Penelitian kepustakaan adalah jenis penelitian yang mengumpulkan informasi dari catatan, laporan, buku, dan sumber ilmiah terkait lainnya. Penelitian perpustakaan mencakup pengumpulan informasi dan data dari buku, referensi literatur ilmiah, dan referensi ilmiah. Penelitian perpustakaan ini menggunakan pendekatan Systematic Literature Review. Pendekatan Systematic Literature Review adalah rangkaian metode untuk menemukan, menilai, dan menginterpretasi semua bahan kajian yang ada guna memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. (Ahmad et al., 2021)



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bank menjalankan peranan dalam memberikan pelayanan yang searah dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, pihak bank mulai membidik pasar Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam, khususnya para pemakai teknologi yang dalam melakukan transaksinya menggunakan layanan perbankan digital. Tujuan utama atas layanan yang diberikan nasabah ini adalah memenuhi keperluan nasabah dalam melakukan kegiatan usaha dengan bank serta tujuan lainnya yaitu sebagai usahabank dalam meningkatkan market share yang ada saat ini (Sari, 2017).

Layanan perbankan digital mulai dikembangkan melalui dua macam cara, yang pertama adalah pendirian bank tanpa cabang dan yang kedua adalah bank yang memiliki teknologi informasi memberikan layanan keuangan secara digital yang mana edukasi penggunaannya diberikan daricabang yang ada. Dampak dari layanan ini adalah dapat memberi pilihan informasi langsung dan meminimalisir transaksi nasabah melalui kunjungan di kantor cabang ataupun kantor cabang pembantu, hal ini dikarenakan nasabah bertransaksi dengan bank melalui layanan perbankan secara digital (Vebiana, 2018). Pengertian Layanan Perbankan Digital menurut Peraturan OJK diartikan sebagai kegiatan usaha bank meliputi layanan dan operasional bank melalui media elektronik dengan tujuan memberi layanan yang sangat cepat, sangat praktis dan lebih mudah sesuai dengan kebutuhan transaksi nasabah, yang dilakukan nasabah sepenuhnya dan mempertimbangkan aspek kepuasan, keamanan dan kenyamanan nasabah dalam melakukan transaksi keuangannya (Otoritas Jasa Keuangan, 2018). Terdapat dua istilah yang hampir sama dan memiliki pengertian yang berbeda yang selama ini membingungkan masyarakat umum dalam memahaminya pada layanan perbankan digital yaitu Digital Banking dan Bank Digital (Mulyantoro, 2021).

Revolusi industri membawa berbagai macam perubahan dalam tatanan kehidupan masyarakat saat ini. Salah satu perubahan yang dirasakan adalah perubahan pada era digital yang mempengaruhi beberapa aspek diantaranya adalah industri perbankan syariah. Di era digital, industri perbankan syariah semakin mengembangkan inovasi teknologi perbankan digital. Hal ini dilakukan salah satunya dengan tujuan untuk menarik minat para calon nasabah baru, khususnya bagi kalangan modern atau kaum milenial yang hampir seluruh kegiatannya dilakukan dengan melalui teknologi digital. Perkembangan teknologi digital meningkat di beberapa negara. Era digital di Indonesia ditandai dengan adanya peningkatan pengguna internet oleh masyarakat (Rokhmatul, 2021).

Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet mengemukakan bahwa Indonesia memiliki 197,71 juta jiwa pengguna Internet dari total populasi sekitar 266,91 juta penduduk Indonesia, atau dapat dikatakan sudah mencapai 73.7% masyarakat Indonesia yang sudah mampu mengakses internet (APJII, 2019). Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar aktivitas masyarakat Indonesia saat ini cenderung lebih banyak menggunakan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Dimana dalam hal ini, termasuk industri keuangan yang ditantang untuk mampu merespon dengan cepat dari segala aspek perubahan pada era digital saat ini. Kemajuan teknologi informasi yang begitu cepat dan canggih, dalam sekejap bisa merubah perilaku seseorang yang mengakibatkan kebutuhan para nasabah juga terus mengalami peningkatan. Hal ini yang dapat mendorong perbankan syariah untuk terus dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya dengan melakukan berbagai macam strategi. Sehingga pada saat ini strategi yang



dilakukan oleh perbankan syariah yaitu dengan melakukan peningkatan terhadap layanannya agar para nasabah dapat memperoleh layanan perbankan secara mandiri (self-service) tanpa harus mendatangi kantor bank tersebut. Beberapa layanan perbankan syariah yang dapat dilakukan secara mandiri diantaranya adalah registrasi, transaksi (pembayaran, tunai, transfer,) dan berbagai jenis layanan lainnya. Namun dalam hal ini ada dua jenis strategi pemasaran yang umum digunakan, yaitu strategi mencari pelanggan baru (new customer) dan strategi mempertahankan pelanggan yang sudah ada (existing customer) (Rangkuti, 2014). Ada dua cara untuk mendekati pelanggan, satu harus fokus pada strategi terhadap mereka, dan yang lain harus diberi perhatian lebih. Oleh karena itu, organisasi atau perusahaan harus selalu bekerja untuk memastikan bahwa pelanggannya selalu puas dan melakukan pembelian berulang. Sehingga dalam hal ini organisasi ataupun perusahaan dapat menyelaraskan kompetensi, teknologi dan sumber daya yang dimiliki dengan mengikuti keinginan dan kebutuhan pelanggan yang dinamis.

Berdasarkan survey yang dilakukan McKinsey & Company pada tahun 2019, diketahui bahwa nasabah di Indonesia memiliki antusiasme yang tinggi terhadap bank digital. Dimana selama tiga tahun terakhir, penggunaan bank digital di Indonesia tumbuh dua kali lebih cepat dibanding negara-negara berkembang Asia lainnya (Barquin et al, 2019). Di satu sisi hal ini tentunya merupakan hal yang menggembirakan bagi industri perbankan digital di Indonesia, namun di sisi lain hal ini juga menuntut adanya regulasi yang memadai guna menjamin legalitas dari bank digital syariah sekaligus untuk memastikan keamanan para nasabah. Dengan kata lain, di sini hukum perlu memainkan perannya sebagai social control agar aktivitas perbankan digital di Indonesia menjadi terarah dan kondusif (Vago & Barkan, 2018). Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini akan mencoba untuk menguraikan sudah sejauh mana ketentuan hukum bank digital syariah di Indonesia dan perlindungan hukum bagi nasabahnya.

Nasabah dapat menggunakan beberapa jenis layanan yang disediakan bank melalui perbankan digital Syariah seperti Internet banking merupakan layanan paling favorit dan paling sering dipergunakan nasabah karena dapat diakses melalui media laptop, notebook maupun telepon genggam dengan menggunakan jaringan internet; SMS banking merupakan layanan bagi pengguna dan menggunakan format khusus yang telah ditentukan dalam bentuk Short Message System (SMS) yang saat ini sudah banyak ditinggalkan penggunaannya dengan hadirnya system android dan iOS untuk jenis iPhone; Phone Banking yang paling sedikit digunakan nasabah karena nasabah harus menghubungi customer service contact center dari bank yang bersangkutan untuk melakukan transaksi yang diinginkan nasabah yang diberikan bank. Layanan ini juga sudah ditinggalkan nasabah karena terkesan ribet dan banyak risiko yang dihadapi; Phone banking yang menyerupai SMS banking yang disempurnakan dan lebih praktis dengan fasilitas unggulan yang dimiliki bank tersebut. Jenis layanan ini juga sudah mulai ditinggalkan nasabah.

Transformasi digital sektor perbankan dapat memberikan beberapa keuntungan. Lee & Shin (2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa penggunaan digitalisasi mengurangi aktivitas tradisional di bidang keuangan, peningkatan efisiensi operasional dan layanan berbasis konsumen yang mampu mendorong transparansi dalam pengelolaan bisnis di industri keuangan. Van Loo (2018) percaya bahwa penggunaan teknologi di industri keuangan secara positif meningkatkan pertumbuhan industri jasa keuangan dan mengurangi kemungkinan krisis keuangan. Aisyah (2018) berpendapat bahwa teknologi meningkatkan transaksi keuangan dan meningkatkan penawaran



layanan dan meningkatkan loyalitas konsumen di Indonesia. Penggunaan digitalisasi telah menyebabkan peningkatan pendapatan dan laba serta penurunan biaya melalui penargetan pelanggan yang lebih baik untuk jaringan cabang, antara lain (Alfaro et al., 2019).

Dari beberapa jenis layanan diatas seiring dengan berkembangnya teknologi informasi, layanan internet banking merupakan layanan favorit dan mudah diakses dimana saja. Fitur-fitur layanan dalam digital yang dimiliki bank dan dapat dinikmati nasabah antara lain sebagai berikut (Istiyowati, 2018):

1. Rekening: Jenis rekening beserta portfolio baik funding (tabungan, giro dan deposito) dan pinjaman (Kartu kredit, Kredit Pemilikan Rumah dll), informasi transaksi yang terdiri dari transaksi hari ini, transaksi bulan ini dan transaksi bulan sebelumnya,
2. Transfer dana: Transfer favorit untuk transfer yang rutin dilakukan yang sudah disimpan di data base, Transfer ke rekening sendiri yang memudahkan pengguna tanpa harus menulis nomor rekeningnya lagi, Transfer internal bank untuk melakukan pemindah bukuan di bank yang sama, Transfer antar bank yang real time, e-wallet untuk top up dana (GoPay, OVO, Paytren, Isaku, Doku Wallet dan e-money), LLG/SKN untuk transfer yang mengikuti siklus LLG dan SKN, Virtual Account untuk pembayaran VA yang sudah bekerja sama dengan bank Transfer Valuta Asing yang mengikuti jam tersedianya kurs jual dan beli dari treasury,
3. Pembelian : Pembelian Favorit untuk pembelian yang rutin dilakukan yang sudah disimpan di data base bank (Isi Ulang token listrik, Voucher Isi Ulang), Isi Ulang Pulsadan Paket data, PLN Prabayar, Asuransi, Reksadana Yang lebih dari 25 jenis reksadana, Surat Berharga Negara, Transaksi R untuk pembayaran di merchant–merchant yang menggunakan QRIS
4. Lain-lain: Atur favorit, info Kurs Valuta asing, Aktivasi Kartu ATM, Aplikasi pembukaan rekening online, menu transaksi cabang (Tarik tunai, transfer valuta asing, transfer SKN/LLG, surat referensi bank, Invest Rasidan Asuransi, manajemen kartu (info kartu yang dimiliki).

Manfaat yang diperoleh dan dirasakan nasabah atas penggunaan layanan perbankan digital antara lain (Marlina & Humairah, 2018):

- a. Fitur layanan yang lengkap
- b. Dengan fitur yang lengkap dapat membantu nasabah dalam melakukan kegiatan perbankan mulai dari pembukaan jenis product dan rekening, perubahan data nasabah terbaru, investasi sampai penutupan berbagai jenis product dan rekening.
- c. Efisien
- d. Dalam melakukan transaksi secara online dan mandiri akan memberi keuntungan berupa efisiensi waktu dan tenaga serta kerahasiaan nasabah maupun perusahaan terjamin.
- e. Ramah Lingkungan, semua transaksi dilakukan secara online dan tidak perlu mengisi formulir, bukti transaksi disimpan langsung secara digital sehingga secara tidak langsung membantu pelestarian lingkungan karena mengurangi penggunaan kertas.
- f. Mudah Dan Praktis
- e. Nasabah mendapatkan kenyamanan dan kemudahan dalam menjalankan transaksi karena tidak



harus datang ke bank.

Bank Syariah Indonesia mempunyai banyak produk Digital banking diantaranya:

- a. BSI OTO
- b. BSI Smart Agent
- c. BSI Mobile
- d. BSI Aisyah
- e. Solusi Emas
- f. BSI JadiBerkah.id
- g. BSI ATM CRM
- h. BSI Merchant Business
- i. BSI API Platform
- j. BSI Cardless Withdrawal
- k. BSI Payment Point
- l. BSI QRIS

Sangat banyak produk digital banking Bank Syariah Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa dunia perbankan berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas digitalisasinya. Berkaitan dengan itu, dalam hal digitalisasi BSI juga mampu menarik minat generasi muda untuk menjadi nasabah dan turut berperan dalam memajukan ekonomi serta keuangan syariah di Indonesia. Sebab, jumlah generasi muda Indonesia saat ini yang cukup besar menjadi peluang bagus bagi perwujudan hal tersebut. (Bank Syariah Indonesia, 2022).

Tantangan yang ditimbulkan atas perkembangan digital pada perbankan diatas tentunya akan dapat dihadap dengan berbagai strategi yang harus dihadirkan oleh perbankan Syariah, mulai dari penyeleksian yang ketat bagi sumber daya manusia yang mengisi komponen komponen pada strukturalnya, memperketat cyber security yang memberikan penjagaan yang ketat bagi data-data para konsumen, serta juga menghadirkan strategi yang lebih efektif melihat atas minimnya literasi masyarakat saat ini.

## **KESIMPULAN**

Pesatnya perkembangan teknologi dan internet jangan dijadikan suatu hambatan dan ancaman, akan tetapi dijadikan sebagai sebuah tantangan dan penggerak untuk terus berinovasi dan berkreasi dalam menggabungkan teknologi digital dengan interaksi nasabah, yaang nantinya akan menghasilkan sesuatu yang dapat membantu perkerjaan masyarakat jadi lebih teratur dan terarah. Dibidang perbankan syariah, tantangan di era digital semakin pesat dan kemajuan-kemajuan yang akan terjadi di masa depan tak terbendung. Hal ini terjadi karena perbankan syariah tidak hanya bersaingdengan bank lainnya baik itu konvensional, melainkan juga akan bersaing dengan perusahaan teknologi keuangan lainnya yang sama-sama saling memberikan keamanan ataupun



kenyamanan bagi para penggunanya.

Oleh karena itu terdapat beberapa strategi yang dilakukan perbankan syariah dalam mengikuti era digital saat ini yaitu dengan memberikan bentuk pelayanan dan perhatian yang baik kepada nasabah serta berbagai layanan yang dapat memudahkan nasabah, seperti internet banking. Kedua, kegunaan phone banking. Ketiga, adanya SMS Banking. Keempat, adanya mobile banking. Dalam hal ini bank dapat bekerja sama dengan operator seluler lainnya, sehingga telah dipasang kartu SIM (Mobile Chip Card) dan Global for Mobile Communication (GSM) dengan program khusus agar dapat melakukan operasional perbankan, sehingga sangat memudahkan semua pihak terutama pada proses transaksi pelanggan yang akan lebih sangat praktis dan aman.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). *Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. Jurnal Manajemen Maranatha, 19(2)*, 179-190.
- Mamun, S., & Ningsih, T. H. (2021). Implementasi Strategi Layanan Teknologi Digital Banking dan Service Quality dalam Perspektif Nasabah pada Perbankan Syariah (Study kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Tomang). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa, 6(02)*, 223-233.
- Mawarni, R. (2021). Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retention Pada Masa Covid-19. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian EkonomiIslam, 9(2)*, 39-54.
- Herliandis, D. (2023). Pengenalan Produk Digital Banking Sebagai Upaya Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah Pada Organisasi Pemuda Muhammadiyah Cabang Watukebo Ambulu Jember: Produk Digital Banking Sebagai Upaya Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage, 4(01)*, 95-108.
- Kurnia, D. (2021). Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius Pt. Bank Tabungan Pensiun Nasional. *UG Journal, 14(8)*.
- Eko Retno, I. N. D. R. I. Y. A. R. T. I., Michael, C. H. R. I. S. T. I. A. N., Henilia, Y. U. L. I. T. A., Titik, A. R. Y. A. T. I., & Regina Jansen, A. R. S. J. A. H. (2023). Digital bank channel distribution: Predictors of usage attitudes in Jakarta's gen Z. *Journal of Distribution Science, 21(2)*, 21-34.
- Putri, D. F., Sari, W. R., & Nabbila, F. L. (2023). Analisis Perlindungan Nasabah Bsi Terhadap Kebocoran Data Dalam Menggunakan Digital Banking. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen, 1(4)*, 173-181.
- Tartila, M. (2022). Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(3)*, 3310-3316.
- Amrillah, M. U. (2020). Urgensi Pembentukan Undang-Undang Digital Banking Bagi Perbankan Syariah Di Indonesia. *Lex Renaissance, 5(4)*, 928-945.
- Suganda, R. (2023). Analisis Terhadap Peluang Dan Tantangan Perbankan Syariah Pada Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(1)*, 677-683.
- Vanni, K. M., & Nadan, V. S. (2023). Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Banking Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA), 3(2)*, 237-248.



- Wahyudi, T. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Digital Banking: Livin'By Mandiri. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 10(1), 509-525.
- Shabri, H. (2022). Transformasi digital industri perbankan syariah Indonesia. *El-Kahfi/ Journal of Islamic Economics*, 3(02), 228-234.
- Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan industri perbankan di era digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 32-41.
- Yasin, R. M., Lailiyah, N., & Edris, M. (2024). Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 75-89.
- Utama, A. S. (2021). Digitalisasi Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah DiIndonesia. *Jurnal Justisia: Jurnal Ilmu Hukum, Perundang-Undangan Dan Pranata Sosial*, 6(2), 113-126.
- Yusuf, M., Sumarno, S., & Komarudin, P. (2022). Bank Digital Syariah Di Indonesia: Telaah Regulasi Dan Perlindungan Nasabah. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(2), 271-285.
- Suhiryo, D., & Daroini, A. (2023). Efektivitas Penggunaan Layanan Digital Banking connect Dalam Merespon Kebutuhan Nasabah (Studi pada Bank Jatim Cabang Kediri). *Otonomi*, 23(1), 45-53.
- Ulfah, I. F., & Yetmi, Y. S. (2020). Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Analytical Tools Dan Analisis Swot. *Ekonomi Bisnis*, 26(2), 343-357.
- Yusuf, M., Sumarno, S., & Komarudin, P. (2022). Bank Digital Syariah Di Indonesia: Telaah Regulasi Dan Perlindungan Nasabah. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(2), 271-285.