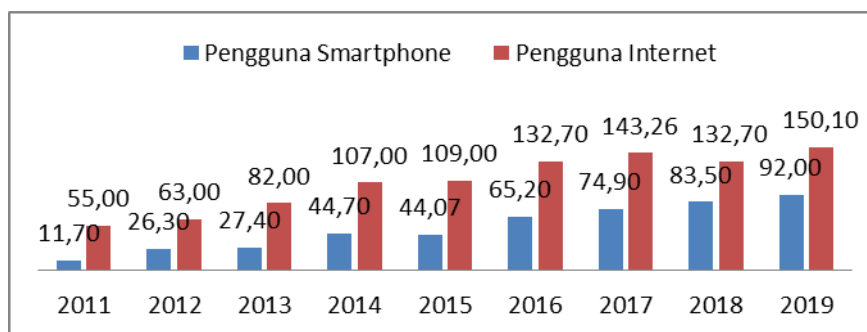


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut data dari Indonesia E-Commerce Association (idEA), Google Indonesia, dan Taylor Nelson Sofres (TNS), perdagangan *online* di Indonesia mencapai sekitar Rp300 triliun (sekitar US\$25 miliar) pada 2016 dengan sekitar 62.2 juta pengguna *smartphone* dan 109 juta pengguna internet, saat ini Indonesia menjadi tempat terbaik bagi perkembangan industry *e-commerce* (Perbanas, 2016). Hal ini didukung oleh pergeseran kebiasaan konsumen yang semakin menuntut tingkat pemenuhan kebutuhan yang efisien dan efektif dengan adanya teknologi dibidang keuangan tersebut.



Gambar 1. 1
Jumlah Pengguna Smartphone dan Pengguna Internet Tahun 2011 - 2019 di Indonesia

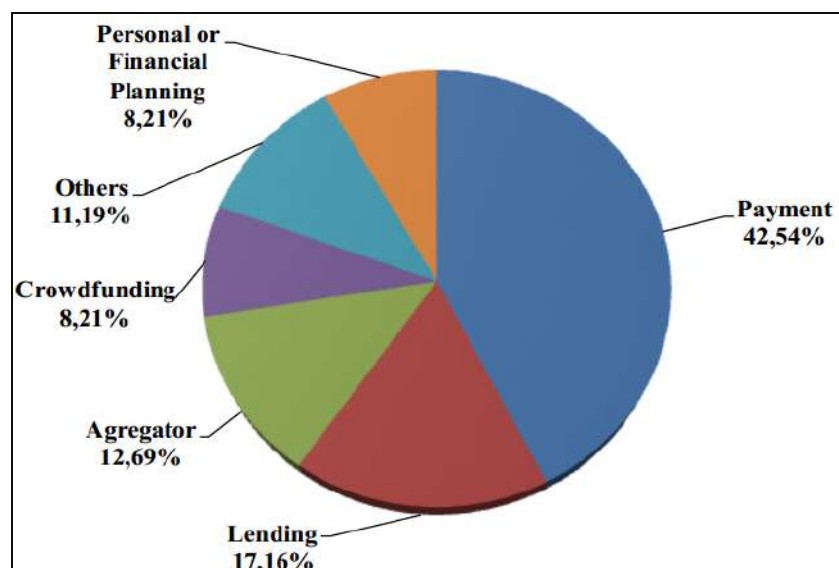
Sumber : E-Marketer dan APJII, sudah diolah

Data diatas mendukung hasil analisis dari AT Kearney tentang Roadmap Transformasi Perbankan (ATKearney, 2014) mengungkapkan bahwa pada tahun 2020, 80% pangsa pasar akan didominasi oleh pengguna *smartphone*. Oleh sebab itu, perlu adanya perubahan sistem dalam bidang keuangan untuk mengimbangi hal tersebut, baik dalam sisi lembaga keuangan formal maupun lembaga keuangan non formal.

Pada lembaga keuangan non formal, muncullah yang namanya *Financial Technology (fintech)*. *Fintech* merupakan pemain baru yang bergerak pada lini

bisnis digital dan merupakan salah satu pemain terbesar di industri keuangan. Penggunaan internet dan smartphone yang semakin meningkat di masyarakat Indonesia membuat FinTech berkembang dengan pesat hingga saat ini.

Perusahaan-perusahaan tersebut terbagi ke dalam empat kategori, yaitu *market provisioning; deposit, lending, and capital rising; investment and risk management; dan payment, clearing, and settlement*. Dari keempat kategori tersebut, kategori terakhirlah yang paling banyak diminati (Gambar 1.2). Oleh karena itu Indonesia saat ini berada di tengah-tengah *booming* sektor *e-commerce* dan pembayaran, dengan beberapa perusahaan domestik dan regional yang memimpin. Mayoritas bankir Indonesia, sekitar 72% menganggap Go-Jek sebagai salah satu pesaing perbankan terbesar yang muncul dengan Go-Pay dan layanan lainnya (Price Whitehouse Cooper Indonesia, 2018).



Gambar 1. 2
Profil FinTech di Indonesia Berdasarkan Sektoral

Sumber: Asosiasi FinTech Indonesia (AFI), sudah diolah

Akibatnya, bank sebagai lembaga keuangan formal menghadapi berbagai perkembangan berbasis teknologi, yang mengubah harapan nasabah dan menawarkan peluang kepada bank untuk meningkatkan layanan. Hal ini disebut dengan teknologi diskruptif, yaitu suatu bentuk perubahan teknologi yang sangat kuat sehingga dapat mengubah seluruh tatanan sektor. Teknologi yang

mengganggu ini biasanya menyangkut digitalisasi proses yang ada dan penggunaannya di bidang baru.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa perkembangan teknologi yang bersifat konstruktif telah mengubah perilaku konsumen ataupun calon konsumen perbankan. Menurut pra riset penulis, Jenius sebagai bank digital pertama di Indonesia menganggap bahwa generasi milenial, yang lahir dan tumbuh di era digital akan alergi dengan proses gaya lama yang dianggap konvensional. Layanan perbankan tradisional bisa jadi akan cepat dianggap kuno dalam beberapa waktu mendatang. Jika dulu konsumen harus mengunjungi suatu tempat untuk melakukan aktivitas keuangan, saat ini konsumen tidak perlu meninggalkan kursinya hanya untuk bertransaksi. Dengan menggunakan telepon pintar yang telah dilengkapi fasilitas-fasilitas layanan keuangan yang *real time online*, mereka bisa bertransaksi keuangan kapan pun dan di mana pun. Hal itu mendorong perbankan untuk berusaha mengembangkan layanan perbankan digital (*digital banking*) sehingga mampu mengimbangi perkembangan teknologi dan merespons kebutuhan nasabah.

Hasil dari pra riset penulis dengan mendatangi beberapa kantor cabang perbankan di Surabaya dan Sidoarjo, yaitu terdiri dari Bank Permata, DBS, BTPN-Jenius, Bank Muamalat, dan BSM juga mendapati perbankan sekarang sudah mulai menerapkan *digital banking system* pada masing – masing produk yang ditawarkan kepada nasabah dengan tingkatan yang berbeda – beda. Pada **Gambar 1.5** Menunjukkan berbagai macam inovasi digital pada beberapa perbankan konvensional di Indonesia.



Gambar 1.3

Major Banks In Indonesia Have Joined The "Digital Race" To Capture New Growth Opportunities

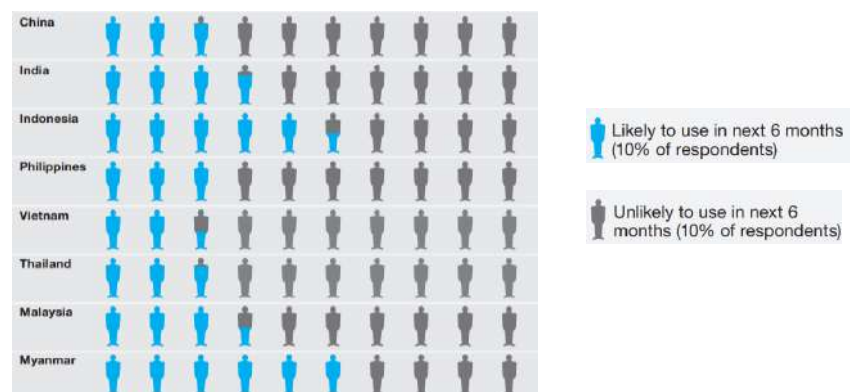
Sumber: Mykinsey&Company (2018: 6)

Hasil lain dari pra riset penulis dilapangan dan membaca artikel melalui media massa adalah bahwa bank-bank yang sudah mapan, fintech sebagai pesaing baru, otoritas pengawas, dan pihak-pihak lain saling berdesakan untuk posisi dalam lanskap layanan keuangan yang baru. Hal yang tetap tidak berubah adalah esensi dari layanan keuangan yang ditawarkan, sementara sektor lembaga keuangannya telah berubah menjadi pelayanan jasa keuangan dan *Big Tech* yang menawarkan alternatif untuk masing-masing tugas inti (atau bagiannya) nasabah yang didasarkan pada teknologi baru yang lebih digital dan lebih terukur. Perubahan-perubahan ini membentuk dasar baru, baik bagi pemain baru dan bank yang ada, untuk benar-benar menempatkan nasabah di pusat berbagai hal, untuk melayani mereka dengan lebih baik dan untuk menyediakan produk dan layanan yang lebih baik, lebih transparan, lebih murah dan lebih dapat diandalkan.

Pendapat ini didukung oleh survey dari McKinsey&Company (2019) bahwa *"In addition to the rapidly increasing adoption of the internet and smartphones, and growth in e-commerce, a strong digitization push by Indonesian banks has stimulated demand. Banks' efforts to encourage customers and explain*

online banking were the most frequently cited reason respondents gave for trying digital channels". Ini menandakan bahwa perbankan digital telah menjadi arus utama.

Selain dari sisi perbankan, dari sisi nasabah juga sangat terbuka terhadap perbankan digital. Selama tiga tahun terakhir, penggunaan bulanan saluran perbankan digital di Indonesia telah tumbuh dua kali lebih cepat dari pasar asia. *55 percent of nondigital customers said they were likely to use digital banking in the next six months; this is the second-highest figure for any country in Emerging Asia, after Myanmar* (Mckinsey&Company, 2019:2). Hasil survei ini (Gambar 1.3) menunjukkan peluang bagi pemain digital sekitar 50 persen dari semua responden akan mempertimbangkan untuk pindah ke bank tanpa kehadiran fisik, dan mayoritas responden menyatakan keyakinan bahwa mereka akan memindah bukukan 25 - 50 persen dari saldo mereka ke bank digital murni. Hal ini terbukti juga dari siaran pers yang diterbitkan OJK yang mengatakan bahwa jumlah nasabah yang menggunakan layanan e-banking (SMS banking, phonebanking, mobile banking, dan internet banking), melonjak 270 persen menjadi 50,4 juta pada 2016 dari 13,6 juta pada 2012 (OJK, 2017). Juga, transaksi e-banking melonjak sebesar 169 persen menjadi 405,4 juta transaksi pada 2016 dari 150,8 juta transaksi pada 2012 (OJK, 2017).



Gambar 1. 4
Indonesian Banking Customers are Among Emerging Asia's Most Enthusiastic Adopters of Digital Bank

Sumber: McKinsey Asia PFS survey (2017)

Kemudian bagaimana hukum islam memandang adanya fenomena *digital banking system* tersebut?. Pandangan Islam terhadap sains dan teknologi adalah islam tidak pernah mengekang umatnya untuk maju dan modern. Justru Islam mendukung umatnya untuk melakukan penelitian dan bereksperimen dalam hal apapun karena pada dasarnya hukum islam bersifat dinamis dan universal.

Masyarakat ekonomi digital sendiri merupakan dampak dari terus adanya inovasi pada ilmu sains dan teknologi. Hal ini mengubah pola hidup masyarakat serba praktis, sehingga hukum islam juga mengalami perkembangan. Jika ditemukan suatu masyarakat meninggalkan suatu aktivitas yang selama ini sudah biasa dilakukan, maka mereka dianggap telah mengalami pergeseran nilai. Nilai ini yang dikenal dengan sebutan '*adah* (adat atau kebiasaan), budaya, tradisi dan sebagainya. Sedangkan islam menganggap adat sebagai pendamping dan elemen yang bisa diadopsi secara selektif dan proposional, sehingga bisa dijadikan sebagai salah satu alat penunjang hukum-hukum syara (Tamrin, 2010:203). Dalam kaidah fiqih adat kebiasaan yang dimaksud disebut *urf*.

الثَّابِتُ بِالْعُرْفِ كَالثَّابِتِ بِالشَّرْعِ

aš-šā'bitu bil'ur'fī kāš-šā'biti bissyar'i

Artinya:

Sesuatu yang berlaku berdasarkan adat kebiasaan sama dengan sesuatu yang berlaku berdasarkan syara' (selama tidak bertentangan dengan syariat). (DSN MUI, 2018).

Hal ini didukung dengan firman allah pada surah Al Maidah ayat 6:

مَا يُرِيدُ اللَّهُ لِيَجْعَلَ عَلَيْكُمْ مِنْ حَرَجٍ وَلَكِنْ يُرِيدُ لِيُطَهِّرَكُمْ وَلِيُتِمَّ نِعْمَتَهُ عَلَيْكُمْ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Mā yurī'dullahu liyaj'ala 'ala 'alaikum min ḥara'jiw wa'lakiy yurīdu liyuṭahhira 'kum wa liyutimma ni'mataḥu 'alaikum la'allakum tasykurun

Artinya:

Allah tidak hendak menyulitkan kamu, tetapi Dia hendak membersihkan kamu dan menyempurnakan nikmat-Nya bagimu, supaya kamu bersyukur. (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2011)

Terlepas dari berbagai skenario masa depan yang akan dihadapi oleh industri perbankan, dengan penetrasi yang cepat dalam penerapan teknologi digital akan sesuai dengan teori ekonomi yang menjelaskan bahwa kemajuan teknologi mengarah pada peningkatan produktivitas dan mendorong efisiensi perusahaan. Perusahaan yang efisien dan produktif akan meningkatkan kapasitasnya untuk bersaing dan mendominasi pasar. Tetapi dalam pelaksanaannya setiap bank memiliki perspektif masing – masing mengenai urgensi dari sebuah fenomena *digital banking system*. Hal ini tentulah mempengaruhi daya saing mereka yang mana perbankan yang menempatkan strategi digital sebagai strategi perusahaan akan berkembang lebih jauh daripada perbankan yang menjadikan strategi digital sebagai strategi bisnis saja.

Seperti yang diketahui bahwa perbankan syariah di Indonesia sudah hampir tiga dekade, namun perkembangannya masih belum sebanding dengan perbankan konvensional. Menurut laporan tahunan OJK (2017), Total aset perbankan nasional sebesar Rp7.387,14 triliun, kredit Rp4.737,97 triliun dan DPK Rp5.289,02 triliun. Sedangkan industri perbankan syariah hanya menyumbang 5% dari total aset tersebut yaitu sebesar Rp424,18 triliun, total pembiayaan sebesar Rp285,69 triliun dan total DPK sebesar Rp334,89 triliun.

Dengan populasi muslim terbesar di dunia, banyak yang melihat peluang untuk bertumbuhnya keuangan syariah pada tingkat yang lebih cepat daripada perbankan konvensional. Namun, menurut survey PwC Indonesia (2018) sebagian besar bankir merasa bahwa pangsa perbankan syariah selama 8 tahun ke depan akan tetap sama atau hanya sedikit lebih tinggi. Hal ini dilatarbelakangi penerimaan masyarakat terhadap produk dan layanan Perbankan Syariah belum sebaik Perbankan Konvensional. Laporan tahunan OJK (2017:104) mencatat bahwa tingkat inklusi serta literasi masyarakat Indonesia tentang jasa keuangan syariah masih rendah tercermin dari indeks literasi keuangan syariah baru mencapai sebesar 8,11% dan indeks inklusi keuangan syariah sebesar 11,06%.

Berdasarkan penjelasan diatas, akan lebih menguntungkan apabila perbankan syariah mulai berinvestasi untuk menciptakan sistem digitalisasi pada sistem perbankannya. Selain memperluas akses terhadap produk dan layanan keuangan syariah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, adanya sistem digitalisasi lebih menghemat biaya operasional perbankan syariah mengingat kemampuan penghimpunan dana perbankan syariah yang relatif kecil jika dibandingkan dengan perbankan konvensional seperti data yang telah disebutkan pada paragraph sebelumnya. Pernyataan ini didukung penelitian sebelumnya oleh OJK (2018) bahwa keputusan bank untuk menerapkan teknologi perbankan digital harus cukup agresif untuk meningkatkan pendanaan dan efisiensi likuiditas. Tetapi pada implementasinya menurut temuan prariset dari peneliti bahwa penerapan *digital banking system* pada perbankan syariah kurang agresif dibandingkan dengan perbankan konvensional.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, hal tersebut menjadi sesuatu yang menarik bagi peneliti sehingga peneliti ingin mengetahui alasan perbankan syariah kurang agresif dalam mengambil posisi pada pangsa pasar *digital banking system* dengan melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Perspektif Perbankan Syariah Terhadap Digitalisasi Perbankan di Tengah Persaingan Dan Perubahan Teknologi Studi Kasus pada Bankir Surabaya”.

Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang dilakukan OJK pada tahun 2016 menyatakan Indeks Literasi Keuangan Tahun 2016 per Provinsi Jawa Timur 29.4%. Angka ini merupakan presentasi paling tinggi dari provinsi lainnya dengan prosentase 3 kota besar di Jawa Timur masing – masing Surabaya 45.9%, Malang 33.9%, Jember 26.6% dimana Surabaya memiliki prosentase paling tinggi di Jawa Timur. Sedangkan Indeks Inklusi Keuangan Syariah tahun 2016 pada provinsi Jawa Timur sebesar 12.2%. Angka ini merupakan presentasi rendah dari provinsi lainnya dengan prosentase 3 kota besar di Jawa Timur masing – masing Surabaya 64.7%, Malang 71.0%, dan Jember 84.4% dimana Surabaya memiliki prosentase paling rendah di Jawa Timur. Hasil survei inilah yang menjadi alasan peneliti menggunakan bankir pada kota Surabaya untuk dijadikan penelitian karena memiliki konsep permasalahan yang sama dengan fenomena

yang diangkat yaitu kota Surabaya memiliki prosentasi literasi paling tinggi yang artinya masyarakat memiliki pengetahuan tentang bank syariah akan tetapi pada inklusi keuangan Surabaya menduduki peringkat terendah yang artinya masyarakat banyak yang tidak memiliki rekening atau menikmati layanan pada bank syariah. Hal ini sama dengan permasalahan yang diangkat pada penelitian ini dimana bank syariah mengetahui pentingnya penerapan digitalisasi perbankan pada era saat ini tetapi dalam pengimplementasian digital banking pada perbankan syariah kurang agresif.

1.2 Kesenjangan Penelitian

Pada revolusi industri 4.0 perekonomian telah menjadi digital. Berbagai diskrupsi teknologi pada ranah keuangan mengharuskan perbankan juga melakukan revolusi agar keberadaannya tidak termakan dengan pesaing baru seperti *fintech*, oleh karena itu banyak perbankan yang berlomba - lomba menciptakan sebuah sistem yang disebut *digital banking system* baik perbankan syariah maupun perbankan konvensional.

Fokus pada perbankan syariah, menurut penelitian sebelumnya dari Asmy dkk. (2018) menunjukkan bahwa bank syariah harus fokus dan meningkatkan pada *mobile banking interface* untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan pada era digital sekarang. Pada penelitian yang sama menyatakan bahwa loyalitas pelanggan bank syariah dapat dicapai jika bank syariah mampu menawarkan kegunaan atau kemudahan penggunaan layanan *digital banking* dan juga memuaskan pelanggan melalui layanan pelanggan yang efektif. Tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi harus dicapai terutama dalam kasus *digital islamic banking*. Ini karena pelanggan biasa membandingkan layanan perbankan konvensional dan syariah.

Seperti yang diketahui bahwa perbankan syariah di Indonesia sudah hampir tiga dekade, namun perkembangannya masih belum sebanding dengan perbankan konvensional. Menurut laporan tahunan OJK 2017, Total aset perbankan nasional sebesar Rp7.387,14 triliun, kredit Rp4.737,97 triliun dan DPK Rp5.289,02 triliun. Sedangkan industri perbankan syariah hanya menyumbang 5% dari total asset tersebut yaitu sebesar Rp424,18 triliun, total pembiayaan sebesar

Rp285,69 triliun dan total DPK sebesar Rp334,89 triliun (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Oleh sebab itu sudah merupakan keharusan bahwa perbankan syariah menaruh perhatian lebih terhadap boomingnya fenomena *digital banking system* pada era ekonomi digital ini.

Tetapi dalam penerapannya, perbankan syariah masih dalam tahap transisi padahal kemajuan teknologi dapat mengarahkan pada peningkatan produktivitas dan mendorong efisiensi perusahaan (Schwab, 2016:34). Perusahaan yang lebih efisien dan produktif akan meningkatkan kapasitasnya untuk bersaing dan mendominasi pasar. Hal ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya dari OJK (2018) bahwa keputusan bank untuk menerapkan teknologi perbankan digital harus cukup agresif untuk meningkatkan pendanaan dan efisiensi likuiditas.

Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk mengetahui **“mengapa perbankan syariah kurang agresif dalam pengimplementasian terhadap digitalisasi perbankan ditengah perubahan dan persaingan teknologi studi kasus bankir Surabaya?”**. Padahal dalam berbagai data, penelitian dan praktek yang telah dijelaskan diatas menunjukkan bahwa adanya digitalisasi perbankan ini merupakan solusi untuk dapat bersaing dengan pesaing lama maupun pesaing baru pada era ekonomi digital saat ini.

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis perspektif perbankan syariah terhadap digitalisasi perbankan di tengah persaingan dan perubahan teknologi studi kasus pada bank mandiri syariah pasca penerapan *digital banking system*.

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif studi kasus tunggal serta menggunakan data primer yang didapatkan dari wawancara secara semi structural dengan narasumber dan data sekunder yang dapat mendukung temuan penelitian sebagai dasar penulisan penelitian.

1.5 Ringkasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini yaitu untuk menemukan dan menjelaskan alasan perbankan syariah belum menerapkan digitalisasi perbankan secara agresif menurut perspektif bank sebagai lembaga intermediasi dengan menggunakan unit analisis produk, layanan, teknologi dan infrastruktur digital, serta efisiensi.

1.6 Kontribusi Riset

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan wawasan pembaca untuk mengetahui dan menganalisis perspektif perbankan syariah terhadap digitalisasi perbankan di tengah persaingan dan perubahan teknologi studi kasus pada bank mandiri syariah pasca penerapan *digital banking system*.

1.7 Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai latar belakang penulisan mengangkat suatu fenomena untuk diteliti beserta rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan serta sistematika penulisan

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi mengenai pedoman teoritis tentang fenomena yang diangkat dengan landasan teori yang merupakan sebuah tinjauan-tinjauan teori konsep yang relevan dengan penelitian, penelitian terdahulu, proposisi dan kerangka berpikir.

Bab 3 Metode Penelitian

Bab ini membahas mengenai cara peneliti mencari jawaban dari permasalahan yang dihadapi suatu fenomena yang berisi pendekatan penelitian, jenis sumber data, prosedur pengumpulan data dan teknik analisis.

Bab 4 Hasil dan pembahasan

Bab ini berisi mengenai pembahasan pada skripsi dan penelitian yang di lakukan oleh peneliti serta analisis yang diperoleh.

Bab 5 Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan sehingga memperoleh hasil, serta penyampaian saran-saran kepada pihak-pihak terkait dalam penelitian.