Bima Journal – Bussiness Management and Accounting
Available online at : http://journal.pdmbengkulu.org/index.php/bima
DOI: https://doi.org/10.37638/bima.2.2.200-211

Tingkat management penggunaan layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP ipuh

Management level of using digital services Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP ipuh

Mutiara Apriza[1]); Silvi Wulandari[2]); Yesi Yulita[3]); Desi Isnaini[4]); Yosy Arisandy[5])
[1,2,3,4,52)] Department of Islamic Banking, Faculty of Islamic Economics and Business IAIN Bengkulu
Email: mutiaraapriza0495:@gmail.com

How to Cite :
Apriza, M. et. al. (2021). Management level of using digital services Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP ipuh. *Bima Journal : Business, Management and Accounting Journal,* Vol. 2 No. 2 2021 page: 200–211. DOI: https://doi.org/10.37638/bima.2.2.200-211

ARTICLE HISTORY
Submited [13 iAgustus 2021]
Revised [18 Agustus i2021] i
Accepted [19 Agustus 2021]
Published [10 Oktober 2021]

KEYWORDS
Service usage, Digital bank Syariah Indonesia (BSI)

This is an open access article under the CC–BY-SA license

ABSTRAK

PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Ipuh yang beralamat di Desa Pulai Payung kecamatan Ipuh kabupaten Muko-muko provinsi Bengkulu. Dalam menjalankan aktivitasnya, Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor cabang Ipuh terus melakukan inovasi produk dan pengembangan pelayanan prima kepada nasabah untuk meningkatkan professionalisme perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah iuntuk mengetahui proyeksi tingkat penggunaan layanan digital bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Ipuh. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif lapangan dengan pendekatan ipenelitian deskriptif. Metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah karyawan Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Ipuh dan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Ipuh. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tingkat penggunan layanan digital di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Ipuh mengalami peningkatan. Hal tersebut karena pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) selama pandemi covid 19 dituntut lebih cepat, mudah, dan fleksibel. Pesatnya pertumbuhan internet merubah cara perusahaan terhubung dengan konsumennya, tidak terkecuali bisnis Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggunaan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Ipuh lebih banyak keuntungannya. hasil penelitian yaitu di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Ipuh nasabah memberikan pendapat atau respon bahwa : (1) kurangnya pemahaman masyarakat icara imenggunakan iaplikasi idigital Banking, i(2) Kemudahan bertransaksi dalam penggunaan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) tanpa harus ke Bank Syariah Indonesia (BSI), (3) Kemudahan nasabah dalam menggunakan aplikasi dan cepat dalam menyelesaikan masalah dalam menggunakan digital Bank Syariah Indonesia (BSI). Dalam penetapan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu: Bisa melakukan transaksi, tertib

adminsitrasi dan penerapan transfer kesemua nasabah sehingga bisa mengetahui bahwasanya nasabah tersebut tidak ada keraguan dalam melakukan transaksi melalui digital Bank Syariah Indonesia (BSI) .

ABSTRACT i

PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Ipuh Branch Office having its address at Pulai Payung Village, Ipuh sub-district, Muko-muko district, Bengkulu province. In carrying out its activities, the Bank Syariah Indonesia (BSI) Ipuh branch continues to innovate products and develop excellent service to customers to improve the company's professionalism. The purpose of this study is to find out the projected level of use of the idigital bank Syariah Indonesia (BSI) iKcp iIPuh service. The research method used is a qualitative field research with a descriptive research approach. Methods of collecting data by means of observation, interviews and documentation. Informants in this study were employees of Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Ipuh and Bank Syariah Indonesia (BSI) customers of Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Ipuh. The results of this study can be concluded that the level of use of digital services at Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Ipuh has increased. This is because Bank Syariah Indonesia (BSI) services during the COVID-19 pandemic are demanded to be faster, easier, and more flexible. The rapid growth of the Internet is changing the way companies connect with their consumer icons, the Bank Syariah Indonesia (BSI) business is no exception. Using the idigital Bank Syariah Indonesia (BSI) iKcp IPuh i has many advantages. i the ease of research results from the IBank Syariah Indonesia (BSI) iKcp iIpuh i consumeni to give an opinion or respond that i: i(1) lack of understanding among the public about how to use the idigital banking application, i(2) i Ease of transacting using digital Bank Syariah Indonesia (BSI) without having to go to a bank, (3) *ease of customers in using the application and fast in solving problelems in using idigital iBank Syariah Indonesia (BSI). in determining the digital Bank Syariah Indonesia (BSI), namely: Can perform transactions, administrative procedures and implementation of itransfer to all customers so that they can know that the customer has no doubts in conducting IBank Syariah Indonesia (BSI) transactions through idigital.*

PENDAHULUAN

Bagi pelaku bisnis atau pengusaha, Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan media perputaran lalu lintas uang. Semakin sempurna produk dan jasa yang diberikan Bank Syariah Indonesia (BSI) kepada nasabahnya, tentunya akan mempelancar kegiatan bisnis nasabah serta lebih mudah untuk bertransaksi di Bank Syariah Indonesia (BSI) tersebut. Hal ini tidak terlepas juga dari kemampuan Bank Syariah Indonesia (BSI) meyediakan sumber daya manusia yang handal, yang meperlengkapi dengan sistem teknologi Informasi. (Supriyono, 2011)

Teknologi informasi mengalami kemajuan yang pesat seiring dengan kemajuan dan perkembangan zaman. Kemajuan teknologi mempunyai efek yang sifatnya multiplier (pengganda), yang artinya kemajuan teknologi menyebabkan

kemajuan dibidang lainnya, salah satu bidang tersebut adalah sistem pembayaran. Kemajuan teknologi dibidang komunikasi, terutama internet dan telepon genggam sangat berpengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran . (Sumarwan, 2011)

Belakangan ini peran teknologi tidak hanya sebagai faktor pendukung, namun berkembang pesat menjadi aspek penentu bagi kemajuan dunia perbank Syariah Indonesia yang kompetitif. Bank Syariah Indonesia (BSI) yang tidak mengedepankan teknologi dalam pelayanannya cenderung sulit untuk maju dan berkembang. Kengunggulan teknologi yang diterapkan bahkan dapat membangun kepercayaan publik. (IBI, Memahami Bisnis Bank Syariah , 2014)

Teknologi informasi yang menjadi penunjang maju dan berkembangnya pelayanan jasa perbank Syariah Indonesia seperti teknologi *Electronic Banking* atau *E-Banking. E-Banking* juga harus memperhatikan beberapa unsur pemasaran untuk memasarkan jasa tersebut. Beberapa unsur pemasaran yang akan digunakan adalah unsur-unsur bauran pemasaran jasa. Bauran pemasaran adalah alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan postioning yang ditetapkan dapat berjalan sukses. (Lupiyoadi, 2001)

E-Banking adalah salah satu upaya dari pihak perbankan untuk mempermudah akses bagi para nasabahnya dalam bertransaksi. Dalam hal ini nasabah dapat bebas melakukan transaksi apa saja selama ada pada menu transaksi. Transaksi *E-Banking* dapat dilakukan dimana saja, dibelahan bumi manapun, selama ada jaringan layanan data dan dapat berakses. Transaksi dapat dilakukan 24 jam serta *real-time*. (Supriyono, 2011)

Akibat covid 19 transaksi perbankan banyak dilakukan secara *online* dengan menggunakan aplikasi. Pesatnya perkembangan *internet Banking* di Indonesia terutama Bank Syariah Indonesia (BSI) Ipuh mempunyai kendala kendala sebagai berikut: (1) kurangnya pemahaman masyarakat cara menggunakan aplikasi *digital Banking*, (2) kepercayaan publik atas sistem pengamanan *internet Banking*, (3) promosi internet Banking yang belum merata ke seluruh lapisan masyarakat, dan (4) pasar yang terbatas hanya pada masyarakat pengguna internet yang umumnya adalah lapisan menengah ke atas dan berpendidikan.

Berdasarkan latar belakang di atas selain penghematan biaya, tujuan yang diharapkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Ipuh dalam penerapan *internet Banking*, antara lain: (1) Menambah jumlah nasabah, mengingat dewasa ini semakin banyak masyarakat menggunakan internet. (2) Membangun *image* dan peningkatan level persaingan, khususnya bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Ipuh. (3) *Information collection*, terutama informasi mengenai keinginan pasar perbankan. Lebih cepat dan *up to date* diserap melalui *internet Banking.* (4) mempermudah masyarakat untuk melakukan berbagai macam transaksi. Berikut jumlah nasabah pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) kcp Ipuh yaitu:

Tabel 1. Data Penggunan Layanan Digital Bank Syariah Indonesia (BSI)

No	Layanan digital	Jumlah
1	Yang menggunakan layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI)	621
2	Yang tidak menggunakan layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI)	205

3	Jumlah Nasabah	826

Sumber: Data Desa Medan Jaya 2021

Berdasarkan data dari hasil penelitian diatas, penggunaan layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Ipuh sudah banyak dan nasabah banyak yang menggunakan layanan digital tersebut. Maka dari itu peneliti tetarik untuk meneliti Tingkat Pengguna Layanan Digital Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Ipuh.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Menurut *American Society For Quality Control* dalam (Ratnasari, 2011), kualitas adalah "keseluruhan dari ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten, dan dengan kata lain kualitas suatu produk atau jasa adalah sejauh mana produk atau jasa memenuhi spesifikasinya". Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. (Ramaditya, 2018) Kualitas layanan telah memainkan peranan penting dalam menciptakan nilai pelanggan. Kualitas pelayanan dikembangkan untuk menggambarkan bagaimana layanan dapat disampaikan sedemikian rupa untuk memuaskan penerima layanan. (Lihsien Chien, 2018) Definisi lain kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan (Tjiptono, 2017)

Ada beberapa ciri-ciri pelayanan yang baik dan berkualitas yaitu (Rianto, 2012) :

a) Memiliki personil yang profesional dan bermoral
b) Memiliki sarana dan prasarana yang meyakinkan
c) *Responsive* (tanggap)
d) Komunikatif
e) Memiliki perilaku dan penampilan simpatik
f) Memiliki penampilan dan bicara yang meyakinkan

Adapun faktor-faktor kunci yang menyebabkan buruknya kualitas pelayanan adalah sebagai berikut (Rahmayanty, 2013):

a) Perusahaan atau organisasi kurang berorientasi pada riset pasar atau kurang menggunakan temuan-temuan riset yang berfungsi untuk pengembilan keputusan tentang keinginan.
b) Ketidakcukupan komunikasi ke atas, yaitu arus komunikasi yang menghubungkan pelayanan di tingkat *front line service* dengan kemauan di tingkat atas (*miscommunication*).
c) Kurangnya komitmen manajemen terhadap kualitas pelayanan.
d) Tidak adanya standarisasi tugas.
e) Pegawai merasa tidak memiliki kemampuan untuk memuaskan pelanggan.
f) Tidak ada kesesuaian *skill* pegawai dengan bidang yang diambil.
g) Kurangnya teknologi yang sesuai.
h) Kurangnya *team work.*

Digital Bank Syariah Indonesia (BSI)

Evolusi *digital Bank Syariah Indonesia (BSI)* sudah ada ketika internet muncul sejak tahun 1980an di Amerika Serikat meskipun pada prakteknya sangat berbeda dengan *digital Bank Syariah Indonesia (BSI)* di era sekarang, *digital Banking* semakin dikenal pada tahun 1994 di Amerika Serikat, yaitu *stanford credit union* mulai menawarkan layanan perbankan melalui situs mereka dimana 100.000 rumah tangga mulai mengakses rekening Bank Syariah Indonesia (BSI) secara *online*, dan sejak itu *digital Banking* berkembang secara pesat di Amerika Serikat sendiri pada tahun 2001 yang sudah mencapai 20 juta pengguna. Di Indonesia sendiri Bank Syariah Indonesia (BSI) Internasional Indonesia (1998) menjadi yang pertama walaupun BCA (2001) yang berani mengoperasikan *e-banking* secara masif di Indonesia, pada tahun 2007 saat peluncuran Iphone, *digital banking* mulai menggeser dari komputer ke *smartphone*, kemudian secara statistik pengguna *digital banking* mencapai 54 juta di Amerika Serikat pada tahun 2009.

Sedangkan di Indonesia menurut survei yang dilakukan oleh *Sharing Vision* pada 6 Bank Syariah Indonesia (BSI) besar di Indonesia, jumlah pengguna *internet banking* mencapai 5,7 juta orang pada 2012. Dan sejak tahun 2016 dimana gerenasi milenia (masyarakat kelahiran 1981-2000) berhasil mengubah *preferensi digital banking* secara fundamental dimana hal tersebut menandakan kepada Bank Syariah Indonesia (BSI) bahwa mereka harus segera memindahkan semua layanan secara *online.* (Kompas, 2017)

Manfaat digitalisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) terutama untuk menurunkan biaya operasional, digitalisasi perbankan merupakan investasi jangka panjang. Pihak perbankan dapat menjangkau pasar lebih luas dengan menurunkan anggaran investasi pembukaan cabang pembantu dan kantor kas kecil. Untuk itu, pada tahap awal pihak perbankan perlu melakukan transformasi infrastruktur IT. Seiring dengan pertumbuhan bisnis *e-commerce*, dunia perbankan pun dituntut untuk bisa mengikuti tren transaksi digital, sampai dengan hadirnya sektor baru di industri dalam bentuk *fintech,* serta layanan perbankan keuangan berbasis internet di mana jumlahnya semakin meningkat di Indonesia. (Marlina, 2018)

Menurut data Bank Syariah Indonesia (BSI) Indonesia (2016), total transaksi *e-money* saja pada tahun 2015 melonjak tajam ke angka 5,2 triliun dari 4,3 triliun pada tahun 2014. Ini menyebabkan industri perbankan menjadi salah satu sektor bisnis yang dituntut untuk melakukan transformasi digital untuk tetap berhasil dalam persaingan yang ketat guna memenuhi perilaku konsumen yang sudah berubah ke arah digital.

Ada tiga faktor utama dalam agenda transformasi perbankan digital (Kompas, 2017) : Pertama, secara perlahan tumpukan kertas akan ditinggalkan sebagai proses utama perbankan dan mengadopsi cara-cara baru yang lebih cerdas, yang dulunya melakukan transaksi yang menghabiskan banyak kertas kini transformasi digital akan merubah pola kerja Bank Syariah Indonesia (BSI) yang lebih simple dan mudah. Kedua, perbankan perlu memperhatikan keinginan dari diri nasabah dan mengubah pengalaman nasabah agar menjadi lebih dari otomasi. Ketiga, menanamkan budaya baru dalam perusahaan.

Febriana (2014) menjelaskan bahwa istilah dari *digital banking* yang makin popular adalah *e-banking (electronic banking*). *E-Banking* dapat didefinisikan sebagai penghantaran otomatis jasa dan produk Bank Syariah Indonesia (BSI) secara

langsung kepada nasabah melalui media elektronik saluran komunikasi interaktif. *E-Banking* meliputi sistem yang memungkinkan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI), baik individu ataupun bisnis untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis atau mendapatkan informasi produk dan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui jaringan pribadi ataupun publik. Nasabah dapat mengakses *e-banking* melalui internet, komputer/PC, PDA/*smartphone*, ATM ataupun telepon.

Otoritas Jasa Keuangan menjelaskan bahwa layanan perbankan digital adalah layanan atau kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik Bank Syariah Indonesia (BSI), dan/atau melalui media digital milik calon nasabah dan/atau nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI), yang dilakukan secara mandiri. Hal ini memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) 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 Syariah Indonesia (BSI) (OJK, 2017).

Ada beberapa jenis layanan *digital banking* yaitu:

a) *Internet Baking*. Melalui *internet banking* maka nasabah dapat melakukan transaksi perbankan (*financial dan non financial*) melalui komputer atau *smartphone* yang berhubungan dengan jaringan internet Bank Syariah Indonesia (BSI).
b) *Phone Banking*. Nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui telepon di mana nasabah menghubung *contact* center Bank Syariah Indonesia (BSI).
c) *SMS Banking*. *SMS Banking* adalah layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan nasabah melalui telepon seluler (ponsel) dengan format *Short Message Service* (SMS).
d) *Mobile Banking*. *Mobile Banking* merupakan salah satu hasil layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu Bank Syariah Indonesia (BSI) mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan *handphone* jenis apapun. (Nurastuti, 2011:130).
e) *Automated Teller Machine* (ATM). ATM adalah terminal elektronik yang disediakan lembaga keuangan atau perusahaan lainnya yang memungkinkan nasabah untuk mengetahui informasi saldo dan melakukan penarikan tunai. Dalam perkembangannya, fitur semakin bertambah yang memungkinkan untuk melakukan pemindah bukuan antar rekening, pembayaran (antara lain kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (antara lain voucher dan tiket), dan yang yang terkini transfer ke Bank Syariah Indonesia (BSI) lain (dalam satu jaringan ATM). (IBI, 2016)

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya. Menurut Barnes kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti bahwa suatu bentuk keistimewaan dari satu barang atau jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah harapan atau pemenuhan kebutuhan harapan melebihi harapan. Kepuasan adalah

terpenuhinya harapan pelanggan dan kebutuhan. (Ferreira, 2020) Kepuasan dapat diartikan sebagai sesuatu keadaan dalam diri seseorang atau sekelompok orang yang telah berhasil mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan dan dinginkannya.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan yaitu (Alma, 2004) :

a) Kualitas Produk

Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang adalah jika produk tersebut dapat memenuhi dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu contoh dari kualitas produk eksternal adalah citra merek.

b) Kualitas Pelayanan

Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapannya.

c) Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

d) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

e) Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung merasa puas terhadap produk atau jasa tersebut.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian mendalam mengenai unit sosial, individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat tertentu yang hasilnya merupakan gambaran yang lengkap dan terorganisir baik mengenai unit tersebut. (Suryabrata, 2003) Dalam penelitian ini akan meneliti secara langsung kepada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Penelitian ini mewawancarai 6 nasabah dan 2 karyawan bank, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Sedangkan metode deskriptif yaitu pengamatan dalam bentuk cerita yang sangat detail (deskripsi rinci dan gambaran yang mendalam), termasuk ungkapan-ungkapan asli subjek penelitian. (Sugiyono, 2010)

Dalam penelitian kualitatif teknik pengumpulan data sangat diperlukan guna mendapatkan data dalam sebuah penelitian. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data sesuai dengan apa yang diharpakan. Penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Dari sisi setting maka data dikumpulkan dalam kondisi yang alamiah (*natural setting*). Sementara dari sisi sumber, maka data dikumpulkan dari berbagai sumber yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Selanjutnya jika dilihat dari sisi cara atau teknik pengumpulan data lebih banyak dilakukan dengan pengamatan (observasi), wawancara mendalam (*in depth interview*) dan dokumentasi. Dalam penelitian ini pengumulan

data dilakukan dengan pengamatan, wawancara mendalam dan dokumentasi karyawan bank dan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Ipuh yang beralamat di Desa Pulai Payung kecamatan Ipuh kabupaten Muko-muko provinsi Bengkulu. Dalam menjalankan aktivitasnya, Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor cabang Ipuh terus melakukan inovasi produk dan pengembangan pelayanan prima kepada nasabah untuk meningkatkan professionalisme perusahaan.

Salah satu tantangan dalam persaingan didunia perbankan adalah dukungan teknologi perbankan di meja *service representative* yang dapat digunakan untuk memadukan semua layanan jasa perbankan dan secara individual untuk para nasabah yang memerlukan layanan perbankan tersebut. Digitalisasi perbankan syariah merupakan salah satu poin penting dari *roadmap* pengembangan perbankan syariah oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2020-2025. Digitalisasi perbankan syariah bertujuan agar Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki daya saing yang kuat. Layanan digital yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) kepada nasabah akan memberikan nilai lebih di mata masyarakat untuk bertransaksi di perbankan syariah. Pada masa pandemi saat ini, transaksi layanan digital perbankan syariah mengalami kenaikan yang sangat signifikan. Seperti dilaporkan dari website Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk yang menyebutkan bahwa volume transaksi digital Bank Syariah Indonesia (BSI) selama masa pandemi hingga Maret 2021 menembus angka Rp. 40,85 T.

Kenaikan transaksi digital yang dialami Bank Syariah Indonesia (BSI) tidak terlepas dari semakin membaiknya fitur-fitur dan layanan yang dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI). Sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, Bank Syariah Indonesia (BSI) berusaha memenuhi kebutuhan nasabah sebaik mungkin. Selain fitur umum seperti *transfer,* pembayaran dan pembelian, saat ini Bank Syariah Indonesia (BSI) *Mobile* dilengkapi dengan fasilitas pembukaan rekening secara *online*. Tentunya fitur ini sangat membantu nasabah ditengah masa pandemi yang masih melanda. Ada beberapa manfaat yang akan dirasakan dengan menggunakan layanan digital yaitu:

a. Layanan digital yang diberikan kepada nasabah merupakan upaya perbankan syariah Indonesia dalam mendukung program percepatan transformasi dibidang ekonomi dan bisnis yang digalakkan oleh pemerintah.
b. Digitalisasi dalam perbankan syariah diharapkan akan mampu menciptakan suasana pekerjaan berbasis digital, mempermudah, mempercepat serta meningkatkan volume transaksi masyarakat dibidang ekonomi, khususnya perbankan.
c. Layanan digitalisasi yang dikembangkan perbankan syariah dapat meningkatkan inklusi keuangan syariah di masyarakat. Ini menjadi hal penting mengingat pemahaman masyarakat syariah masih rendah. Digitalisasi perbankan syariah diharapkan akan semakin mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi serta mendapatkan layanan keuangan syariah. (Kadarsih, 2016)

Perbedaan bank konvensional dan bank syariah dalam beberapa hal, dalam sisi teknis penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi komputer yang dipergunakan, persyaratan umum pembiayaan, dan sebagainya. Masyarakat

perlahan-lahan telah memulai dengan jelas perbedaan antara bank syariah dan konvensional, yaitu terutaman pada sistem bunga (i*nteres*) artinya bank konvensional menerapkan sistem bunga sebagai imbal hasilnya, sedangkan bank syariah menerapkan prinsip bagi hasil. Pembiayaan dalam perbankan syariah tidak bersifat menjual uang yang mengandalkan pendapatan bunga atas pokok pinjman yang diinvestasikan, tetapi dari pembagiaan laba yang diperoleh pengusaha. Pendekatan bank syariah mirip dengan *invesment banking,* dimana secara garis besar produk adalah mudharabah (*trust financing)* dan musyarakah (*partnership financing)* sedangkan yang bersifat investasi diimplementasikan dalam bentuk murabahah (jual beli). (Pujihati, 2020)

Layanan digital perbankan syariah dapat meningkatkan *bergaining position* (posisi tawar) Bank Syariah Indonesia (BSI) syariah di mata masyarakat, sehingga diharapkan semakin meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah. transformasi digital di perbankan syariah diperlukan sinergi kerjasama yang baik antara pemerintah, perbankan syariah, masyarakat, serta pihak terkait lain. Diperlukan inovasi dan ide kreatif untuk mengembangkan layanan digital perbankan syariah agar dapat bersaing meskipun masih di tengah masa pandemi. Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Bank Syariah Indonesia (BSI) terkait tingkat penggunaan layanan digital yaitu sebagai berikut:

Menurut ibu Tiara (2021) yang mengatakan bahwa melalui digital para nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) bisa membuka rekening di manapun dan kapanpun tanpa harus mendatangi kantor Bank Syariah Indonesia (BSI) . Calon nasabah hanya mengandalkan E-KTP dan mengatur jadwal dengan agen *digital banking* untuk membantu proses pembukaan rekening. Oleh karena tingkat penggunaan layanan meningkat dari tahun kemarin. Sedangkan, pendapat bapak Arul (2021) yang mengatakan bahwa tingkat pengunaan layanan digital meningkat karena layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) digital bisa digunakan dalam aplikasi *smartphone*. Selama ini masyarakat yang membuka rekening harus mendatangi kantor. Namun sekarang, masyarakat bisa membuka rekening Bank Syariah Indonesia (BSI) cukup dengan aplikasi di ponsel. Kemudian nasabah juga mampu melakukan berbagai transaksi melalui layanan *m- banking, internet banking, sms banking*, dll.

Sedangkan hasil wawancara dengan nasabah tentang kualitas layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) yang responnya ada beberapa pendapat informan terhadap layanan *digital banking*. Banyak transaksi yang bisa dilakukan di layanan digital seperti layanan membayar tagihan, pengiriman uang, cek saldo, *top up*, dan lain-lain. Seperti hasil wawancara berikut ini:

Menurut bapak Edo Andilo (2021) yang mengatakan bahwa saya sudah lama menggunakan layanan digital, menurut saya layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) ini sangat membantu saya. karena layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) seperti *SMS Bankiing*, *Mobile Banking*, Internet *Banking*, dan lainnya. Dapat digunakan di mana saja tanpa saya harus repot-repot ke bank. Terutama di saat sedang darurat, butuh uang kita tinggal melakukan penarikan dengan menggunakan jasa ATM. Saya biasanya menggunakan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) ini supaya saya bisa melakukan t*ransfer* dengan anak, saudara, bisa mengecek saldo yang ada di Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui *handphone*. Pendapat lain juga disampaikan oleh ibu Atiqa Putri yang mengatakan bahwa layanan digital seperti *mobile banking* memiliki banyak fitur – fitur yang bisa saya manfaat ketika saya butuhkan. Di *mobile banking* saya bisa melakukan *transfer*,

membeli token listrik, dan cek saldo, *transfer* pun bisa kapan saja tanpa susah harus ke ATM dan ke bank.

Kemudian bapak Joniani (2021) yang mengatakan bahwa yang biasa belanja *online*, layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) sangat menguntungkan. Karena layanan digital bisa digunakan untuk *top up ewallet* dan *e-comarcee* hal itu memudahkan untuk belanja *online.* Selain untuk *transfer* layanan digital juga digunakan untuk transaksi pembayaran. Pendapat bapak Novan (2021) yang mengatakan bahwa aplikasi *mobile banking* yang memiliki fasilitas fitur yang canggir dan lengkap membantu saya dalam bertransaksi dari layanan digital tersebut bisa digunakan *transfer* dan bayar asuransi kendaraan dan asuransi pendidikan untuk anak saya. sehingga sangat membantu sekali buat saya. apalagi cara menggunakannya sangat mudah, tinggal buka aplikasi layanan *mobile banking*, tinggal pilih fitur apa yang dibutuhkan. Sedangkan pendapat lain juga disampaikan oleh ibu Eva (2021) yang mengatakan bahwa saya senang sekali yang namanya belanja *online*. Beli keperluan anak-anak, kebutuhan saya, dan keluarga saya tidak susah sekarang. Karena semuanya sudah tersedia di *handphone*. Dengan menggunakan aplikasi digital saya bisa melakukan cek saldo dan melakukan bayar *e-comarce*.

Untuk mengetahui layanan yang digunakan dapat memiliki kelebihan dan kekurangan dapat dilihat dari hasil wawancara. Dari hasil wawancarai nasabah sangat puas dengan layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) ini. sehingga jaringan yang biasa menjadi masalah tidak menjadi kendala pengguna layanan digital untuk bertransaksi. Seperti yang dikemukakan bapak Edi Suardi (2021) yang mengatakan bahwa layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) ini sangat bagus, saya yang orang awam kesulitan dalam menggunakan *smartphone* dan susah untuk berpergian tidak pernah mau ketinggalan dalam menggunakan fitur layanan digital. Karena saya bisa memanfaat layanan digital dengan bantuan anak-anak saya seperti kegiatan *transfer*, melakukan pembayaran dan lain-lain.

Pendapat lain juga dijelaskan oleh ibu Nur (2021) yang mengatakan bahwa saya sempat kesulitan menggunakan layanan *mobile banking* karena jaringan operator kartu *handphone* saya yang kurang stabil. Tidak membuat saya kehilangan akal untuk menggunakan layanan digital yang ada di *handphone*. Saya tinggal menggantikan dengan jaringan kartu *handphone* yang banyak sinyalnya di daerah saya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat penggunaan layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) di daerah Ipuh meningkat menjadi 621 orang nasabah karena layanan yang sangat bagus dan mudah digunakan. Nasabah juga merasa puas dengan adanya digital yang dapat mempermudah nasabah tanpa harus menunggu lama di bank dan juga nasabah bisa melakukan digital di rumah saja melalui *smartphone*, melakukan transaksi berupa, *transfer, e-comarce*, cek saldo, bayar listri, beli pulsa dll. Sehingga tingkat penggunaan layanan digital meningkat setelah adanya pandemi covid 19. Di samping mempermudah nasabah digital Bank Syariah Indonesia (BSI) tidak mempersulit nasabah dikalangan remaja dan

kalangan orang tua karena mereka senang dengan menggunakan aplikasi tersebut. Hanya saja ada beberapa nasabah saja yang tidak menggunakan digital ini diakibatkan oleh tidak adanya jaringan.

Saran

Dengan adanya penelitian ini diharapkan para nasabah lebih mampu memahami dan bisa memanfaatkan jasa perbankan secara digital. Selain itu pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) juga harus lebih meningkatkan lagi layanan digital sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah karena adanya kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabeta

Andilo, Edo. (2021). *Hasil Wawancara Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)*

Arul. (2021). *Hasil Wawancara Karyawan Bank Syariah Indonesia* (BSI)

Lihsien Chien, Shuyi Chi. (2018) Corporate Image As A Mediator Between Service Quality and Customer Satification: Difference Across Categorized Exhibitor. *Jurnal Elsevier*. Vol 5 No 3. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01307

Febriana, T. (2014). Studi Penerapan Inovasi Teknologi Informasi Dengan Metode Technology Watch And Competitive Intelligence (TW-CI). *Jurnal Binus University*. Vol. 5, No.1

Eva. (2021). *Hasil Wawancara Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)*

Ferreira, Diogo Cunha. et.al. (2020). Customer Satifaction In Pediatric Inpatient Services: A Multiple Criteria Satisfaction Analysis. *Jurnal Elsevier*. https://doi.org/10.1016/j.seps.2021.101036

Ikatan Bank Syariah Indonesia (BSI)ir Indonesia. (2014). *Memahami Bisnis Bank Syariah Indonesia (BSI) Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Ikatan Bank Syariah Indonesia (BSI)ir Indonesian (IBI). (2016). *Memahami Supervisi Audit Intern Bank Syariah Indonesia (BSI)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Joniani. (2021). *Hasil Wawancara Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)*

Kompas.com. (2017). Diakses pada 30 Juli 2021. Dari https://ekonomi.kompas.com/read/2017/05/16/120932726/transformasi. Bank Syariah Indonesia (BSI)an.digital.yang.tidak.sekadar.digital.lipstick.

Kadarsih, (2016) Evaluasi Digital Library AMIK AKMI Baturaja Menggunakan HOT Fit Model. 414-415

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat

Pujihati, Esti. (2020). Penggunaan Fasilitas *E-Banking* Dalam Menarik Minat Nasabah Pada PT Muamalah Indonesia Tbk Cabang Bengkulu. *Skripsi.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Rianto, M. Nur. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah Indonesia (BSI) Syariah*. Bandung: Alfabeta

Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasasi Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Ilmiah Inovator*

Novan. (2021). *Hasil Wawancara Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)*

Nur. (2021). *Hasil Wawancara Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)*

Ramaditya, Muhammad dan Retno Wuryaningsih. (2018). "Analisis Pengaruh Aplikasi Echannel Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah", *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* vol.14 No.2

Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Panduan Penyelenggaraan Digital Branch Oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Umum. Diakses pada 30 Juli 2021: https://www.ojk.go.id/id/kanal/perBank Syariah Indonesia (BSI)an/Pages/PanduanPenyelenggaraan-Digital-Branch-oleh-Bank Syariah Indonesia (BSI)-Umum. pdf

Rahmayanty, Nina. (2013). *Manajemen Pelayanan Prima: Mencegah Pembelotan dan Membangun Customer Loyality*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ratnasari, et.al. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.

Suardi, Edi. (2021). *Hasil Wawancara Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)*

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Supriyono, Maryanto. (2011). *Buku Pintar PerBank Syariah Indonesia (BSI)an*. Yogyakarta: ANDI.

Suryabrata, Sumardi. (2003). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Tiara. (2021). *Hasil Wawancara Karyawan Bank Syariah Indonesia* (BSI)

Tjiptono, Fandy. (2017). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: ANDI