

## Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital

Muzayyana Tartila<sup>1)</sup>, Asmuni<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Magister Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, UII Yogyakarta

<sup>2</sup>Universitas Islam Indonesia (UII), Yogyakarta

\*E-mail: [21913005@students.uui.ac.id](mailto:21913005@students.uui.ac.id)

### Abstract

*Industrial revolution 4.0 brings various kinds of changes in the order of people's lives. The changes felt in the current digital era have affected several aspects, including the financial industry in Islamic banking. The purpose of this study is to determine the strategy of the Islamic banking industry in facing the digital era. Data analysis using descriptive qualitative. The results of the study indicate that the strategy of the Islamic banking industry in facing the digital era can be done by providing a form of 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 tool for engaging with constituents. Third, there is a way to go to the bank using text messages. Fourth, is the presence of mobile banking services, in this case, banks can cooperate with other cellular network operators, so that a SIM card (cellular chip card) and Global for Mobile Communications (GSM) are installed with a special program to be able to conduct banking transactions, thus making all activities customer transaction operations are much easier, more practical and safer.*

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

**Saran sitasi:** Tartila, M., & Asmuni. (2022). Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 3310-3316. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6408>

**DOI:** <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6408>

### 1. PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai peluang besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional dengan melalui pengembangan ekonomi kreatif. Memasuki era baru, dunia industri mengalami perubahan yang disebut dengan Revolusi Industri 4.0. Istilah revolusi industri 4.0 merupakan transformasi komprehensif yang menyelimuti semua aspek produksi dari industri melalui peleburan pada teknologi digital dan internet. Penerapan dalam tahap konsep ini berfokus pada otomatisasi proses aplikasi yang didukung oleh teknologi informasi, yang mengarah kepada sedikitnya keterlibatan tenaga kerja manusia.

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 (Puji, 2019). Revolusi digital dimulai pada awal 1990-an, dan terus berkembang sejak saat itu. Dengan mengingat prinsip sistem digital tersebut, maka era digital merupakan era dimana media komunikasi mengalir dengan cepat, jelas dan akurat.

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

yang pada dasarnya akan mengubah pola kehidupan nantinya.

Seiring dengan adanya pergeseran pada pertumbuhan industri yang bergerak ke arah digitalisasi, berbagai macam aktivitas mulai beralih mengikuti perkembangan yang terjadi, salah satu contohnya adalah pergeseran perbankan syariah di era industri 4.0. Undang-Undang No.7 tahun 1992 yang direvisi Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 mendefinisikan bahwa bank syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi atas dasar bagi hasil. Dalam Undang-Undang No. 21 tahun 2008 mengenai perbankan syariah dijelaskan bahwa yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta proses dalam melakukan kegiatan usahanya menggunakan panduan yang berdasarkan prinsip syariah. Menurut jenisnya bank syariah terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) serta Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dan untuk pengaplikasiannya maupun prakteknya berbeda dengan bank konvensional (Taufik, 2020).

Industri perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang pesat dan mampu mendorong kegiatan ekonomi (Dianita et al., 2021). Hal tersebut dapat dikatakan karena perbankan syariah telah menjadi salah satu industri yang dapat membantu mendistribusikan dana publik dengan cara yang paling produktif bagi perekonomian, serta juga berfungsi sebagai perantara yang dapat membantu memperlancar aliran uang antara berbagai lembaga dengan sektor ekonomi lainnya.

Meskipun dari segi keberadaan dan peranan bank syariah telah mengalami perkembangan yang begitu pesat, yang ditandai dengan banyaknya berdirinya bank-bank syariah (Marimin et al., 2015). Namun perkembangan teknologi pada saat ini telah mempengaruhi perubahan sosial di tengah-tengah masyarakat (Faizul, 2022). Pengaruh teknologi menjadikan seseorang sangat memiliki ketergantungan atas keberadaannya. Munculnya teknologi lebih memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa media sosial merupakan perpaduan antara sosiologi dan teknologi.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mampu mendorong adanya digitalisasi perbankan dengan mengarah kepada peraturan OJK yang berkaitan pada Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, sebagaimana yang telah disebutkan

bahwa Layanan perbankan digital adalah layanan elektronik yang dikembangkan untuk mengoptimalkan data nasabah agar dapat melayani nasabah dengan lebih mudah dan praktis, yang disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Sehingga nantinya nasabah juga dapat melakukan secara mandiri dengan tetap memperhatikan segala aspek pengamanannya (OJK, 2018). Dengan demikian adanya peraturan dari OJK dapat diterapkan oleh perbankan syariah khususnya dalam pengotimalkan pemanfaatan teknologi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

Kemudian munculnya transformasi digital saat ini, menyebabkan perbankan syariah khususnya di Indonesia juga harus mengembangkan fitur perbankan digital untuk perusahaan. Namun jika dibandingkan dengan beberapa negara tetangga seperti Malaysia, Indonesia dapat dikatakan lambat dalam mengikutinya. Hal ini terjadi dikarenakan strategi industri perbankan syariah yang dilakukan Malaysia tentunya dalam menghadapi era digital adalah dengan mengembangkan dan melakukan berbagai macam inovasi yang dapat memudahkan nasabah, yaitu dengan membuat aplikasi-aplikasi perbankan yang berbasis *Mobile*. Selain itu juga karena Malaysia telah bersedia dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi dunia dengan selalu membuat pembaharuan pada struktur ekonomi, yang menjadikan Malaysia dapat stabil dalam menangani hal-hal yang tidak dijangka (Latib & Taquiuddin, 2018). Peluang ini berlaku juga bagi perbankan syariah lainnya. Sehingga melihat perubahan dunia saat ini yang sudah mengikuti arus zaman maka transformasi digital harus dilakukan oleh semua industri, khususnya pada perbankan syariah.

Maka dari itu, dalam menghadapi revolusi 4.0 yang merupakan kondisi dimana terjadinya perubahan yang signifikan dalam proses produksi yang dilakukan oleh manusia, industri perbankan syariah ditantang untuk memiliki strategi dan inovasi dalam memadukan teknologi digital dengan interaksi nasabah, yang mana semakin dapat memudahkan dan praktis bagi pengguna untuk mengakses layanan di perbankan syariah.

## **2. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yang menitikberatkan pada pengamatan individu. Artinya dalam penelitian ini memaparkan secara akurat dan

sistematis mengenai objek yang diteliti, untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

Teknik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik survey buku, karena sumber-sumber data yang digunakan terdiri dari berbagai macam *literature-literature review* diantaranya buku, jurnal, artikel, berita dan sumber-sumber yang relevan lainnya. Kemudian berdasarkan objek kajian, penelitian ini termasuk penelitian yang bersifat studi kepustakaan (*Library Research*). *Library research* merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data, informasi, dan berbagai data lain-lainnya yang terdapat dalam studi kepustakaan (Noor, 2016).

Jenis data pada penelitian ini bersifat kualitatif. Yang mana data yang sudah terkumpul dianalisis terlebih dahulu dan digambarkan dengan menggunakan metode deskriptif. Sehingga operasional dalam penganalisisan datanya ditempuh melalui beberapa langkah diantaranya mengumpulkan data sesuai dengan masalah penelitian, mengklasifikasikan unit data sesuai dengan jenis data yang ditentukan dan menganalisis data untuk menarik kesimpulan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil penelitian

Dalam pesatnya perkembangan era digital diharapkan mampu untuk dikelola dengan baik agar lebih produktif atau dapat digunakan dan dapat dimanfaatkan secara luas sehingga tidak hanya beberapa organisasi saja yang memanfaatkannya, melainkan perusahaan atau masyarakat luas dapat mengakses atau mengikuti semua yang berkaitan dengan teknologi dan mampu dikembangkan di seluruh sektor keuangan untuk membangun kehidupan yang makmur, praktis dan sebagai bekal untuk berbuat kebajikan terlebih dimanfaatkan untuk orang banyak serta sangat membantu dan memudahkan umat manusia. Kecanggihan teknologi tersebut dapat dikelola oleh siapapun termasuk dalam industri keuangan syariah. Aktivitas dalam industri tersebut dapat memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan beberapa transaksi diantaranya dapat melakukan pembayaran, pembelian, dan lain-lainnya secara online dengan hanya menggunakan modal gadget yang dimilikinya dan bisa dilakukan dimana saja serta bisa dilakukan dari rumah. Di Indonesia, terdapat beberapa lembaga

yang sudah mengikuti perkembangan digital salah satunya pada industri perbankan syariah.

#### 3.2. Pembahasan

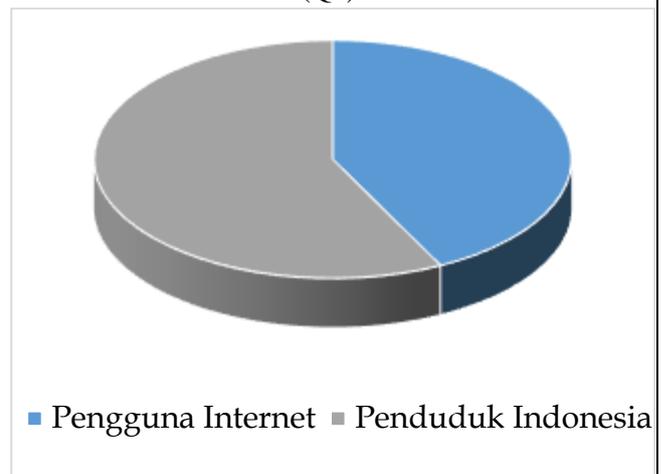
##### Perkembangan Teknologi Di Era Digital

Revolusi industri 4.0 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.

Grafik 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet 2019-2020 (Q2)



Sumber: Hasil Survey APJII (2019-2020)Q2

Dari grafik 1.1 diatas dapat diketahui bahwa banyaknya pengguna internet tidak jauh disebabkan oleh adanya kegiatan sehari-hari yang telah menjadi kebiasaan masyarakat ketika menggunakan teknologi antara lain, memesan transportasi, pengiriman barang, membeli makanan, pemesanan tiket, melakukan bisnis, dan lain sebagainya (Yuniati & Katon, 2020). Karena kehadiran teknologi, masyarakat menganggap kegiatan mereka merasa lebih terbantu dan juga efisien. Fenomena ini dapat terjadi karena adanya pengaruh dari sebuah inovasi pada sistem yang dikenal sebagai disruptif inovasi.

Disruptif Inovasi, sebuah sistem yang sukses dalam mengubah sistem yang sudah ada atau dengan cara memperkenalkan kepraktisan dan kemudahannya, dengan biaya yang cukup ekonomis (Soeharjoto et al., 2019). Kondisi ini juga terjadi pada industri jasa keuangan yang sudah merubah model sistem industri jasa keuangan global. Mulai dari industri dan teknologi intermediasi untuk model pemasaran kepada konsumen. Hal ini telah berubah sepenuhnya, dimana perbankan syariah harus kompeten tidak hanya pada perbankan konvensional, tetapi juga bisa dengan perusahaan *fintech* (Nur et al., 2019). Era 4.0 telah merevolusi dan mengubah sektor keuangan syariah, sehingga bank syariah perlu menawarkan layanan teknologi yang lebih maju kepada konsumen.

### **Strategi Industri Perbankan Syariah Di Era Digital**

Industri keuangan di Indonesia ditantang untuk mampu merespon dengan cepat dengan berbagai perubahan di era digital. Dalam hal ini perubahan pada perilaku konsumen menuntut perbankan untuk mentransformasi menuju era digital yang berwujud inovasi digital banking. Karena jika tidak, perbankan syariah akan ditinggalkan nasabah dan tentunya masyarakat akan cenderung beralih kepada institusi keuangan syariah lainnya, seperti *fintech* syariah.

Kondisi perbankan syariah dalam menghadapi era digital saat ini, terus melakukan strategi agar dapat bertahan dan terus berkembang seiring dengan adanya kemajuan teknologi khususnya (Assauri, 2013). Perkembangan teknologi yang begitu pesat, terus mengarahkan perbankan syariah untuk lebih meningkatkan layanannya dengan salah satu membentuk layanan yang berbasis digital. Hal ini dilakukan karena merupakan salah satu strategi yang bertujuan agar perbankan syariah dapat

memaksimalkan pelayanannya kepada nasabah, dan juga untuk meningkatkan kegiatan operasionalnya.

Fenomena ini dapat terjadi disebabkan adanya pertumbuhan teknologi digital dan dorongan yang diberikannya. Dengan perkembangan teknologi, bank harus menyesuaikan strategi mereka dan mulai menawarkan layanan perbankan dengan sentuhan digital. Adapun proses dilakukan secara bertahap, yaitu bahwa layanan perbankan syariah akan bertransformasi menjadi perbankan digital (*digital banking*). Adanya perubahan tersebut (*digital banking*) dapat mengubah cara-cara lama dalam melakukan aktivitas perbankan syariah (Rika et al., 2021). Dengan ini, nasabah tidak perlu lagi datang ke kantor cabang untuk membuka rekening atau melakukan transaksi keuangan, melainkan semua itu bisa dilakukan dengan modal jari jempol di layar *gadget*.

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.

Sebagai gambaran penerapan digital banking di Indonesia dalam menghadapi era digital, saat ini dapat dibuktikan dengan adanya strategi yang berbentuk berbagai layanan yang dapat membantu nasabah, seperti *internet banking*. Internet banking salah satu layanan online yang dimiliki perbankan. Dimana dalam kegiatan operasionalnya memakai sebuah teknologi internet. Hal ini dilakukan perbankan syariah untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan kegiatan transaksi.

Kedua, kegunaan *phone banking*. Layanan ini yang terkadang memungkinkan dapat membantu nasabah dalam menghubungi nomor telepon tertentu dari bank dengan tujuan untuk melakukan layanan perbankan. Ketiga, adanya *SMS Banking*. Pada SMS banking ini mampu melakukan layanan perbankan yang dapat diakses dan dilakukan dengan melalui jaringan *Short Message Service* (SMS) telepon seluler yang dimiliki oleh nasabah.

Keempat, adanya *mobile banking*. *Mobile banking* salah satu layanan yang sangat memungkinkan nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui *smartphone* yang dimilikinya. Pada aplikasi *mobile banking* juga dapat memberikan pelayanan terkait transaksi informasi saldo, tranfer, pembayaran, dan transaksi lainnya. Dengan demikian pada 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 (OJK, 2018).

*Mobile banking* adalah bentuk perbankan baru yang menggunakan telepon seluler untuk mengakses informasi keuangan, Sedangkan *SMS banking* adalah bentuk lama dari perbankan yang menggunakan pesan teks untuk mengakses informasi keuangan. Sehingga mengakibatkan semua proses transaksi nasabah akan sangat mudah melalui aplikasi *mobile banking* dibandingkan dengan menggunakan *SMS Banking*.

Disisi lain, hadirnya revolusi industri 4.0 juga menghadirkan beberapa tantangan tentunya pada industri perbankan, oleh karena itu perbankan dituntut untuk memiliki strategi agar dapat mengatasi persoalan yang ada. Pesatnya perkembangan teknologi digital menjadi sebuah tantangan baru, namun hal tersebut dapat diatasi dengan pesatnya perkembangan teknologi perbankan digital. Karena perbankan sebagai salah satu industri jasa keuangan

yang berkembang serta mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia yang dihadapkan pada pilihan harus mengadopsi teknologi digital agar perbankan dapat bertahan.

Perbankan syariah selalu meningkatkan pelayanan nasabah dengan melalui tranformasi digital. Hal ini dilakukan dengan melengkapi berbagai macam fitur yang berada di *mobile banking*. Karena selain pesatnya pengguna *smartphone* di Indonesia yang meningkat, namun juga timbulnya karakter masyarakat ataupun generasi milenial yang lebih cenderung memilih melakukan sesuatu dengan mudah dan praktis.

Adapun dampak terhadap inklusi keuangan syariah yaitu mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang tidak terbandung, sehingga mau tidak mau harus disikapi secara cerdas oleh pihak-pihak yang bersangkutan (Fahlefi, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa adanya strategi yang dibuat oleh industri perbankan syariah dalam menghadapi era digital, ternyata juga mengharuskan inklusi keuangan syariah melakukan inovasi yang baru. Hal ini disebabkan karena terus berkembangnya teknologi informasi. Sehingga secara bersamaan maka inklusi keuangan syariah juga di tuntut untuk meningkatkan layanan keuangan modern dari lembaga keuangan syariah, yang bertujuan untuk memperkuat dan mempertahankan peran inklusi keuangan syariah tersebut sehingga dapat memberikan layanan modern yang bersifat mudah, praktis, dan aman.

Oleh karena itu, tentunya bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa keuangan, kepuasan nasabah merupakan hal mutlak yang tidak boleh diabaikan. Selain itu kepuasan nasabah juga menjadi salah satu aspek strategis untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di pasar dan masyarakat luas. Sehingga kualitas layanan pelanggan menjadi isu yang sangat penting. Karena pelayanan tidak sebatas melayani, melainkan dapat memahami, mengerti serta merasakan. Oleh karena itu, layanan bertujuan untuk berbagi hati pada pelanggan (*heart share*). Kemudian dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk, dan hal ini akan berdampak positif bagi citra perusahaan.

#### 4. 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, yang nantinya akan menghasilkan sesuatu yang dapat membantu pekerjaan 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 bersaing dengan 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. Sehingga 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.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada Bapak Dosen pengampu Mata Kuliah Fiqih Muamalah yang telah sabar dalam membimbing dengan memberikan arahan, masukan dan motivasi untuk bisa terus berprogres sampai ke tahap ini. Kedua penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak pengelola Jurnal Ilmu Ekonomi Islam (JIEI) yang telah berkenan dan mau menerima artikel ini. Semoga dengan adanya tulisan ini dapat memberikan kebermanfaatn dan khazanah keilmuan ekonomi Islam kedepannya.

## 6. REFERENSI

- APJII. (2019). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, 1–146. <https://apjii.or.id/survei>.
- Assauri. (2013). *Strategic Management*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Dianita, I. S., Irawan, H., & Deah, M. A. (2021). Peran Bank Syariah Indonesia dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 147–158. <https://doi.org/10.47435/ASY-SYARIKAH.V3I2.686>
- Fahlefi, R. (2019). Inklusi Keuangan Syariah Melalui Inovasi Fintech di Sektor Filantropi. *PROCEEDING Batusangkar International Conference III, Graduate Programme of IAIN Batusangkar*, 4(1), 205–212. <https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/proceedings/article/view/1556>.
- Faizul, A. (2022). Mekanisme Prinsip Syariah pada Produk Bank Syariah. *LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 192–205. <http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/lantabur/article/view/4593>
- Latib, N. A. A., & Taqiuddin, M. T. (2018). Penilaian Kesan Reformasi Dasar Kewangan Keatas Institusi Perbankan Islam di Malaysia. *Labuan E-Journal of Muamalat and Society (LJMS)*, 12, 69–88. <https://doi.org/10.51200/LJMS.V12I.1351>.
- OJK, Republik Indonesia. (2018). *Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum*.
- OJK, RI. *Layanan Digital Banking :: SIKAPI ::*. Retrieved July 15, 2022, from <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/345>.
- Marimin, A., Haris Romdhoni, A., & Nur, F. T. (2015). Perkembangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02), 75–87. <https://doi.org/10.29040/JIEI.V1I02.30>
- Noor, J. (2016). *Metodologi Penelitian*. Kencana Prenada.
- Nur, S. E., Nur, D., & Cholild, M. M. (2019). Peran Fintech dalam Meningkatkan Literasi Keuangan pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 04(8), 90–104. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/4038>.
- Puji, R. (2019). Pengaruh Era Digital terhadap Perkembangan Bahasa Anak. *Al-Fathin*, 2(6), 47–59.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rika, M., Iqbal, F. M., & Suharto. (2021). Penerapan Digital Banking Syariah Sebagai Upaya Customer Retention pada Masa Covid-19. *AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(2), 39–54.

- Rokhmatul, A. I. (2021). Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 140–153. <https://doi.org/10.33367/AT.V2I3.1458>
- Soeharjoto, Tribudhi, D. A., & Nugroho, L. (2019). Fintech Di Era Digital Untuk Meningkatkan Kinerja ZIS di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(03), 137–144.
- Taufik, M. (2020). Development Maqashid Sharia Performance in Islamic Bank. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 3(2), 1–24. <https://doi.org/10.22515/JFIB.V3I2.2978>
- Yuniati, U., & Katon, F. (2020). Motive and Millennial Self Concept in Understanding Digital Transactions through Phenomenology Approach. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 18–31. <https://nextren.grid.id>