



Tantangan Transformasi Produk Digital Dalam Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kc Kupang)

Mardiana Muslimin

Universitas Nusa Cendana

Fransina W. Ballo

Universitas Nusa Cendana

Novi Theresia Kiak

Universitas Nusa Cendana

Jl. Adisucpto Penfui, Kupang, Nusa Tenggara Timur

Korespondensi penulis: mardianamuslimin689@gmail.com

Abstract Sharia banking digital product transformation is a necessity because technological developments are increasingly rapid. This research aims to determine the challenges of sharia bank digital product transformation. This research uses a qualitative approach, with data collection methods conducting interviews and documentation. The result of this research show that the challenges of digital product transformation for sharia banks and sharia banks. however, BSI continues to update its system so that it can compete with conventional banks.

Keywords: Digital Product, Sharia Bank, Transformation Challenge

Abstrak Transformasi Produk Digital perbankan syariah merupakan suatu keniscayaan karena perkembangan teknolog yang sudah semakin pesat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Tantangan Transformasi Produk Digital Bank Syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode pengumpulan data melakukan wawancara dan dokumentasi. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Tantangan Transformasi Produk Digital Bank Syariah ialah tingginya tingkat persaingan antara bank konvensional Dan Bank Syariah. Namun BSI terus melakukan pemabruan sistem agar dapat bersaing dengan Bank-Bank Konvensional.

Kata Kunci; Produk Digital, Bank Syariah, Tantangan Transformasi

PENDAHULUAN

Bidang perbankan merupakan bidang yang tak luput dari sistem digitalisasi, salah satunya perbankan syariah (Islamic Banking). Di era digital saat ini perbankan Syariah harus lebih sigap memberikan pelayanan yang mudah, cepat dan aman dengan memanfaatkan teknologi khususnya teknologi informasi. Permasalahan yang sering muncul perbankan digital yaitu kecepatan internet yang selalu tertinggal. Seiring perkembangan teknologi yang semakin meningkat, dunia perbankan masih harus menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital.

Berdasarkan survei yang dilakukan Islamic Financial Services Board (IFSB), sebanyak 77% dari Islamic Bankings mengindikasikan proses transformasi sistem perbankannya mengalami progres dan hanya 3% yang baru berencana untuk memulai digitalisasi. Islamic bankings cenderung melakukan transformasi digital dikarenakan adanya perubahan sistem dari

manual ke digital. Islamic banking melakukan perubahan untuk menyesuaikan keadaan yang ada. Hal tersebut juga didukung oleh indicator increase customer value and satisfaction merupakan alasan yang penting bagi Islamic bankings untuk bertransformasi ke arah digital.

Berkembangnya perbankan Syariah melewati unit layanan Syariah cabang (*office channeling*), perbankan online telah menjadi standar layanan. Perbankan online dapat memberi nilai tambah pada produk perbankan syariah. Di daerah pedesaan, inovasi teknologi dapat meluas ke keuangan mikro atau bertindak sebagai sarana untuk mendukung UMKM. Ada perlombaan perbankan yang memungkinkan perbankan tanpa cabang menjangkau penduduk lokal.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebut perbankan Indonesia menghadapi setidaknya tiga tantangan dalam layanan perbankan digital. Yakni, mengevaluasi percobaan layanan perbankan digital (BI) Bank Indonesia dari sisi sistem informasi perbankan, kesiapan jaringan, edukasi dan pengamanan konsumen. Selain tiga tantangan terkait Bank Digital Indonesia di atas, praktik perbankan digital menghadapi tahap kendala yang mengganggu pertumbuhan ekonomi digital perbankan syariah, seperti skalabilitas infrastruktur jaringan yang tidak dapat diakses oleh semua orang. Minat masyarakat Indonesia terhadap aktivitas ekonomi digital masih rendah, hanya sekitar 35% masyarakat Indonesia yang melaksanakan transaksi keuangan digital. Pangsa perusahaan digital dalam produk nasional bruto (PDB) masih kecil.

Fenomena yang sering muncul dalam dunia perbankan khususnya perbankan yang ada di Kota Kupang adalah tingginya tingkat persaingan antara bank konvensional dan bank syariah dalam meningkatkan minat nasabah untuk menabung di bank.

Di era digital banking saat ini perbankan lebih cepat tanggap dalam mengambil peluang untuk lebih memanjakan nasabah dengan adanya layanan internet banking, mobile banking, smsbanking, ATM. Dengan hadirnya digital banking di tengah masyarakat dapat lebih memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi tanpa harus ke bank langsung.

Bank Syariah Didirikan pada tahun 1999. Bank Syariah juga terdiri dari beberapa bank yaitu Bank Bri Syariah, Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah dan Bank Muamalat. Ada dua Perbankan Syariah yang ada di kota Kupang yaitu Bank Syariah Indonesia Indonesia (BSI) dan Bank Muamalat, Mereka menawarkan berbagai produk dan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti pembiayaan, tabungan, dan layanan perbankan lainnya yang bebas dari riba dan aktivitas yang dianggap haram dalam Islam.

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah ate prince hokum Islam yang dilator daleam fatwa males Elam Indonesia (MUI) separate prince keadilan dan keseimbangan (adl' wayawazun), kemaslahatan (masalahah)

universalisme (alamiyah) serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram. (OJK, 2017) Bank adalah jantung perekonomian negara. Perbankan merupakan pusat transaksi ekonomi tanpa perbankan kegiatan ekonomi menjadi lumpuh.

Produk digital dari bank syariah adalah layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Termasuk rekening tabungan dan deposito syariah, pembiayaan tanpa bunga (mudharabah atau musyarakah), kartu debit syariah, layanan pembayaran digital yang mengikuti hukum Islam, dan platform perbankan online yang memungkinkan pelanggan untuk mengakses layanan mereka dengan mudah melalui perangkat digital. Keunggulan produk ini termasuk terpenuhinya prinsip syariah, kemudahan akses melalui platform digital, dan opsi pembiayaan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Meskipun Bank Syariah Indonesia baru ditetapkan tahun 2021 akan tetapi digital bankingnya tidak kalah saing dengan bank-bank yang sudah beroperasi lebih lama. Bank Syariah Indonesia mempunyai banyak produk Digital bankingdintaranya:

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)

Adapun kekurangan dalam pelayanan BSI Kc Kupang melalui produk digitalnya yaitu keterlembatan jaringan internet yang tertinggal dan tingginya angka persaingan dengan Bank Konvensional. Di era yang serba digital ini menjadi tantangan Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui produk digitalisasi perbankan. Adapun dampak pelayanan yang diterapkan melalui produk digitalisasi perbankan memberikan nilai positif bagi nasabah, pegawai maupun BSI Kc Kupang. Adapun faktor pendukungnya adalah untuk layanan produk digital sudah memadai dan beroperasi dengan baik, kemudian adanya fasilitas wifi yang mana bisa memudahkan aktivitas kerja pegawai dan juga nasabah yang datang ke kantor bank. Faktor penghambat di dalam pelayanannya ada pada faktor internal yang mana adanya *maintenancesystem* sehingga terhambatnya aktivitas transaksi nasabah yang menggunakan layanan produk digital.

Dari latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengangkat judul tentang “Tantangan Transformasi Produk Digital Dalam Perbankann Syariah (study kasus Bank Syariah Kc Kupang)”.

METODE

Jenis Penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Fokus dari penelitian ini adalah mengetahui apa saja tantangan yang di hadapi Bank Syariah Indonesia Kc Kupang dalam *transformasi* produk *digital*, upaya Bank Syariah Indonesia Kc Kupang dalam mngenalkan prduk *digital* dan faktor apa saja yang menghambat *transformasi* produk *digital* Bank Syariah Indonesia Kc kupang.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif kualitatif. Kegiatan analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus hingga titik jenuh (Helaluddin dan wijaya, 2019:123). Beberapa tahapan dalam menganalisis data model interaktif, yaitu: reduksi data, display data dan kesimpulan

HASIL PENELITIAN

Tranformasi Digital perbankan syariah merupakan suatu keniscayaan karena perkembangan teknologi sudah semakin pesat. Inovasi produk dan layanan bank syariah berbasis digital terus dilakukan mengikuti laju perkembangan kemajuan teknologi dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah dan masyarakat secara umum. Saat ini bank syariah sudah mampu menyediakan berbagai produk digital seperti layanan mobile banking, internet banking, sms banking, dan phone banking, yang sudah mudah, nyaman dan aman digunakan.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa di BSI sudah menerapkan Digital Banking dari mulai pembukaan rekening yang harus lewat online serta pembayaran-pembyaran serta pembelian-pembelian listrik dan air semua sudah tersedia di produk digital. Dalam menangani kerusakan BSI memiliki bagian teknisi dalam menangani kerusakan mesin yang ada di bank tersebut. Sedangkan untuk jaringan akan langsung di tangani oleh pusat. Walaupun Bank Syariah termasuk Bank yang terbilang baru akan tetapi sudah memiliki banyak Produk Digital dan Produk Tabungan tentunya semua layanan perbankan Syariah ini berjalan sesuai Syariat Islam yaitu terhindar dari Riba.

a. Tantangan *Transformasi Produk Digital* Bank Syariah Indonesia Kupang

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan bank diketahui bahwa tantangan yang di hadapi bank syariah dalam *transformasi digital* adalah tingginya tingkat persaingan antara bank kovensional dan bank syariah, karena Bank Syariah sendiri berprinsip syariah, namun begitu Bank Syariah juga memiliki nilai tambah tersendiri. Era transformasi yang semakin meningkat membuat perbankan bersaing untuk meningkatkan produk-produk yang ada di Bank tersebut. Salah satu bank yang melakukan transformasi digital adalah Bank Syariah Indonesia dengan melakukan pembaharuan aplikasi ke versi yang lebih cepat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Nasabah dapat di simpulkan bahwa kendala atau hambatan yang dialami nasabah dalam menggunakan produk digital BSI Mobile adalah keterbatasan jaringan.

b. Upaya Bank Syariah dalam mengenalkan Produk Digital

Optimalisasi penggunaan teknologi digital mempengaruhi bentuk pelayanan bentuk pelayanan jasa keuangan syariah global, seperti berkembangnya fintech, digital bank dan artificial intelligence yang merupakan pendorong pertumbuhan perbankan syariah terutama dalam dekade terakhir. Bank digital syariah juga terus tumbuh dan memberikan layanan yang lebih efisien kepada nasabah.

Upaya Bank Syariah dalam mengenalkan produk digital mereka yaitu dengan bersosialisasi dan melalui platform media cetak maupun digital. Dengan melakukan pengenalan melalui media sosial yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan berbagai penawaran terkait produk digital Bank Syariah.

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa Upaya yang dilakukan Bank Syariah dalam mengenalkan produk digital mereka yaitu lewat media cetak, online serta bersosialisasi di Masjid.

c. Faktor yang menghambat Transformasi Produk Digital di Bank Syariah Indonesia Kupang

Faktor yang menghambat Transformasi Produk Digital di Bank Syariah adalah Bank Syariah Indonesia termasuk Bank baru maka dari itu sedikit mengalami keterlambatan dalam pembaruan sistemnya.

Berdasarkan hasil wawancara pimpinan bank, Faktor yang menghambat Transformasi Produk Digital di Bank Syariah adalah secara sistem mungkin agak memiliki keterlambatan dibandingkan Bank lainnya karena BSI termasuk Bank baru yang didirikan pada tahun 2021. Namun BSI sekarang sudah mulai bersaing dengan Bank lainnya dan untuk memperbaharui sistem aplikasi dibutuhkan waktu yang cukup lama dilihat dari kondisi jaringan. Semakin susah jaringan internet di suatu tempat maka pengupdatean aplikasi semakin lama.

Berdasarkan hasil wawancara Nasabah diketahui kendala yang dihadapi Nasabah berupa jaringan yang susah diakses dan letak geografis yang paling menonjol dalam perkembangan digitalisasi produk perbankan.

PEMBAHASAN

a. Tantangan Tranformasi Produk Digital Bank Syariah Indoneisa Kupang

Tranformasi Digital perbankan syariah merupakan suatu keharusan yang dilakukan karena perkembangan teknologi sudah semakin pesat. Kondisi ini mengharuskan perbankan syariah untuk menempatkan tranformasi digital sebagai prioritas dan sebagai salah satu strategi dalam upaya peningkatan daya saing Bank. Otoritas Jasa Keuangan menerbitkan peraturan sebagai upaya mendorong industri perbankan agar lebih efisien, berdaya saing dan berkontribusi bagi perekonomian nasional. Peraturan ini juga menekankan pentingnya akselerasi transformasi digital yang dapat menjadi insentif bagi bank dalam mendorong inovasi produk perbankan sehingga dapat mencapai level skala ekonomi yang lebih tinggi. Inovasi produk dan layanan bank syariah berbasis digital terus dilakukan mengikuti laju perkembangan kemajuan teknologi dalm rangka memenuhi kebutuhan nasabah dan masyarakat secara umum. Saat ini bank syariah sudah mampu menyediakan berbagai produk digital seperti layanan mobile banking, internet banking, sms banking, dan phone banking, yang sudah mudah, nyaman dan aman digunakan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa Tantangan Transformasi produk digital bank syariah adalah tingginya tingkat persaingan antara bank konvensional karena Bank Syariah Indonesia ialah Bank yang menjalankan usahanya berpedoman pada prinsip Syariah dan Bank Syariah termasuk Bank baru yang didirikan pada tahun 2021 lalu.

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara dengan Nasabah Bank Syariah Indonesia mengatakan bahwa dengan adanya produk digital dari bank syariah Indonesia memudahkan mereka bertransaksi contohnya untuk transfer uang atau melakukan pembayaran lewat online di karenakan di Kota Kupang ATM BSI jarang ditemukan. namun ada juga tantangan yang dihadapi Nasabah yaitu jika ada masalah dari sistem aplikasi BSI Mobile seperti perubahan versi dan aplikasinya tidak bisa akses maka mereka akan menunggu beberapa hari untuk bisa memulihkan kembali karena untuk pemulihannya langsung dari Tim pusat.

Produk digital BSI Mobile adalah sebuah produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI). Produk ini merupakan aplikasi mobile banking yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat seluler. Dengan BSI Mobile, nasabah dapat melakukan transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, cek saldo, serta mengakses layanan perbankan lainnya dengan mudah dan cepat melalui aplikasi yang telah diunduh di perangkat mereka. Produk ini dirancang untuk memberikan kemudahan akses dan pengalaman perbankan yang lebih nyaman bagi nasabah BSI.

Peneliti menemukan bahwa dilapangan sering terjadi gangguan jaringan sehingga produk digital dari Bank Syariah yaitu BSI Mobile tidak bisa di akses dengan baik oleh nasabah. Jika ada kendala seperti jaringan nasabah harus menunggu beberapa saat untuk bisa mengakses kembali. Akan tetapi BSI Mobile ini sangat membantu para nasabah jika ingin melakukan transaksi seperti ingin melakukan transfer atau pembayaran lewat online dikarena kantor Bank Syariah yang cukup jauh.

Peneliti juga menemukan bahwa dilapangan juga lebih banyak masyarakat muslim yang memilih menggunakan produk digital dari Bank Syariah yaitu produk BSI Mobile karena dalamnya fitur seperti, menunjukkan jadwal sholat, lokasi masjid, arah kiblat yang disesuaikan berdasarkan lokasi. Adapun fitur lainnya yaitu memudahkan nasabah untuk menjalankan kewajiban sebagai muslim dengan zakat online lewat Bank Syariah Indonesia.

b. Upaya Bank Syariah dalam mengenalkan Produk Digital

Tantangan Transformasi teknologi digital lebih dari sekedar menyediakan layanan online dan mobile banking, perlu berinovasi dalam menggabungkan teknologi digital dengan interaksi nasabah, dalam hal ini temuan-temuan teknologi baru haruslah mempermudah dan memberikan kenyamanan bagi pengguna dalam mengakses layanan perbankan salah satunya adalah perbankan digital yang menggambarkan proses virtual penunjang seluruh layanan yang berdampak positif pada pertumbuhan bisnis secara umum.

Digitalisasi mengharuskan bank syariah melakukan pembaharuan layanan, mengingat peralihan dunia perbankan menjadi digital dapat meningkatkan efisiensi kerja dan meningkatkan kualitas layanan nasabah. Bank syariah melaukn berbagai upaya dalam mngenalkan produk digital mereka dengan memanfaatkan teknologi informasi dan juga secara offline. dalam konteks era digital, adaptasi terhadap teknologi menjadi kunci untuk menjaga relevansi dan daya saing, dan digitalisasi produk digital menjadi langkah progresif dalam memastikan praktik bertransaksi sesuai kebutuhan dan tuntutan masyarakat moderen.

Bank Indonesia juga memberi dukungan terhadap Perbankan Syariah dengan mengembangkan aplikasi digital “SatuWakaf” Indonesia yang bertujuan untuk memfasilitasi proses wakaf dengan lebih mudah dan efisien. Aplikasi ini menawarkan bagai fitur, termasuk wakaf uang yang memungkinkan pengguna untuk menyumbangkan sejumlah uang dengan mudah dan aman, fitur wakaf sosial memberikan platfrom bagi individu atau lembaga untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial yang bersifat wakaf. Dengan demikian, Satu Wakaf Indonesia tidak hanya menjadi alat untuk mendukung kegiatan wakaf, tetapi juga membangun kesejahteraan masyarakat melalui beragam program yang di akomodasi oleh fitur-fitur canggih pada aplikasi saat ini.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan Bank Syariah melakukan upaya pengenalan dengan menyebarluaskan diberbagai produk mereka lewat platfrom atau media online seperti di Instagram, Facebook, dan twitter. Dan dari customer service juga langsung mempromosikan kepada nasabah ketika datang di kantor BSI. melakukan sosialisasi-sosialisai dengan mendatangi jema'ah-jema'ah Masjid. Hal ini juga dikatakan oleh nasabah BSI bahwa dia mengetahui Produk digital BSI Mobile dari sosialisasi yang diberikan oleh pihak BSI.

Peneliti juga menemukan bahwa dilapangan terdapat beberapa nasabah yang datang untuk bertanya terkait produk tabungan yang ingin mereka gunakan, akan tetapi mereka masih bingung sehingga harus bertanya kepada petugas Bank, seperti di customer service sehingga pihak customer service langsung menjelaskan terkait produk yang ingin nasabah gunakan. Secara tidak langsung ini juga termasuk salah satu Upaya mereka untuk mengenalkan produk mereka kepada nasabah-nasabah yang belum menggunakan produk digital dari Bank Syariah Indonesia.

c. Faktor yang menghambat Transformasi Produk Digital di Bank Syariah Indonesia Kupang

Faktor yang dapat menghambat Tranformasi produk Digital Bank Syariah meliputi ketidaksesuaian regulasi syariah, keterbatasan teknologi, serta tantangan dalam edukasi masyarakat terhadap produk digital Bank Syariah.

Masyarakat masih banyak memiliki persepsi yang salah tentang bank syariah. Secara visual dan analogis masih banyak masyrakat yang menafsirkan bank syariah adalah bank konvensional pada umumnya yang menggunakan dasar pembagian hasil didalam mendistribusikan pendapatan yang diperoleh oleh Bank. Persepsi kurang tepat lagi bank syariah dianggap sebagai Bank yang sifatnya sektarian sehingga segala transaksi dan operasionalnya diperuntukan golongan umat agama tertentu. Dan juga masih minimnya literatur, refrensi dan karya tulis yang lain menyebabkan terbatasnya sosialisasi tentang informasi dan pemahaman Bank Syariah.

Berdasarkan Hasil waancara yang telah dilakukan Bank syariah juga termasuk Bank baru. Untuk itu Bank syariah sedikit mengalami keterlambatan dalam pembaruan sistemnya, ini yang menyebabkan Bank Syariah mengalami keterlambatan dalam Transformasi Digital.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kendala yang dihadapi nasabah adalah kendala teknis keamanan seperti masalah login karena sistemnya belum di perbarui. Untuk itu nasabah harus melakukan pembahruan aplikasi atau harus mengupdate produk digital yang mereka gunkan agar lebih mudah untuk diakses.

Berdasarkan hasil wawancara masalah jaringan juga membuat hambatan dalam transformasi digitalisasi dari BSI, sehingga BSI terus melakukan pembaharuan sistem dari sistem yang lama ke sistem yang lebih baru lagi sehingga dapat memperlancar kerja dari produk digital seperti BSI Mobile.

Peneliti menemukan bahwa kurangnya edukasi dan penerimaan masyarakat terhadap produk digital Bank Syariah ini juga salah satu yang menghambat Transformasi Produk Digital Bank Syariah. Selain itu ada juga Kendala yang dihadapi Bank Syariah dalam transformasi produk digital melibatkan faktor teknis, regulasi, dan penerimaan pasar, beberapa masalah dapat mencakup keamanan teknologi, pemahaman aturan syariah terkait dengan produk digital, dan juga mengubah pola pikir tradisional terkait perbankan syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Transformasi Produk Digital* perbankan syariah merupakan suatu keniscayaan karena perkembangan teknologi sudah semakin pesat. Namun dalam penelitian yang dilakukan ditemukan ada Tantangan yang dihadapi bank syariah dalam *Transformasi Produk Digital* mereka seperti tingginya tingkat persaingan antara bank konvensional dan Bank Syariah.
2. Bank syariah melakukan berbagai upaya dalam mengenalkan produk digital dengan memanfaatkan teknologi untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi secara syariah. Selain itu, bank syariah juga aktif dalam menyelenggarakan kampanye pemasaran digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk-produk syariah yang dapat diakses secara *digital*.
3. Faktor yang menghambat transformasi produk digital dari Bank Syariah Indonesia adalah kecepatan jaringan yang masih tertinggal sehingga menimbulkan masalah pada produk digital. Untuk itu dari pihak BSI terus melakukan pembaharuan sistem dan mengubah versi aplikasi lama ke versi yang terbaru.

SARAN

Berdasarkan Hasil analisis dan pembahasan adapun saran yang diberikan :

1. Bagi perusahaan atau Bank Syariah agar lebih banyak melakukan sosialisasi dan promosi ke media sosial terkait produk-produknya dan melakukan pembaruan ke sistem jaringan dan aplikasinya agar bisa lebih bersaing lagi dengan bank konvensional.

2. Bagi pemerintah agar memperhatikan koneksi internet, karena koneksi internet yang lambat dapat mempengaruhi penggunaan layanan produk digital dari BSI Mobile, kondisi internet yang tidak memadai dapat menjadi hambatan serius bagi kemajuan transformasi produk digital Bank Syariah Indonesia. Pemerintah dapat bekerja sama dengan penyedia jaringan, terutama di daerah yang masih kurang terjangkau.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat memperluas cakupan penelitian ini dengan menambahkan informan penelitian dan metode yang berbeda untuk memperkaya penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajat Rujakat. 2018. Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Yogyakarta
- Basu Swastha dan Hani Handoko, Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen, Yogyakarta : Liberty Edisi Pertama.
- Bungin, Burhan. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Depok : PT Raja Grafindo.
- Dimitri, Mahayana. 2014. "Tantangan Internet Banking Di Era Globalisasi".
- Febriani, D. (2020). Ekonomi dan perbankan syariah di tengah era digital. Hukum Ekonomi Syariah, 12(2).
- Helaluddin, Hengki Wijaya. 2019. Analisis Data Kualitatif. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Ichwan, Hasanudin. 2019. Alasan Pentingnya Digital Banking Bagi Nasabah.
- Jannah, I. F. (2019). Pengaruh Penerapan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bni Syariah Cabang Banda Aceh).
- Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia. (2023)
- Kholis, N. (2020). Perbankan Dalam Era Baru Digital. Economicus, 12(1), 80-88.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p12
- Kusumanigtiyas Hesti Rinda, Rahajeng Elsy. 2017. Presepsi Nasabah Akan Layanan Atm Dan E-Banking Dengan Metode Tam. Studi Informatika: Jurnal Sistem Informasi, 10(2).
- Mahmudah, S. (2019). Globalisasi Pasar dan Kesiapan Perbankan Syariah di Indonesia. Dinar : Jurnal Prodi Ekonomi Syaria'ah, 2(2), 135–159.
- Malau, Harman. 2017. Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung : Alfabeta.

- Marlina, A., & Humairah, F. (2018). Peran Digital Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Kredit (Studi Kasus Pt.Bank Tabungan Negara Syariah). *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 6(2).
- Mohd Akram Laldin, &FaresDjafri. (2019). Islamic Finance in the Digital World: OpportunitiesandChallenges. *Journalof Islam in Asia*, 16(3), 283–299.
- Muhammad Ismail Sha Maulana¹, Muhammad Firdan², Sofia Rachmah Sabilla³,Abdul Hakam. (2022), *Perkembangan Perbankan Syariah Di Era Digitalisasi*
- Muhammad. 2020. *Bank Syariah: Analisis Kekuatan, peluang, dan Ancaman*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Muzzayyana Tartila, Asmuni. 2022.*Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital*
- Nopirin, (2016) *Ekonomi Moneter*. Universitas Gajah Mada: Yogyakarta
- Nurfadilah. (2020). *Peluang dan Tantangan Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital*
- Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Pratama, Randy. 2013. *Jenis-Jenis EBanking*. Selasa, 18 Juni 2013.
- Rafiki, A. (2020). *OpportunitiesandChallengesofSocial Media tothe Islamic Banks in Indonesia*.
- Soenjoto, W. P. P. (2018). *Tantangan Bank Syariah Di Era Globalisasi*.
- Stefan B, (2021,18 Juni).BSI Sosialisasikan Produk-Produk Layanan Perbankan.<https://ntt.kemenag.go.id/berita/516225/bsi-sosialisasikan-produk-produk-layanan-perbankan> (diakses pada tanggal 14 Februari 2023)
- Syukron, A. (2013). *Dinamika Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia*
- Vanni, K., &Nadan, V. (2023). Strategi Efektivitas Pemasaran Digital Banking Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* , 3 (2), 237-248. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.197>
- Zahra, (2022,01,Maret) *Transformasi digital dalam perbankan syariah*. <https://feb.ugm.ac.id/id/berita/3540-transformasi-digital-dalam-perbankan-syariah> (diakses pada tanggal 14 Februari 2023)