

**STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI
DIGITALISASI LAYANAN PRODUK
PT. BANK SYARIAH INDONESIA
KC PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memproleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**HOTNA SARI
NIM. 19 401 00037**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI
DIGITALISASI LAYANAN PRODUK
PT. BANK SYARIAH INDONESIA
KC PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memproleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**HOTNA SARI
NIM. 19 401 00037**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI
DIGITALISASI LAYANAN PRODUK
PT. BANK SYARIAH INDONESIA
KC PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memproleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**HOTNA SARI
NIM. 19 401 00037**

Pembimbing I

A handwritten signature in blue ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke at the end.

**Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 19790720 20110 1 005**

Pembimbing II

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized 'S' and 'M' followed by a long horizontal stroke.

**Samsuddin Muhammad, S.E.M.Si
NIP. 198612052 202012 1 007**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

Hal: Skripsi
An. **Hotna Sari**

Padangsidempuan, 04 Maret 2024

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
Di
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan sepenuhnya terhadap skripsi an. **Hotna Sari** yang berjudul "**Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan**", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi-nya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatianny adiucapkan terimakasih.

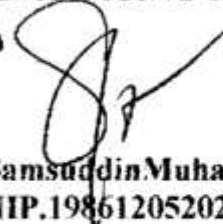
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I



Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP.19790720201101005

PEMBIMBING II



Samsuddin Muhammad, S.E.M.Si
NIP.198612052020121007

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penayang, bahwa saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Hotna Sari
NIM : 1940100037
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan.

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 04 Maret 2024
Saya Yang Menyatakan,



HOTNA SARI
NIM. 1940100037

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addarry Padangsidempuan. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Hotna Sari
NIM : 1940100037
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addarry Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya Ilmiah saya yang berjudul **“Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addarry Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih mediaformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada Tanggal : 09 Maret 2024

Saya Yang Menyatakan,



HOTNA SARI
NIM 1940100037



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : Hotna Sari
NIM : 1940100037
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan

Ketua

Sekretaris

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, ,M.E.
NIDN.2027029303

Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIDN.2020077902

Anggota

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, ,M.E.
NIDN. 2027029303

Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIDN.2020077902

H.Aswadi Lubis, SE., M.Si
NIDN.2007016301

Idris Saleh, M.E.
NIDN. 2009109301

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis / 28 Maret 2024
Pukul : 09.30 s/d 11.30 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 71 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.39
Predikat : Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARYPADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI
DIGITALISASI LAYANAN PRODUK PT. BANK
SYARIAH INDONESIA KC PADANGSIDIMPUAN**


NAMA : HOTNA SARI

NIM : 19 401 00037

Telah dapat diterima untuk memenuhi
Syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 14 Mei 2024
Dekan,




Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si. †
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Hotna Sari
NIM : 1940100037
Judul : Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpun

PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpun merupakan salah satu yang berbasis syariah yang terletak di padangsidimpun. Strategi yang digunakan PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpun dalam menentukan keunggulan bersaing yaitu dengan menggunakan berbagai macam strategi yaitu dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan, dan melakukan pengembangan layanan suatu produk melalui digitalisasi yang lebih fleksibilitas serta nyaman untuk nasabah. Nasabah sekarang berkeinginan suatu pelayanan yang memiliki kecepatan sejak pandemi covid-19 kemarin, akan tetapi perusahaan yang menerapkan aplikasi digital yang baru di aplikasikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpun masih banyaknya nasabah yang masih memiliki kendala terhadap nasabah yang belum memiliki kepercayaan terhadap perusahaan. Di karenakan teknologi yang semakin canggih juga menyebabkan sebagian nasabah belum siap menerima digitalisasi dalam setiap melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpun yang berdampak ketidakpuasaan pelayanan yang diterima nasabah mengakibatkan nasabah tidak bertahan terhadap bank tersebut. Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi keunggulan bersaing dan untuk mengetahui kendala dalam meningkatkan strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi layanan produk PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpun. Jenis penelitian adalah penelitian Kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Subjek dalam penelitian ini adalah Pengawai Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpun serta nasabah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengolahan data dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Cara yang digunakan dalam menjamin keabsahan penelitian di peroleh melalui triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masih banyak nasabah yang belum siap menerima layanan digitalisasi terutama nasabah yang berumur 45 tahun keatas di bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpun sehingga peminatnya masih belum bertahan dalam bank tersebut.. Adapun faktor-faktor penyebab tidak bertahan nasabah dalam bertransaksi di bank Syariah KC Padangsidimpun adalah faktor psikis, faktor sosial dan faktor teknologi.

Kata Kunci: Strategi,Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi

ABSTRACT

Name : **HOTNA SARI**
Reg, Number : **1940100037**
Title : **Competitive Advantage Strategy Through Product Digitalization Services at PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan**

PT Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan is one of the sharia-based ones located in Padangsidimpuan. The strategy used by PT Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan in determining competitive advantage is to use a variety of strategies, namely by identifying the company's internal and external factors, and developing a product service through digitization that is more flexible and convenient for customers. customers now want a service that has speed since the covid-19 pandemic yesterday, but companies that implement new digital applications applied by PT Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan still have many customers who still have obstacles to customers who do not have trust in the company. Due to increasingly sophisticated technology, some customers are not ready to accept digitalization in every transaction at Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan, which has an impact on the dissatisfaction of the services received by customers resulting in customers not staying with the bank. The purpose of the study was to determine the competitive advantage strategy and to find out the obstacles in improving the competitive advantage strategy through the digitalization of product services of PT Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan. The type of research is Qualitative research. The method used in this research is descriptive. The subjects in this study were Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan employees and customers. Data collection techniques in this study are observation, interviews, and documentation. Data processing techniques in this study are data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The method used in ensuring the validity of the research is obtained through triangulation, namely source triangulation, technical triangulation, and time triangulation. The results of this study indicate that there are still many customers who are not ready to accept digitalization services, especially customers aged 45 years and over at Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan so that enthusiasts still do not survive in the bank. The factors that cause customers not to survive in transactions at the Padangsidimpuan KC Syariah bank are psychological factors, social factors and technological factors.

Keywords: Competitive Advantage Strategy Through Product

خلاصة

الاسم : هوتنا ساري

الرقم : ١٩٤٠١٠٠٠٣٧

العنوان : استراتيجية الميزة التنافسية من خلال خدمات رقمنة المنتجات في شركة. بنك الشريعة إندونيسيا كيه سي بادانجسيدمبوان.

يعد مؤسسة بنك شريعة إندونيسية مكتب فرعي بادانج سيدمبوان أحد البنوك القائمة على الشريعة الإسلامية الموجودة في بادانج. تتمثل الإستراتيجية التي يستخدمها مؤسسة بنك شريعة إندونيسية مكتب فرعي بادانج سيدمبوان في تحديد الميزة التنافسية في استخدام مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات، وتحديدًا عن طريق تحديد العوامل الداخلية والخارجية للشركة، وتطوير خدمة المنتج من خلال الرقمنة التي تكون أكثر مرونة وملاءمة للعملاء. يريد العملاء الآن خدمة تتسم بالسرعة منذ جائحة كوفيد-١٩ بالأمس، لكن الشركات التي تطبق التطبيقات الرقمية الجديدة التي يطبقها مؤسسة بنك شريعة إندونيسية مكتب فرعي بادانج سيدمبوان لا يزال لديها العديد من العملاء الذين لا يزال لديهم عقبات أمام العملاء الذين لا يتقنون في الشركة. نظرًا للتكنولوجيا المتطورة بشكل متزايد، فإن بعض العملاء ليسوا على استعداد لقبول الرقمنة في كل معاملة في مؤسسة بنك شريعة إندونيسية مكتب فرعي بادانج سيدمبوان، الأمر الذي له تأثير على عدم الرضا عن الخدمات التي يتلقاها العملاء مما يؤدي إلى عدم بقاء العملاء مع البنك. كان الغرض من الدراسة هو تحديد استراتيجية الميزة التنافسية ومعرفة العقبات التي تعترض تحسين استراتيجية الميزة التنافسية من خلال رقمنة خدمات المنتجات في مؤسسة بنك شريعة إندونيسية مكتب فرعي بادانج سيدمبوان. نوع البحث هو البحث النوعي. الطريقة المستخدمة في هذا البحث هي الطريقة الوصفية. المواضيع في هذه الدراسة كانت موظفي بنك مؤسسة بنك شريعة إندونيسية مكتب فرعي بادانج سيدمبوان وعملائه. تقنيات جمع البيانات في هذه الدراسة هي الملاحظة والمقابلات والوثائق. تقنيات معالجة البيانات في هذه الدراسة هي تقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص الاستنتاجات. الطريقة المستخدمة للتأكد من صحة البحث يتم الحصول عليها من خلال التثليث، وهي تثليث المصدر، والتثليث الفني، وتثليث الوقت. تشير نتائج هذه الدراسة إلى أنه لا يزال هناك العديد من العملاء غير المستعدين لقبول خدمات الرقمنة، وخاصة العملاء الذين تبلغ أعمارهم ٤٥ عامًا فما فوق في مؤسسة بنك شريعة إندونيسية مكتب فرعي بادانج سيدمبوان بحيث لا يزال المتحمسون غير قادرين على البقاء في البنك. العوامل التي تمنع العملاء من الاستمرار في المعاملات في بنك هي العوامل النفسية والعوامل الاجتماعية والعوامل التكنولوجية.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية الميزة التنافسية من خلال المنتج

KATA PEGANTAR



As-salāmu ‘alaykum wa-rahmatu-llāhi wa-barakātuh

Alḥamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Ṣalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madīnatul ‘ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul **”Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag., selaku Rektor UIN SYAHADA Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M. Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan

dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan S.E. M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si Selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.
3. Ibu Sarmiana Batubara, M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan. Terima kasih kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang tidak bisa peneliti sebut satu persatu sehingga peneliti bisa menyandang gelar Sarjana Ekonomi (S.E).
4. Bapak Prof. Dr. Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, dukungan, ilmu pengetahuan dengan ikhlas kepada peneliti.
5. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S. Pd., M.M. selaku Pembimbing I dan Bapak Samduddin Muhammad, S.E, M.Si., selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.

6. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidimpuan.
8. Bapak Zulfikar selaku Pimpinan Cabang dan seluruh karyawan yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian di PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan yang telah membantu, memberikan pengetahuan dan meluangkan waktunya untuk melakukan penelitian bagi peneliti.
9. Penghargaan teristimewa dan terkhusus saya ucapkan terimakasih kepada ayahanda (Maas Hasibuan) dan ibunda (Rosmada Siregar) tercinta yang paling berjasa dalam hidup peneliti, yang mendidik dan selalu berdo'a tiada hentinya untuk kelancaran dan kemudahan hidup peneliti, yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan anak-anaknya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada Ayah dan Ibu tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga Firdaus-Nya, serta kepada adik peneliti (Atika Qoiriah) yang tiada hentinya memberikan do'a, dukungan dan material kepada peneliti

semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangNya kepadanya.

10. Teruntuk sahabat-sahabat peneliti Rizki Ananda, Risti Ayu dan Laila Hannum yang selalu memberikan dukungan dan motivasi, selalu bersedia menjadi tempat bercerita serta berkeluh kesah, selalu membantu, memberi dukungan dan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Serta sahabat-sahabat seperjuangan di Perbankan Syariah Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
12. Teman-teman Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Was-salāmu ‘alaykum wa-rahmatu-llāhi wa-barakātuh

Padangsidempuan, Januari 2023
Peneliti,

HOTNA SARI
NIM. 1940100037

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El




م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.



a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
..... ا.....ى	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
ى.....ى	kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و.....و	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua yaitu:

- a. *Ta marbutah* hidup
Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. *Ta marbutah* mati
Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

4. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi

ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ج). Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan a postrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa Alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan

juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. *Tajwid*

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA MUNAQASYAH	
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	9
C. Batasan Istilah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	11
F. Kegunaan Penelitian	11
G. Sistematika Pembahasan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	14
1. Strategi Keunggulan Bersaing	14
a. Pengertian Strategi Keunggulan Bersaing	14
b. Tujuan Pelaksanaan Strategi Keunggulan Bersaing	15
c. Syarat-Syarat Mencapai Strategi Keunggulan Bersaing ...	15
d. Unsur-Unsur Dalam Mencapai Strategi Bersaing.....	16
e. Hubungan Strategi dengan Keunggulan Bersaing	16
2. Digitalisasi	17
a. Pengertian Digitalisasi	17
b. Peran digitalisasi	19
c. Jenis- jenis Digitalisasi.....	20
d. Tujuan Digitalisasi	24
3. Layanan	25
a. Pengertian Layanan.....	25
b. Dimensi Layanan	26
c. Kualitas Layanan.....	27
4. Produk- Produk Bank Syariah.....	28
a. Produk Penghimpunan Dana.....	28
b. Produk Penyaluran Dana.....	28
c. Produk Pelayanan Jasa	29

B. Kajian Penelitian Terdahulu	30
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	40
B. Jenis Penelitian	40
C. Subjek Penelitian	40
D. Sumber Data	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	44
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	46
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
1. Sejarah Bank Syariah Indonesia	47
2. Lokasi dan Wilayah Kerja PT. Bank Syariah Indonesia Kc Padangsidimpuan.....	47
3. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia Kc Padangsidimpuan	48
a. Visi	48
b. Misi	48
4. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia Kc Padangsidimpuan.....	49
a. Dewa Komisaris	50
b. Dewan Pengawas Syariah	50
c. Dewan Direksi.....	50
d. Branch Manajer.....	50
e. Audit Internal	50
f. Pemasaran	51
g. Penyaluran Dana	51
h. Menghimpun Dana.....	51
i. Administrasi Dana.....	51
j. Kepala Operasional	51
k. Pelayanan Nasabah.....	51
l. Teller	52
m. Loom and sandries	52
n. Accounting Pembukuan	52
5. Produk dan Layanan Jasa PT. Bank Syariah Indonesia Kc Padangsidimpuan	52
a. Produk Penghimpunan Dana.....	52
b. Penyaluran Dana/ Pembiayaan.....	53
c. Jasa- jasa produk melalui digitalisasi bank syariah Indonesia	53
B. Hasil Penelitian Wawancara dengan pegawai dan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia.....	54
C. Hasil Pengolahan Data dengan Nvivo	57
D. Hasil Pembahasan Penelitian	62

E. Keterbatasan Penelitian.....	63
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	33
--	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.....	49
Gambar IV.2 Word Cloud Hasil Penelitian	57
Gambar IV.3 Hierarchy Chart.....	58
Gambar IV.4 Mind Map.....	60
Gambar IV.5 Project Map	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang tugasnya memberikan pembiayaan dan tugas-tugas lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengelolaannya disesuaikan dengan prinsip syariah islam. Dalam memberikan pembiayaan dan layanan jasa kepada nasabah bank syariah melakukan berbagai terobosan, beberapa terobosannya adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada era saat ini. Teknologi informasi memberikan dampak terhadap perbankan yaitu sebagai layanan informasi melalui *wireless* dengan menggunakan teknologi yang terdapat pada smartphone untuk mendukung kemudahan dan kelancaran kegiatan perbankan. Hal ini merupakan kesempatan untuk perbankan syariah agar melangkah lebih maju dengan memberikan pelayanan yang baik kepada para nasabahnya.¹

Suatu perubahan revolusi yang mengubah segala kebutuhan apapun agar bisa terlayani dalam satu aplikasi disebut dengan digitalisasi, digitalisasi ini dapat membantu masyarakat melakukan segala kebutuhan dan aktivitasnya dengan mudah. Digitalisasi dalam dunia perbankan berperan penting dan sebuah keharusan untuk merubah pola pikir. Akibat dari adanya digitalisasi, masyarakat dapat mengakses sesuatu dengan cepat, efisien, fleksibel dimana pun dan kapanpun.

¹Samsuri, Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rogojampi, *dalam Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, Volume 1, No. 1, 2022, hlm. 40-41.

Di Indonesia beberapa perbankan sudah melaksanakan advertensi dan pendanaan untuk mulai memodifikasi dengan melalui layanan digital. Salah satu contohnya yaitu Jenius yang merupakan aplikasi perbankan revolusioner dari bank BTPN yang dilengkapi kartu debit VISA yang membantu penggunaanya dalam aktivitas finansialnya seperti menabung, bertransaksi, dan mengatur keuangannya lebih simpel, yang dapat dilakukan melalui smartphone dimanapun dan kapanpun dan dapat mengambil uang di ATM bank mana saja tanpa ada potongan biaya.² Perubahan digital ini dianggap sebagai pembaruan dalam berusaha yang baru sebab memiliki prospek untuk meminimalisir biaya. Perubahan tersebut bukan hanya untuk digitalisasi produk bank saja namun akan memperbaharui gagasan dan solusi digital berdasarkan dengan kebutuhan dan karakter masyarakat saat ini.

Nasabah sekarang berkeinginan suatu pelayanan yang memiliki kecepatan efektif, dan dapat dijalani oleh nasabah sendiri. Oleh karena itu, layanan berbasis digital *end to end* wajib dimiliki industri perbankan. Yang memiliki arti bahwa pelayanan pada *customer service* dan *back office* dapat diakses secara cepat dan pembayaran dikumpulkan secara digital. Digitalisasi produk perbankan memiliki manfaat utama yaitu dapat meminimalisir biaya operasional, sistem ini adalah investasi jangka panjang. Pihak bank mencapai pemasaran atau promosi secara luas dengan menurunkan taksiran investasi dengan membuka kantor cabang pembantu dan kantor kas kecil.

Termasuk seperti pembayaran tanpa uang tunai (*cashless payment*), perbankan tanpa cabang (*branchless banking*), sampai dengan munculnya bagian

²Hutami Rizki Islamy dan Nurvita Triansari, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Aplikasi Perbankan Jenius Di Jabodetabek, *dalam Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Volume 4, No. 3, 2020, hlm. 2192-2203.

baru di dalam industri yang berbentuk *e-commuting*, *fintech*, dan layanan bank berbasis internet seperti di Indonesia yang semakin hari jumlahnya semakin meningkat.³

Digitalisasi layanan perbankan seperti *e-banking* yaitu salah satu pembaruan layanan dari bank dengan memakai keuntungan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan nasabah dalam memudahkan bertransaksi. Saat ini kompetisi pada sektor perbankan terutama dalam memberikan fasilitas pelayanan jasa semakin kuat, hal ini terbukti dengan adanya beberapa bank yang mengeluarkan pembaruan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah seperti *Electronic Banking* (E-Banking), *Automatic Teller Machine* (ATM), *Electronic Data Capture* (Mesin EDC), uang elektronik, dan sebagainya. Oleh karena hal tersebut bank berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas pelayanan supaya keinginan beserta kepuasan nasabah terpenuhi serta terjaganya kepercayaan para nasabah kepada bank sehingga membuat nasabah akan loyal terhadap bank.⁴

Ada tiga elemen penting dalam digital marketing concept, yaitu meningkatkan *traffic* (pengunjung), meningkatkan *conversion* (pengguna) dan meningkatkan *engagement* (koneksi). Digital marketing yang menjadikan internet sebagai media pemasaran, hampir semua perusahaan di Indonesia sudah berlomba-lomba memberikan layanan terbaik, khususnya bank syariah Indonesia

³Sophia Irvianti, Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui Digitalisasi Produk Tabungan Siklus Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Kantor Cabang Batu, *Skripsi*, (Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2021).

⁴Yuniar Fitriyanti, Strategi Pemasaran Pelayanan E-Banking Di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tasikmalaya, *Skripsi*, (Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 2016).

dimana harus menggunakan marketing melalui digital agar mudah menjangkau seluruh masyarakat melalui digital.

Digitalisasi dapat memberikan dampak yang sangat besar kepada perbankan syariah di Indonesia, apalagi dilihat saat penggunaan metode dimana internet Indonesia pada awal Januari tahun 2022 sebesar 73,7% dari total populasi. Menurut laporan We Are Social, terdapat 202,6 juta pengguna internet di tanah air, jumlah itu naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet sebagai target pasar sangatlah besar, sehingga peluang perbankan syariah dalam menarik masyarakat untuk menabung di perbankan syariah sangatlah besar. Mulai saat ini hampir seluruh perbankan syariah di Indonesia menggunakan digital marketing sebagai media untuk memasarkan produknya termasuk Bank Syariah Indonesia yang merupakan salah satu bank yang melakukan merger pada tahun 2021. Bank Syariah Indonesia saat ini hampir tersebar di seluruh wilayah Indonesia termasuk di provinsi Sumatera Utara salah satunya berada di kota Padangsidimpuan.

Mengacu data bank di Indonesia (BI), nilai transaksi pembayaran digital atau uang elektronik mencapai Rp.47,19 triliun sepanjang tahun 2018. angka itu terus meningkat empat kali lipat jika dibandingkan dengan nilai tukar transaksi pada tahun sebelumnya yaitu Rp 12,37 triliun. Hasil survey terhadap 1.582 responden, 20% di antaranya memilih memakai layanan pembayaran digital dari perusahaan fintech dari pada bank, perusahaan *e-commerce* atau telekomunikasi. Dari hasil survei itu, terdapat 90% responden yang menyatakan selaku pengguna

dompet digital milik bank 65% perusahaan *fintech*. sedangkan 39% , serta layanan digital *e-commerce* sebanyak 35%.

Hal ini mengakibatkan industri perbankan menjadi salah satu sektor yang dituntut untuk mengadakan transformasi digital agar tetap berhasil dalam persaingan yang ketat untuk memenuhi perilaku konsumen yang telah berubah ke arah layananan digital. Oleh karena itu Bank Syariah Indonesia (BSI) menggunakan strategi layanan berbasis teknologi untuk mempermudah nasabah bertransaksi. Salah satu strategi yang digunakan ialah terus meningkatkan layanan, melakukan perbaikan, dan membuat terobosan-terobosan baru layanan dalam layanan digital.

Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa orang karyawan Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan. Hasil wawancara dengan Bapak Zulfikar, pimpinan Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan bahwa:

Strategi Bank Syariah KC Padangsidimpuan dalam digitalisasi yaitu kalau ada nasabah yang mau membuka rekening baru, akan diarahkan untuk membuka mobile banking dan setiap nasabah yang mendaftar melalui *mobile banking* mengundang salah satu teman/kerabat untuk membuka aplikasi *mobile banking* dan mendapat *cashback* sebesar Rp20.000 secara cuma-cuma akan masuk ke saldo ATM karena sudah memasukkkan kode dari orang yang pertama tersebut dan yang kedua yaitu bank-bank lain masih menggunakan tulisan sedangkan Bank Syariah sudah menggunakan tablet dalam melayani nasabah dan langsung dipanggil oleh teller. Pelayanan Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan juga ramah, dan jika bertransaksi lebih banyak akan mendapat hadiah juga menyediakan fasilitas seperti tempat yang bersih dan wifi gratis. Kendala dalam digitalisasi yaitu jaringan, masyarakat sudah membuka rekening tetapi tidak menggunakan *mobile banking* dikarenakan masih ada yang belum paham dalam mengoperasikan aplikasi tersebut.⁵

⁵Hasil Wawancara Dengan Bapak Zulfikar, Pimpinan Bank Syariah KC Padangsidimpuan, Selasa 5 September 2023 Pukul 14.30 WIB.

Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni, manajer operasional Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan mengatakan:

Agar nasabah tertarik dan nyaman menggunakan mobile banking, kami wajib menyampaikan keunggulan-keunggulan menggunakan mobile banking tersebut yaitu bias komplain melalui BSI Mobile, membayar cicilan emas, membayar zakat dan lainnya dapat diakses melalui handphone tidak perlu datang untuk antri di kantor. Kendala yang ada pada nasabah terkadang handphonennya harus menyesuaikan ke versi yang update agar bias meinstal aplikasinya. Semua menu BSI Mobile sama dengan Bank lain tetapi yang membuat berbeda adalah zakat, pengaduan nasabah dan cicilan emas dapat diakses melalui handpone. Mahasiswa juga mudah dalam membayar uang kuliah hanya dengan melalui handphone, dan BSI Mobile juga bisa menjadi income yang bisa menarik atau menyeter tunai, pengisian pulsa juga bisa dilakukan melalui BSI Mobile.⁶

Wawancara dengan Ibu Ermi, marketing Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan mengatakan: “Kalau dalam marketing rata-rata masih manual karena nasabah datang langsung ke bank dan untuk memberikan pembiayaan. Kalau digitalisasinya contohnya dengan membuat story di akun sosial media untuk menarik minat nasabah.”⁷

Perkembangan teknologi saat ini yang berkembang dengan pesat, maka masyarakat pun menginginkan layanan keuangan yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun dengan cepat, maka Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan perlu mengetahui akan pentingnya peran teknologi digital dalam layanan perbankan dan perlu mengikuti perkembangan-perkembangan teknologi saat ini sehingga dapat menarik nasabah dan dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Perbankan Syariah juga wajib tampil modis, mempunyai sudut pandang yang

⁶Hasil Wawancara Dengan Ibu Sri Wahyuni, Manajer Operasional Bank Syariah KC Padangsidimpuan, Sabtu 30 September 2023 Pukul 14.30 WIB.

⁷Hasil Wawancara Dengan Ibu Ermi, Marketing Bank Syariah KC Padangsidimpuan, Sabtu 30 September 2023 Pukul 14.30 WIB.

global dan memiliki layanan yang berbasis digital. Bagaimana strategi Bank Syariah Indonesia dapat terus mempertahankan keunggulan kompetitif produk layanan digitalnya agar tidak tersaingi oleh usaha adopsi dan *duplikasi* Bank yang lain serta *industry fintech* yang semakin menjamur adalah yang terpenting.

Adapun penelitian terdahulu mengenai strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi yang pernah dilakukan dan sebagai penganut penelitian ini adalah dalam jurnal yang ditulis oleh Samsuri dengan judul ” Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk pada Bank Syariah Indonesia Kcp Rogojampi” menyatakan bahwa:

Strategi yang digunakan Bank Syariah Indonesia dalam menentukan keunggulan bersaing yaitu dengan menggunakan berbagai macam strategi yakni dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan. Selain itu juga melakukan pengembangan layanan suatu produk melalui digitalisasi yang lebih fleksibilitas dan nyaman untuk nasabah.⁸

Menurut penelitian Niken Larassati dan Ahmad Fauzi dalam jurnal yang berjudul “ Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Perbankan di BSI Trade Center Kota Kediri “ Menyatakan bahwa :

Strategi peningkatan kualitas layanan melalui dgitalisasi perbankan di BSI Trade Center Kota Kediri menurut perspektif manajemen pemasaran, telah dilakukan dengan tepat dan dapat menarik minat nasabah dalam penggunaan aplikasi mobile banking. Bsi Trade Center Kota Kediri menerapkan tiga komponen pemasaran dan 4P Marketing mix. Strategi pemasaran yang palinh dominan sebagai eksistensi yaitu promo. Akan tetapi, perlu mengevaluasi atau meningkatkan strategi pemasaran terkait pelayana BSI Mobile . Selain itu upaya pengenalan berkelanjutan juga dilakukan untuk pengenalan penggunaan sistem yang efektif dan efisien.⁹

⁸Samsuri, Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rogojampi, hlm. 39.

⁹Niken Larassati dan Peni Haryanti, Strategi Bank NTB Syariah Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Melalui Layanan Digital Di Masa Pandemi Covid-19, *dalam Jurnal Islam Ekonomi*, Volume 3, No. 1, 2022, hlm. 15.

Menurut penelitian I Geddy Rahmat dalam jurnal yang berjudul “
Menguji Strategi Desa Wisata dalam Membangun Keunggulan Bersaing di Era
Revolusi Industri “ menyatakan bahwa :

Strategi Desa Wisata dalam Membangun Keunggulan Bersaing di Era
Revolusi Industri perspektif manajemen pemasaran , keunikan dan
keotentikan Desa Blimbingsari yang masih memengang teguh budaya dan
adat istiadat bali. Pemerintah Desa Blimbingsari belum memiliki SDM
yang mampu mendukung pelayanan prima dalam penguasaan teknologi
informasi dan digitalisasi dalam pariwisata, oleh sebab itu pemerintah
desa melakukan kolaborasi dalam teknis maupun peningkatan kualitas
SDM yang mampu dan juga digitalisasi desa berbasis *QRIS* (*Quick
Respon Code Indonsian Standart*) ,untuk bertransaksi melalui aplikasi
digital terutama mengenai pembayaran *homestay*/penginapan dan juga
Food and Beverage pada UMKM Desa Blimbingsari.¹⁰

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut tentang bagaimana
strategi keunggulan bersaing. Perusahaan yang sudah menerapkan aplikasi
digital masih memiliki kendala terhadap nasabah yang belum memiliki
kepercayaan terhadap perusahaan atau bank tersebut. Ketidakpuasan pelayanan
yang diterima nasabah mengakibatkan nasabah tidak bertahan terhadap bank.
karna teknologi yang semakin canggih juga menyebabkan sebagian nasabah
belum siap menerima digitalisasi atau perusahaan dalam melakukan transaksi
terkhususnya PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan . proses
komunikasi juga salah satu strategi bagi bank untuk mengetahui dan keinginan
nasabah . Begitupun dalam memberikan pelayanan, bank harus mampu
memberikan kualitas serta keunggulan bank untuk mempertahankan dan
meningkatkan jumlah nasabah khususnya PT.Bank Syariah KC Padangsimpuan.

¹⁰I Gede Deddy Rahmat, Menguji Strategi Desa Wisata Dalam Membangun
Keunggulan Bersaing Di Era Revolusi Industri, *dalam Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan
Inovasi*, Volume 7, No. 7, 2020, hlm. 634.

Berdasarkan fenomena serta penelitian sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan **“Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Pelayanan Produk Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan”**.

B. Batasan Masalah

Fokus masalah pada penelitian ini adalah untuk mengetahui secara mendalam bagaimana strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi pelayanan produk pada Bank Syariah Indonesia dan penelitian ini fokus dilakukan di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi layanan produk perbankan di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan?
2. Apa saja menjadi kendala dalam meningkatkan strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi layanan produk di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan?

D. Batasan Istilah

Dalam penelitian ini, penulis membuat batasan istilah guna menghindari kesalahpahaman kepada pembaca dalam menerjemahkan istilah yang digunakan oleh penulis, batasan istilah yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Menurut Tjiptono strategi keunggulan bersaing adalah suatu rencana berfotensi besar untuk mencapai tujuan dalam perusahaan dengan mengembangkan

keunggulan daya bersaing yang bersinambungan melewati pasar yang dimasuki, dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar target tersebut.¹¹ Strategi Keunggulan Bersaing merupakan suatu rencana atau langkah agar dapat PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan tetap eksis di pasar dan mampu menghadapi pertempuran dalam persaingan.

2. Digitalisasi adalah proses membuat atau memperbaiki proses bisnis dengan menggunakan teknologi dan data digital. Istilah digitalisasi mengacu pada penggunaan teknologi dan data digital untuk meningkatkan bisnis, pendapatan dan menciptakan budaya digital. Digitalisasi produk perbankan merupakan terobosan layanan baru yang mengandalkan teknologi digital sebagai media layanan perbankan bagi para nasabah.¹² Digitalisasi dalam Penelitian ini adalah suatu proses bisnis yang menggunakan aplikasi digital untuk mempromosikan produk PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.
3. Layanan adalah setiap kegiatan atau mamafaat yang ditawarkan kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.¹³ Layanan pada penelitian ini adalah suatu kegiatan yang dilakukan pihak Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan kepada nasabah.
4. Produk-produk Bank Syariah yaitu terdiri dari Produk penghimpunan dana yaitu suatu kegiatan usaha yang dilakukan bank untuk mencari dana kepada

¹¹Marissa Grace Haque-Fawzi, dkk, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Implementasi* (Banten: Pascal Books, 2021), hlm. 9.

¹²Wari Sugiono, *Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Produk Perbankan Di Bank BNI Syariah KCP Bulak Sumur*, *Skripsi*, (Yogyakarta: UIN Yogyakarta, 2018), hlm. 8.

¹³Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2023), hlm. 428.

pihak deposan. Produk penyaluran dana yaitu menyalur dana kepada masyarakat.¹⁴

E. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian dari rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi layanan produk perbankan di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan.
2. Untuk mengetahui kendala dalam meningkatkan strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi layanan produk bank syariah di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan.

F. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan agar Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan dapat meningkatkan keunggulan bersaing melalui digitalisasi dan melakukan perbaikan terhadap strategi bersaing dengan memberikan masukan bagi Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan.

2. Bagi Peneliti

Sebagai sarana penambah pengetahuan serta dapat juga menjadi media aplikasi teori-teori yang diperoleh sesama di perkuliahan. Manfaat lain yang peneliti dapatkan adalah mengenai pengetahuan strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi.

¹⁴Ranchman Usman, *Produk Dan Akad Perbankan Syariah Di Indonesia Cet. 4* (Jakarta: Citra Abadi, 2009), hlm. 112.

3. Bagi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan ada umumnya sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di fakultas ekonomi dan bisnis islam. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi tambahan bagi peneliti berikutnya, yang membahas hal yang sama dengan judul penelitian ini.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan formasi atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang berniat untuk melakukan penelitian yang sama atau yang lebih luas.

G. Sistematika Pembahasan

Bab I pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah yang berisi tentang argumentasi peneliti dengan mendeskripsikan beberapa masalah pada penelitian ini. Batasan masalah berisi tentang istilah yang dipertegas makna apa yang dimaksud peneliti. Tujuan penelitian dan kegunaan penelitian berisi penelitian agar dapat memberi manfaat bagi setiap orang yang membutuhkan.

Bab II Landasan Teori yang berisi pembahasan lebih luas terkait “Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk PT. Bank Syariah KC Padangsidempuan” penelitian terdahulu memuat hasil penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan dengan judul penelitian yang diangkat oleh peneliti yang bertujuan agar penelitian yang diangkat dapat menghasilkan penelitian ilmiah baru.

Bab III metodologi penelitian yang terdiri dari waktu dan lokasi penelitian yang akan dilakukan, jenis penelitian yang berisi tentang hal-hal yang akan

dijadikan objek penelitian. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder. Instrumen dan teknik pengumpulan data adalah yang berisi pengumpulan data yang dibutuhkan peneliti. Teknik analisis data dalam penelitian ini merupakan analisis kualitatif. Teknik keabsahan data berisi pemeriksaan keabsahan data yang digunakan penelitian ini.

Bab IV hasil penelitian yang tersusun atas hasil-hasil penelitian yang merupakan kumpulan data-data penulis peroleh dan pembahasan yang merupakan hasil analisis penulis terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian.

Bab V penutup yang merupakan kesimpulan penelitian yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran yang terkait dengan masalah atau objek penelitian untuk menjadi bahan pertimbangan serta tindakan mereka.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Strategi Keunggulan Bersaing

a. Pengertian Strategi Keunggulan Bersaing

Strategi adalah langkah-langkah atau suatu cara yang dijalankan untuk meraih suatu tujuan berdasarkan sumber-sumber perusahaan serta lingkungan yang dihadapi.¹⁵ Keunggulan Bersaing adalah jantung kinerja perusahaan pada pasar bersaing. Keunggulan bersaing berarti superioritas keterampilan (*skill*) dan sumber daya yang di dasarkan pada persepsi pelanggan atau pencapaian biaya yang lebih rendah, dan pangsa pasar serta kinerja propitabilitas.¹⁶ Mekanisme yang memungkinkan perusahaan yang meningkatkan keunggulan bersaing, yaitu meredam fluktuasi permintaan pesaing sehingga dapat meredam fluktuasi yang timbul karna adanya pola siklus, pola musiman, dan penyebab lainnya serta meningkatkan kemampuan diferensiasi pesaing, melayani sekmen pasar yang kurang menarik bagi para pesaing, menjadi pelindung biaya pesaing, meningkatkan posisi tawar tenaga kerja, dan meningkatkan motivasi pesaing. Dari pengertian tersebut dapat dilihat bahwa titik awal dari pemasaran adalah kebutuhan.¹⁷

¹⁵Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 186.

¹⁶Nicky Hannry Ronaldo Tampi, Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan Dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran, *dalam Jurnal EMBA*, Volume 3, No. 4, Desember 2015, hlm. 71.

¹⁷Abdul Nasser Hasibuan, Strategi Pemasaran Produk Funding Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidimpuan, *dalam Jurnal Imara*, Volume 2, No. 1, Juni 2018, hlm. 1.

b. Tujuan Pelaksanaan Strategi Keunggulan Bersaing

Menurut Kotler (200), terdapat lima tujuan pelaksanaan strategi keunggulan bersaing yaitu :

- 1) Membentuk suatu *positioning* yang tepat
- 2) Mempertahakan pelanggan yang setia
- 3) Mendapatkan pangsa pasar baru
- 4) Memaksimalkan penjualan
- 5) Menciptakan kinerja bisnis yang efektif

c. Syarat- syarat Mencapai Strategi Keunggulan Bersaing

Syarat- syarat untuk mencapai strategi keunggulan bersaing meliputi sebagai berikut :

1) Strategi Produk

Berkaitan dengan produk secara utuh atau keseluruhan mulai dari nama, kualitas, mamfaat, bentuk, isi, dan atribut produk lainnya. Intinya produk adalah suatu yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan tepat dengan jangka panjang baik produk berupa fisik maupun jasa.

2) Strategi Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang dapat diukur dengan uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli atau menikmati produk atau jasa tersebut.

3) Strategi tempat dan distribusi

Strategi tempat dan distribusi adalah cara perusahaan meyalurkan produk dari tempatnya sampai ke tangan konsumen akhir secara efisien dan efektif.

4) Strategi promosi

Strategi promosi mencakup usaha promosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

d. Unsur- unsur dalam Mencapai Strategi Keunggulan Bersaing

Dalam unsue mencapai strategi keunggulan bersaing ada beberapa macam unsur yaitu sebagai berikut :

- 1) Harga dan Nilai
- 2) Menyenangkan Konsumen
- 3) Pengalaman Konsumen
- 4) Atribut produk yang dapat di catat¹⁸

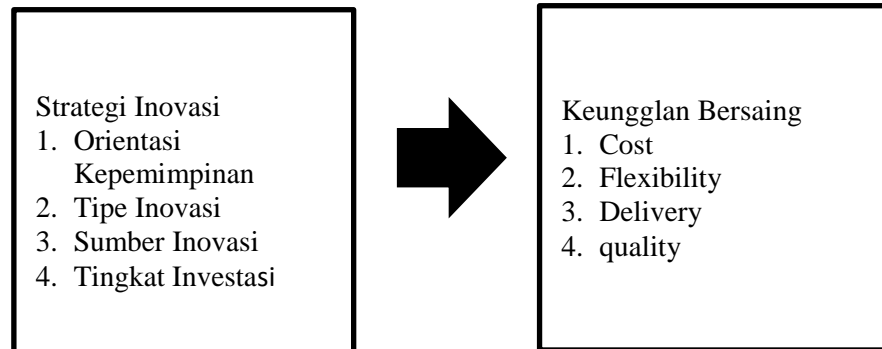
e. Hubungan Strategi dengan Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing suatu produk merupakan salah satu faktor penentu dari kesuksesan produk inovasi harus mempunyai keunggulan dibanding dengan produk lain sejenis. Sesuai dengan pendapat Cooper bahwa keunggulan produk baru sangat penting dalam lingkaran pasar global yang sangat bersaing. Keunggulan tersebut tidak lepas dari pengembangan produk inovasi yang dihasilkan sehingga akan mempunyai keunggulan di pasar yang selanjutnya akan menang dalam persaingan. Keunggulan

¹⁸ Cici wani, ” Analisi Strategi keunggulan Bersaing pada PT. Riau Wisata Hati Tour And Travel, ” *skripsi*, hlm.41-43.

Kompetitif harus diraih oleh Perusahaan agar tidak terguris oleh dinamika perubahan bisnis.¹⁹

Gambar II.1 Hubungan Strategi dengan Keunggulan Bersaing



Inovasi adalah sumber utama keunggulan bersaing kompetitif dalam era ekonomi pengetahuan, karena melalui diferensiasi dibuat memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan keunggulan mereka lebih baik. Untuk mencapai keunggulan bersaing, maka inovasi itu harus selalu fokus untuk menciptakan sesuatu yang baru dalam dunia.²⁰

2. Digitalisasi

a. Pengertian Digitalisasi

Digitalisasi dapat didefinisikan sebagai penggunaan teknologi digital untuk model bisnis baru dan memberikan peluang baru yang menghasilkan nilai. Kemajuan teknologi membuat pekerjaan menjadi lebih efisien dan cepat.²¹ Digitalisasi dapat dilihat sebagai peluang untuk meningkatkan

¹⁹Endah Ayu Lestari, *Manajemen Inovasi Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif* (Malang: UB Press, 2019), hlm. 17.

²⁰Tintin Suhaini, Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan Di Kota Bandung), *dalam Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, Volume 4, No. 1, April 2018, hlm. 65.

²¹Irfan Nurfadilah, dkk, Digitalisasi Keuangan Syariah Menuju Keuangan Inklusif, Kerangka Maqashid Syariah, *dalam Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akutansi*, Volume 11, No. 1, Mei 2019, hlm. 60.

hubungan pelanggan, proses bisnis, menciptakan dan mengadaptasi model bisnis baru. Termasuk juga memperoleh informasi lain dan transaksi yang diluar produk perbankan, seperti finansial advisory, *e-commerce* dan kebutuhan lainnya dari nasabah.²²

Layanan perbankan digital (*Digital Banking*) adalah layanan perbankan elektronik yang dikembangkan melalui pemanfaatan data nasabah hingga bank dapat melayani nasabah secara lebih cepat, mudah dan sesuai dengan kebutuhan. Nasabah dapat melakukan kegiatan perbankan secara mandiri dengan memperhatikan aspek keamanan.²³ Pengembangan layanan perbankan digital di Indonesia bermula dari layanan perbankan tanpa kantor cabang (*branchless banking*) dan layanan keuangan digital (LKD). Pengembangan teknologi ini terkait erat dengan program yang direncanakan oleh pemerintah, yakni keuangan inklusif.

Perbankan digital atau digital banking secara prinsip sama dengan *e-banking*, namun karakteristik digital banking lebih luas dibandingkan dengan *e-banking*, pada digital banking nasabah dapat mengakses seluruh layanan perbankan melalui kumpulan *e-banking* di satu tempat yaitu (*digital branch*) atau melalui satu jenis *e-banking* pada perangkat milik bank atau nasabah. Sedangkan *e-banking* lebih terbatas pada layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik

²²Otoritas Jasa Keuangan, *Panduan Penyelenggaraan Digital Branch* (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 5.

²³Lintasarta (Premium Connection), *Era Transformasi Digital* (Jakarta: Media Service Bisnis Indonesia, 2016), hlm. 11.

seperti ATM, *phone banking*, sms banking, *electronic fund transfer*, internet banking dan mobile banking secara multi-channel. Sejauh ini belum terdapat definisi baku mengenai digital banking, karena konsep digital banking yang relatif baru. Berbagai penafsiran tentang konsep digital banking dan berbagai variasi tentang cakupan aktivitas layanan digital banking.²⁴

Terdapat beberapa karakteristik digital banking, yaitu :

- 1) *Self service*
- 2) *Single channel*
- 3) *Any time and any where*
- 4) *Advanced data analysis*
- 5) *Financial and non financial product and services*
- 6) *Customer needs rather than product based oriented.*²⁵

b. Peran Digitalisasi Perbankan dalam Perekonomian

Layanan digitalisasi perbankan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat dapat dimanfaatkan untuk mendorong kegiatan perekonomian. Perkembangan layanan digitalisasi perbankan berdampak positif untuk potensi pertumbuhan ekonomi secara global. Teknologi sangat berpengaruh bagi kehidupan manusia, maka memang adanya layanan dengan memanfaatkan teknologi yang sudah ada.²⁶ Munculnya berbagai inovasi pada sector layanan digital perbankan menghasilkan solusi keuangan

²⁴Ary Muthia, Analisis Pemahaman Masyarakat Kec.Medan Johor Terhadap Penggunaan Layanan Digital Perbankan, *Skripsi*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2017), hlm. 13-14.

²⁵Lintasarta (Premium Connection), *Era Transformasi Digital*, hlm. 11.

²⁶Edy Purwo Saputro, dkk, *Digitalisasi Perbankan Prospek, Tangangan Dan Kinerja Cet.1* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2022), hlm. 29.

berbasis internet yang memberi manfaat yaitu berupa kemudahan dan praktis sehingga banyak diminati masyarakat terlebih potensi pasar yang sangat besar di Indonesia. Melalui layanan digital perbankan masyarakat dan pelaku dunia usaha termasuk pemerintah daerah akan semakin dipermudah dalam bertransaksi, semakin efisien dan dapat dilakukan dimana saja serta kapan saja. Berguna mendukung laju inovasi teknologi dalam sistem pembayaran, Bank Indonesia merespon dengan kebijakan yang diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi.²⁷

c. Jenis-jenis Digitalisasi Perbankan

Jenis-jenis layanan digital perbankan yang berkembang di Indonesia cukup banyak, diantaranya:

1) *Automatic Teller Machine* (ATM)

ATM adalah mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis.²⁸ Pengertian lainnya dari ATM merupakan sebuah terminal elektronik yang disediakan oleh lembaga keuangan atau perusahaan lainnya yang memperbolehkan nasabah untuk melakukan penarikan tunai dari rekening simpanannya di bank, melakukan setoran, cek saldo atau pemindahan dana. ATM juga merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap saat (24 jam) dan 7 hari dalam seminggu termasuk hari libur. Lokasi ATM tersebar di tempat-tempat strategis. Pelayanan yang diberikan ATM antara lain :

²⁷Ary Muthia, Analisis Pemahaman Masyarakat Kec.Medan Johor Terhadap Penggunaan Layanan Digital Perbankan, hlm. 15.

²⁸Fauji Muhammad dan Ahmad Baharuddin, *Fiqh Bisnis Syariah Kontemporer* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2021), hlm. 134.

- 1) Penarikan uang tunai, nasabah dapat menarik uang tunai di berbagai ATM yang memiliki hubungan dengan bank penerbit.
- 2) Dapat digunakan sebagai tempat memesan buku cek dan bilyet giro (BG).
- 3) Dapat digunakan sebagai tempat untuk meminta rekening Koran.
- 4) Dapat digunakan sebagai tempat untuk melihat atau cek saldo rekening nasabah.
- 5) Dapat memberikan pelayanan lainnya seperti pembayaran listrik, telepon dan pembayaran lainnya.

2) *Mobile Banking (M-Banking)*

M-banking adalah layanan melalui saluran distribusi elektronik bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui SMS atau jaringan komunikasi lainnya dengan sarana telepon seluler atau computer tablet.²⁹ M-banking memungkinkan nasabah untuk bertransaksi via handphone dengan menggunakan perintah sms. Fitur transaksi yang dapat dilakukan yaitu informasi saldo, pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, telepon), pembelian voucher. Pada dasarnya dapat pula dilakukan transaksi lain, namun tergantung pada akses yang diberikan bank.

Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah untuk nasabah. Promosi mobile banking

²⁹Ikatan Bankir Indonesia (IBI) dan Lemabaga Sertifikasi Profesi Perbankan (LSPP), *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 235.

akan memberikan implikasi secara langsung pada adopsi yang dilakukan konsumen terhadap teknologi. *Mobile banking* merupakan layanan perbankan yang dapat mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan, serta keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi.³⁰

3) *Phone Banking*

Phone banking adalah layanan yang memungkinkan nasabah untuk menghubungi nomor telepon tertentu dari bank dalam rangka melakukan aktivitas perbankan, seperti pengecekan saldo atau tagihan kartu kredit.³¹ *Phone banking* juga merupakan saluran yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan bank via telepon. Layanan *phone banking* awalnya hanya bersifat informatif, yakni layanan untuk informasi mengenai jasa/produk bank dan informasi saldo rekening serta dilayani oleh *Customer Service Operator (CSO)*, namun sekarang berkembang untuk transaksi pemindahbukuan antar rekening pembayaran (pembayaran kartu kredit, listrik dan telepon), pembelian (voucher dan tiket), transfer ke bank lain, serta dilayani oleh *Interactive Voice Response (IVR)*. Layanan ini lebih praktis dibandingkan dengan ATM untuk transaksi non-tunai, karena cukup menggunakan telepon/Hp dan dapat dilakukan dimanapun kita berada

³⁰Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2021), hlm. 110-111.

³¹I Yoman Wahyu Widiana, dkk, *Bisnis Dan Digital* (Padang: Global Eksekutif dan Teknologi, 2022), hlm. 147.

4) *Internet Banking*

Internet banking adalah layanan melalui saluran distribusi elektronik bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui jaringan internet dengan menggunakan perangkat lunak browser pada komputer atau perangkat lainnya yang dimungkinkan untuk mengakses internet. *Internet banking* merupakan tempat bagi nasabah untuk mengakses rekening bank melalui internet, menggunakan komputer pribadi (PC) ponsel, dan web browser.³² Fitur transaksi yang dapat dilakukan sama dengan phone banking, yaitu informasi jasa/produk bank, informasi saldo dan mutasi rekening, transaksi pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, telepon), pembelian (voucher dan tiket) dan transfer ke bank lain. Kelebihan internet banking adalah kenyamanan bertransaksi dengan tampilan menu dan informasi secara lengkap terpampang di layar komputer/PC ataupun PDA/*smartphone*. Selain itu internet banking juga memungkinkan nasabah untuk melihat transaksi yang sudah pernah kita lakukan ataupun menyimpan dan mencetak sebagai bukti transaksi.

Jenis kegiatan Internet Banking dibedakan menjadi tiga yaitu *informational internet banking*, *communicative internet banking* dan *transactional internet banking*. *Informational internet banking* adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan pelayanan transaksi.

³²Sastya Hendri Wibowo, dkk, *Teknologi Digital Di Era Modern* (Padang: Global Eksekutif dan Teknologi, 2022), hlm. 49.

Communicative internet banking adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan penyedia layanan secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi. *Transactional internet banking* adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan internet banking dan melakukan eksekusi serta transaksi.³³

d. Tujuan Digitalisasi

Menurut Elida, menyatakan bahwa tujuan dan fungsi menggunakan digitalisasi yaitu:

- 1) Interaktivitas, konsumen dapat menentukan waktu untuk memulai berinteraksi (login ke internet) dan jangka waktu koneksi.
- 2) Memperkuat dampak pemasaran karena internet dapat meningkatkan jangkauan pasar dan mudah untuk digunakan oleh UMKM.
- 3) Konsumen menjadi tidak terbatas. Setiap orang yang terkoneksi dengan internet di dunia dapat membuka suatu website.
- 4) Informasi online tersedia secara terus menerus selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu dan seterusnya. Pendekatan kepada konsumen dilakukan secara aktif. Konsumen yang memutuskan apakah akan menggunakan produk/jasa yang ditawarkan atau tidak.
- 5) Terjadi diskusi dengan konsumen atau diskusi antar konsumen.
- 6) Pengguna internet dapat saling berdiskusi dan bebas mengemukakan pendapat mereka tentang suatu produk/jasa.

³³Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, hlm. 113.

7) Efisiensi biaya, pada beberapa website atau toko online, selain menyediakan produk/jasa berbayar, juga dapat ditemukan produk/jasa tidak berbayar pada beberapa website, grafik kunjungan dapat meningkat tanpa bayaran dari pengunjung.

3. Layanan

a. Pengertian Layanan

Pengertian kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pengertian kualitas layanan menurut Wyckoff “Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.”³⁴

Salah satu cara agar penjualan jasa suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya adalah memberikan layanan yang berkualitas yang memenuhi tingkat kepentingan konsumen. Secara sederhana pengertian layanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterimanya.

Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Apabila layanan yang diterima atau yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas layanan yang dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Tetapi

³⁴Fandy Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction Edisi 4* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2019), hlm. 125.

sebaliknya jika layanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan karena penciptaan pelanggan yang puas dimulai dari penciptaan kualitas layanan yang baik.³⁵

b. Dimensi Layanan

- 1) *Tangible* (bukti fisik); yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Dengan demikian bukti langsung/wujud merupakan satu indikator yang paling konkret. Wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat.
- 2) *Reliability* (keandalan); merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Menurut Lovelock, *reliability to perform the promised service dependably, this means doing it right, over a period of time*. Artinya, keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan konsisten. Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu. Pemenuhan janji pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu dan kecakapan dalamanggapi keluhan pelanggan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat.
- 3) *Responsive* (daya tanggap); yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap

³⁵Fandy Tjiptono, hlm. 125-126.

tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan pikiran yang ditunjukkan pada pelanggan.

- 4) *Assurance* (jaminan); mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan. Jaminan adalah upaya perlindungan yang disajikan untuk masyarakat bagi warganya terhadap risiko yang apabila resiko itu terjadi dapat mengakibatkan gangguan dalam struktur kehidupan yang normal.
- 5) *Emphaty* (empati); meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Empati merupakan *individualized attention to customer*. Empati adalah perhatian yang dilakukan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan. Konsistensi kualitas layanan dapat menunjang keberhasilan bagi perusahaan. Berdasarkan hal tersebut suatu perusahaan seharusnya secara konsisten mengukur kegiatan dalam menilai kepuasan anggotanya. Pengukuran tersebut memberikan gambaran bagi pihak manajemen mengenai keefektifan dari kegiatan yang dilakukan guna terpenuhinya kepuasan anggota yang tujuan akhirnya adalah meningkatkan profit bagi perusahaan.³⁶

c. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan.

³⁶Fandy Tjiptono, hlm. 137.

4. Produk- Produk Bank Syariah

Produk adalah setiap tawaran yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.³⁷

a. Produk Penghimpunan Dana

Produk-produk pendanaan bank syariah ditujukan untuk mobilisasi dan investasi tabungan untuk pembangunan perekonomian. Prinsip operasional yang diterapkan dalam menghimpun dana masyarakat adalah prinsip *wādiyah* dan *mudhārobah*.³⁸

Pada dasarnya, bentuk-bentuk produk penghimpunan dana yaitu:

- 1) Giro adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan waktu tertentu menggunakan cek, bilyet giro dan sarana pembayaran lainnya.
- 2) Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan itu.
- 3) Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu pada berdasarkan perjanjian nasabah dengan bank.

b. Produk Penyaluran Dana

Adapun produk-produk pembiayaan yaitu :

- 1) Pembelian berdasarkan akad jual beli

³⁷ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan Cet.1* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 26.

³⁸Rohima Harahap, Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, *Skripsi*, (Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan, 2016), hlm. 25.

- 2) Pembelian berdasarkan akad sewa menyewa
- 3) Pembiayaan berdasarkan bagi hasil

c. Produk Pelayanan Jasa

Adapun bentuk pelayanan jasa yaitu :

- 1) *Hāwalah* adalah pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya.
- 2) *Kafalāh* adalah akad pemberian jaminan yang diberikan satu pihak kepada pihak lain dimana pemberi jaminan bertanggung atas pembayaran kembali utang menjadi hak penerima jaminan ijab dan qabul harus dinyatakan oleh para pihak untuk menunjukkan kehendak mereka dalam mengadakan akad.
- 3) *Wakalāh* adalah akad pemberi kuasa kepada penerima kuasa untuk melaksanakan suatu tugas atas nama kuasa.
- 4) *Rāhn* adalah perjanjian penyerahan baran yang digunakan sebagai agunan untuk mendapatkan fasilitas pembiayaan.³⁹
- 5) *Shārf* adalah sebagai penambah, penukaran, penghindaran, pemalingan, atau transaksi jual beli.⁴⁰

Sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an surah An Nisa ayat 29 berikut:

³⁹Ismail, *Perbankan Syariah Edisi Pertama* (Jakarta: Kencana, 2016).

⁴⁰Rini Fatriani, Bentuk-Bentuk Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Indonesia, *dalam Jurnal Eksilopedia* Volume, 1, No. 1, Oktober 2018, hlm. 222-223.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S. An-Nisa ayat 29)”⁴¹

Sebagaimana tercantum dalam Al-Hadist yang menjadi dasar operasional bank syariah, yang diriwayatkan oleh Muslim dari Jabir bin Abdillah, bahwa ia menceritakan,

Artinya: “Rasulullah melaknat pemakan riba, orang yang memberimakan dengan riba, juru tulis transaksi riba, dua orang saksinya, beliau bersabda, ‘Semuanya sama saja’. HR. Muslim.

Adapun tafsir dari ayat diatas dengan tegas melarang orang memakan harta orang lain atau harta sendiri dengan jalan bathil, artinya tidak ada haknya memakan harta sendiri dengan jalan bathil ialah membelanjakan hartanya dengan jalan maksiat.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Strategi adalah langkah-langkah atau suatu cara yang dijalankan untuk meraih suatu tujuan berdasarkan sumber-sumber perusahaan serta lingkungan yang dihadapi.⁴² Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dikatakan strategi

⁴¹Dapartemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran Dan Terjemahannya* (Bandung: CV. Fokus Media, 2010), hlm. 75.

⁴²Kasmir, *Kewirausahaan*, hlm. 186.

termasuk rencana sebuah aktivitas penting untuk dilaksanakan agar tercapai tujuan dan target yang direncanakan.

Keunggulan Bersaing adalah strategi bersaing terhadap sesuatu yang dirancang untuk di eksploitasi oleh suatu organisasi, keunggulan bersaing yang dimaksud disini yaitu kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.⁴³ Keunggulan bersaing dalam penelitian ini adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakter dan sumber daya perusahaan untuk menghadapi pesaing.

Digitalisasi adalah proses membuat atau memperbaiki proses bisnis dengan menggunakan teknologi dan data digital. Istilah digitalisasi mengacu pada penggunaan teknologi dan data digital untuk meningkatkan bisnis, pendapatan dan menciptakan budaya digital. Digitalisasi produk perbankan merupakan terobosan layanan baru yang mengandalkan teknologi digital sebagai media layanan perbankan bagi para nasabah.⁴⁴

Menurut penelitian Dila Luthfiatussa'dyah, Ahmad Mulyadi Kosim, Abristadevi dalam jurnal judul: "Strategi Meningkatkan Digitalisasi Produk Perbankan pada Bank Syariah Indonesia" menyatakan bahwa:

Benefit digitalisasi produk perbankan yaitu ramah lingkungan, produk, pelayanan, jangkauan, dan hemat. Opportunity digitalisasi produk perbankan yaitu solusi manajemen keuangan, penggunaan internet, penerapan teknologi baru, kolaborasi dengan sektor jasa keuangan lain, experience. Cost digitalisasi produk perbankan yaitu modal investasi, efisiensi biaya operasional, biaya transaksi, biaya promosi, dan biaya complain akibat digitalisasi. Risk digitalisasi produk perbankan yaitu tingkat literasi masyarakat, safety, promosi, jaringan, dan hak privasi.

⁴³I Gede Deddy Rahmat, Menguji Strategi Desa Wisata Dalam Membangun Keunggulan Bersaing Di Era Revolusi Industri, hlm. 631.

⁴⁴Wari Sugiono, Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Produk Perbankan Di Bank BNI Syariah KCP Bulak Sumur, hlm. 8.

Sedangkan strategi optimalisasi digitalisasi produk perbankan pada Bank Syariah Indonesia yaitu: sosialisasi, promosi, dan cross selling layanan branchless banking, penguatan sistem, pengembangan fitur baru, menggandeng fintech, komitmen terus berinovasi.⁴⁵

Menurut penelitian Mardia Shintia Devi Gultom, Mustapa Khamal Rokan dalam jurnal yang berjudul “Problematika Perbankan Syariah: Solusi dan Strategi Digitalisasi Dalam Meningkatkan Kualitas Produk dan Layanan Perbankan” menyatakan bahwa:

Diantara strategi pengembangan Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Syariah Medan yaitu melalui jasa dan layanan Payment and purchasement, SUMUT Mobile, Layanan ATM, Kartu E-Martabe, Penguatan sistem digitalisasi untuk meningkatkan efisiensi pelayanan perbankan syariah, penguatan sumber daya manusiadalam peningkatan inovasi produk perbankan syariah, Selain itu diantara stretegi pengembanganperbankan syariah melalui pemamfaatan digitalisasi informasi sangat penting agar eksistensi perbankan syariah semakin tinggi sehingga minat masyarakat untuk menggunakan jasa dan layanan perbankan syariah semakin meningkat.⁴⁶

Menurut penelitian M. Allo, Yusuf Rombe dalam jurnal dengan judul “Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Jasa Perbankan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Pusat Jakarta Pusat” menyatakan bahwa:

Digitalisasi layanan jasa perbankan merupakan salah satu strategi yang dapat menjawab permasalahan yang terjadi dalam hal peningkatan kualitas layanan perbankan. PT. Bank Negara Indonesia Jakarta Pusat telah mengimplemtasikan digitalisasi layanan jasa terhitung 3 (tiga) tahun terakhir. Terlihat dari laporan tahunan dan wawancara internal, Bank Negara Indonesia telah mencapai target kinerja yang baik. Akan tetapi, beberapa kendala yang dihadapi dalam implementasi strategi digitalisasi

⁴⁵Dila Luthfiatussa'dyah, Ahmad Mulyadi Kosim dan Abristadevi, Strategi Meningkatkan Digitalisasi Produk Perbankan Pada Bank Syariah Indonesia, *dalam Jurnal Kajian & Bisnis Islam*, Volume 4, No. 3, 2023, hlm. 784.

⁴⁶Mardia Shintia Devi Gultom dan Mustapa Khamal Rokan, Problematika Perbankan Syariah: Solusi Dan Strategi Digitalisasi Dalam Meningkatkan Meningkatkan Kualitas Produk Dan Layanan Perbankan, *dalam Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship*, Volume 23, No. 1, 2022, hlm. 14-20.

layanan jasa seperti legacy sistem IT, budaya kerja yang belum digital dan koordinasi yang kurang baik antar divisi internal BNI. Beberapa hal tersebut perlu diperhatikan lebih serius guna mencapai visi dan misi PT. Bank Negara Indonesia.⁴⁷

Menurut penelitian Listia Sundari, Peni Haryanti dalam jurnal dengan judul “Strategi Bank NTB Syariah dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Melalui Layanan Digital di Masa Pandemic Covid-19” menyatakan bahwa:

Bentuk-bentuk layanan digital Bank NTB Syariah di masa pandemi covid-19 adalah mobile Banking, sms banking dan ATM. Pembayaran pajak bumi dan bangunan melalui fitur go bills diplatform gopay. Nasabah merasa puas dengan adanya layanan digital Bank NTB Syariah karena transaksi cepat, aman dengan fitur yang lengkap.⁴⁸

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi sangat berperan penting dalam meningkatkan peluang bisnis untuk mencapai dan membangun loyalitas nasabah.

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini disajikan dalam tabel perbandingan penyajiannya antara lain adalah sebagai berikut:

Tabel II.1
Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Dila Luthfiatussa'dyah, Ahmad Mulyadi Kosim, Abristadevi, (Jurnal	Strategi Meningkatkan Digitalisasi	Bahwa benefit, opportunity, cost, dan risk dari adanya

⁴⁷M. Allo dan Yusuf Rombe, Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Jasa Perbankan Di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Pusat Jakarta Pusat, dalam *Jurnal Ekonomika* Volume 4, No. 2, 2020, hlm. 60.

⁴⁸Listia Sundari dan Peni Haryanti, Strategi Bank NTB Syariah Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Melalui Layanan Digital Di Masa Pandemic Covid-19, dalam *Jurnal Islami Ekonomi* Volume 3, No. 1, 2022, hlm. 15.

	Kajian& Bisnis Islam 2023). ⁴⁹	Produk Perbankan pada Bank Syariah Indonesia	digitalisasi produk perbankan serta strategi optimalisasi digitalisasi produk perbankan pada bank syariah Indonesia.
2	Acep Samsudin, dkk, (Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam 2023). ⁵⁰	Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui BSI mobile pada Bank Syariah Indonesia	Upaya peningkatan kualitas pelayanan melalui BSI Mobile melakukan edukasi layanan digital kepada nasabah , karena dengan nasabah faham fungsi dan cara penggunaan produk maka akan menarik minat nasabah menggunakan
3.	Mardia Shintia Devi Gultom, Mustapa Khamal Rokan, (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship 2022). ⁵¹	Problematika Perbankan Syariah: Solusi dan Strategi Digitalisasi Dalam Meningkatkan Kualitas Produk dan Layanan Perbankan	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka ditarik kesimpulan bahwa bank perlu menentukan strategi yang tepat agar transaksi di perbankan syariah berbagai hambatan dan tawarkan strategi sebagai solusi telah disampaikan.
4.	Niken Larassati dan Ahmad Fauzi, (Jurnal At-Tamwil 2022). ⁵²	Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Perbankan di BSI Trade Center Kota	Strategi peningkatan kualitas layanan melalui digitalisasi perbankan, aplikasi BSI mobile BSI menjadi aplikasi terlengkap yang dimiliki bsi. Pada BSI mobile terdapat fitur-fitur baru seperti, membantu

⁴⁹Dila Luthfiatussa'dyah, Ahmad Mulyadi Kosim dan Abristadevi, Strategi Meningkatkan Digitalisasi Produk Perbankan Pada Bank Syariah Indonesia, hlm. 783.

⁵⁰Acep Samsudin, dkk, Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia, dalam *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Volume 4, No. 5, 2023, hlm. 1163.

⁵¹Mardia Shintia Devi Gultom dan Mustapa Khamal Rokan, Problematika Perbankan Syariah: Solusi Dan Strategi Digitalisasi Dalam Meningkatkan Meningkatkan Kualitas Produk Dan Layanan Perbankan, hlm. 14-20.

⁵²Niken Larassati dan Peni Haryanti, Strategi Bank NTB Syariah Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Melalui Layanan Digital Di Masa Pandemi Covid-19, hlm. 202.

		Kediri	transaksi nasabah.
5.	Ratri Nurina Widyanti, Mustaqim Pabbajah, Muh. Darwis, (Jurnal Al-Buhuts 2022). ⁵³	Online Marketing Strategi Kuitas Layanan pada Perbankan Syariah	Penggunaan online marketing pada perbankan syariah perlu diposisikan sebagai pilar utama dalam mewujudkan layanan yang berkualitas.
6.	Samsuri, (Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah 2022). ⁵⁴	Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk pada Bank Syariah Indonesia Kcp Rogojambi	Bahwa untuk melanjutkan arah pengembangan perbankan syariah dengan mempertimbangkan berbagai isu strategis, peluang maupun tantangan yang dihadapi.
7.	Listia Sundari, Peni Haryanti, (Jurnal Islami Ekonomi 2022). ⁵⁵	Strategi Bank NTB Syariah dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Melalui Layanan Digital di Masa Pandemic Covid-19	Bahwa bentuk layanan digital di Bank NTB syariah pada masa pandemi covid-19 diantaranya, Mobile Banking, sms Banking dan ATM. Bank NTB syariah juga telah meningkatkan kinerja layanan digital melalui kerja sama dengan Gopay untuk memudahkan nasabah melakukan pembayaran pajak bumi dan bangunan secara non tunai.
8.	Jurnal Ihami dan Husni Thamrin, (Jurnal Tabaru:	Analisis Dampak Covid	Hasil ananlisis data yang dikaitkan secara

⁵³Ratri Nurina Widyanti , Mustaqim Pabbajah dan Muh. Darwis, Online Marketing Strategi Kuitas Layanan Pada Perbankan Syariah, dalam *Jurnal Al-Buhuts*, Volume 18, No. 2, 2022, hlm. 658.

⁵⁴Samsuri, Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rogojampi, hlm. 40.

⁵⁵Listia Sundari dan Peni Haryanti, Strategi Bank NTB Syariah Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Melalui Layanan Digital Di Masa Pandemic Covid-19, hlm. 16.

	Islamic Banking and Finance 2021). ⁵⁶	19 Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia.	deskriptif dan statistik dengan permasalahan dan tujuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa dampak covid-19 terhadap kinerja keuangan perbankan syariah Indonesia.
9.	Joko Wira Sanjaya, (Skripsi 2020). ⁵⁷	Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pendapatan Persfektif Ekonomi Syariah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh petani pembibitan tanaman desa Rimbo Panjang dalam meningkatkan pendapatan cukup memadai, dengan menerapkan siste bauran pemasaran, produk, price, place, promotion.
10.	M. Allo, Yusuf Rombe,(Jurnal Ekonomika 2020). ⁵⁸	Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Jasa Perbankan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Pusat Jakarta Pusat	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi PT. Bank Negara Indonesia (Persore) Tbk. Jakarta Pusat adalah meningkatkan budaya kerja di internal BNI atas perubahan layanan konvensional ke layanan yang terdigitalisasi yang persaingnya sangatlah ketat. peningkatan terhadap sistem keamanan dari suatu layanan jasa yang terdigitalisasi untuk menghindari risiko-risiko yang dapat terjadi seperti

⁵⁶Jurnal Ihami dan Husni Thamrin, Analisis Dampak Covid 19 Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia, *dalam Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, Volume 4, No. 1, 2021, hlm. 37.

⁵⁷Joko Wira Sanjaya, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Persfektif Ekonomi Syariah, *Skripsi*, (Pekanbaru: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2020), hlm. 75.

⁵⁸M. Allo dan Yusuf Rombe, Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Jasa Perbankan Di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Pusat Jakarta Pusat, hlm. 60.

			cyber crime, membuka diri terhadap perubahan yang ada saat ini sehingga tidak terpaku pada sistem yang lama dengan terus mengembangkan layanan jasa kearah digitalisasi, perbaikan koordinasi antar divisi yang ada di BNI agar tercapainya digitalisasi pada BNI yang lebih baik lagi.
11.	I Gede Deddy Rahmat, (Jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi 2020). ⁵⁹	Menguji strategi desa wisata dalam membangun keunggulan bersaing di era revolusi industry.	Hasil penelitian ini adalah upaya Pemerintah desa Blimbingsari di Era Revolusi 4.0, dilakukan secara bertahap.
12.	Eddy Sudirman, (Jurnal Ilmu manajemen 2020). ⁶⁰	Strategi usaha kecil menengah menghadapi digitalisasi pemasaran	Hasil penelitian ini adalah (UMKM) menghadapi tantangan terbesar sejak maraknya penjualan sistem online. Dengan bergesernya pola pikir dan pola layanan masyarakat terhadap kebutuhan suatu kebutuhan barang, membuat pelaku menjadi terpuruk dan menutup usahanya. Namun di masyarakat hanya pola pemasaran akan tetapi produksinya tetap sebagai faktor yan diperlukan.

⁵⁹I Gede Deddy Rahmat, Menguji Strategi Desa Wisata Dalam Membangun Keunggulan Bersaing Di Era Revolusi Industri, hlm. 628.

⁶⁰Eddy Sudirman, Strategi Usaha Kecil Menengah Menghadapi Digitalisasi Pemasaran, dalam *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 9, No. 2, 2020, hlm. 142-151.

Dari penelitian diatas, ada beberapa persamaan dan juga perbedaan sebagai berikut:

1. Persamaan penelitian Dila Lutfhfiatussa'dyah, dengan penelitian ini adalah sama menggunakan metode kualitatif dan pembedanya adalah variabelnya.
2. Persamaan penelitian Acep Samsudin, dengan penelitian ini adalah sama menggunakan metode kualitatif yang sama dan pembedanya pada objek yang diteliti.
3. Persamaan penelitian Mardia Shintia, dengan penelitian ini adalah menggunakan variable yang sama dan pembedanya pada objek yang diteliti.
4. Persamaan penelitian Mustaqim Pabbajah, dengan penelitian ini menggunakan metode yang sama kualitatif dan pembedanya pada objek yang diteliti.
5. Persamaan penelitian Niken Larassati, dengan penelitian ini adalah variabel yang sama yaitu strategi meningkatkan kualitas layanan melalui digitalisasi perbankan dan pembedanya pada objek yang diteliti.
6. Persamaan penelitian Samsuri, dengan penelitian ini adalah variabel yang sama yaitu strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi layanan produk pada bank syariah Indonesia dan pembedanya pada objek yang diteliti.
7. Persamaan penelitian Listia Sundari, dengan penelitian ini adalah sama menggunakan metode kualitatif dan pembedanya adalah pada objek penelitian
8. Persamaan penelitian julham ilhami, dengan penelitian peneliti ini adalah sama menggunakan metode kualitatif dan pembedanya adalah variabelnya

9. Persamaan penelitian joko wira sanjoyo, dengan penelitian peneliti ini adalah variabel strategi pemasaran dan sama menggunakan data primer dan pembedanya pada objek yang diteliti.
10. Persamaan penelitian yusuf rombe, dengan penelitian ini adalah variabel yang sama yaitu strategi meningkatkan kualitas layanan digitalisasi dan juga menggunakan data primer. Sedangkan pembedanya yaitu pada objek yang diteliti.
11. Persamaan penelitian I gede deddy rahmat, dengan penelitian ini adalah variabel yang sama yaitu menguji strategi desa wisata dalam membangun keunggulan bersaing di era revolusi industry
12. Persamaan penelitian eddy sudirman , dengan penelitian ini adalah variabel yang sama yaitu strategi usaha kecil menengah menghadapi digitalisasi pemasaran.

BAB III

METOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia kantor cabang Padangsidimpuan, Jln.Sudirman (ex.Merdeka) No.130A Padangsidimpuan. Penelitian dilaksanakan dari bulan Mei sampai dengan bulan Februari 2024.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *deskriptif eksploratif* , yaitu penelitian yang mencoba untuk mengeksplorasi kehidupan nyata melalui pengumpulan data yang rinci serta mendalam dengan melibatkan berbagai sumber informasi, yaitu berupa wawancara, observasi, dokumentasi ataupun laporan dengan cara mendeskripsikan objek dari kasus penelitian. Adapun pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (*qualitative research*) yaitu pengelolaan data yang bersifat uraian, argumentasi , dan pemaparan data yang kemudian di analisa. Metode kualitatif ialah penelitian yang memakai kerangka ilmiah, melalui penjabarkan data dan fakta berdasarkan fenomena yang berlangsung serta dilakukan melalui jalan menggaitkan beberapa metode yang ada. Dalam hal ini peneliti mengadakan penelitian langsung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Padangsidimpuan.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah informan penelitian, yaitu sumber tempat untuk mendapatkan informasi atau keterangan tentang data yang diinginkan peneliti yang berkaitan dengan sebuah peneliti yang dilakukan. Untuk memperoleh

informasi yang dibutuhkan, maka yang menjadi subjek ini adalah PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan dan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan maka peneliti melakukan wawancara dengan 2 nasabah yaitu Ibu Linda Sari, Ibu Gongna Hirayani dan 3 karyawan yang langsung berhubungan dengan nasabah yaitu Bapak Zulfikar sebagai Pimpinan, Ibu Sri Wahyuni sebagai Manajer Operasional dan Ibu Ermi sebagai Marketing PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Data primer adalah data yang bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan sumber yang diteliti.⁶¹
2. Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data atau data yang diperoleh oleh pihak lain, yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak lain, seperti buku, jurnal, skripsi, website yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi pada produk layanan Bank Syariah Kantor Cabang Padangsidempuan.

⁶¹Budi Gautama dan Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Medan: Merdeka Kreasi Group, 2021), hlm. 110.

E. Teknik Pengumpulan Data

Berhubungan penelitian ini penelitian kualitatif, maka peneliti akan menggunakan instrument pengumpulan data yang cocok adalah data yang diperoleh melalui:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian di lakukan pencatatan.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlansung satu arah, artinya pertanyaan dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh pihak yang diwawancarai.

Peneliti menyiapkan instrument berupa pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti sebelum bertatap muka dengan informan. Peneliti kemudian secara bertatap muka mencatat jawaban yang diperoleh sebagai informasi penting dalam penafsiran penelitian yang sedang dikerjakan. Pertanyaan tersebut diajukan kepada pimpinan dan karyawan Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan, dengan mengajukan pertanyaan tertentu dan pertanyaan tidak membatasi jawaban. Sehingga dengan mudah mendapatkan jawaban sebanyak mungkin untuk mengklarifikasi serta memahami data yang diperoleh. Wawancara yang akan dilakukan oleh peneliti adalah wawancara tidak terstruktur dimulai dengan pertanyaan umum dalam area luas dalam

penelitian yang dimaksudkan peneliti juga menggunakan wawancara terstruktur.

Indikator dalam penelitian ini untuk menjawab pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah antara lain yaitu:

- a. Strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi layanan produk perbankan PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.
 - 1) Strategi yang diterapkan supaya nasabah merasa nyaman dan aman dalam menggunakan digitalisasi produk PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.
 - 2) Keunggulan produk PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.
 - b. Kendala dalam meningkatkan strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi layanan produk PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.
 - 1) Kendala yang dihadapi PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.
 - 2) Hambatan dalam meningkatkan atau mempertahankan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.
3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencatat data-data yang sudah ada. Teknik pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen. Dokumentasi dapat berupa gambar, foto, tulisan

maupun karya-karya monumental dari seseorang.⁶² Dokumentasi adalah dengan menggunakan catatan yang ditulis atau yang dijawab secara langsung oleh karyawan PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun urutan data secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan, lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Analisis deskriptif digunakan untuk analisis data, ketika penulismenjelaskan masalah yang ada dan dianalisis di lapangan.⁶³ Analisis data yang dilaksanakan secara kualitatif. Langkah-langkah dilaksanakan dalam pengolahan data kualitatif adalah:

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh di tulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh reduksi dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting. Data hasil mengiktiarkan dan memilah-memilah berdasarkan satuan konsep, tema dan kategori tertentu akan memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan juga mempermudah peneliti untuk mencari kembali data sebagai tambahan atas data sebelumnya yang diperoleh jika diperlukan.

⁶²Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2010), hlm. 149.

⁶³Acep Samsudin, dkk, *Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia*, hlm. 1165.

Dengan demikian reduksi data dalam penelitian ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas serta mempermudah bagi peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya mengenai dampak gadget sebagai sarana promosi.

2. Penyajian Data

Data yang diperoleh dikategorisasikan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk matriks sehingga mempermudah peneliti untuk melihat pola-pola hubungan satu data dengan data lainnya. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih serta lebih mudah dipahami sehingga peneliti dapat mengetahui apa yang terjadi untuk menarik kesimpulan-kesimpulan yang diambil terhadap data yang akurat.

3. Analisis Data Nvivo

Penelitian ini menggunakan analisis data Nvivo untuk membantu peneliti kualitatif dengan melakukan koding terhadap data dari berbagai sumber dan sekaligus memisahkan data yang bersumber dari informan, peneliti, serta sumber data sekunder. Teknik-teknik memasukkan berbagai sumber data kualitatif untuk di analisis dalam Nvivo, dokumen ke dalam Nvivo, data dari database ke dalam Nvivo, dan website jejaring media sosial ke Nvivo.

4. Penarikan Kesimpulan dan Versifikasi Data

Kegiatan penarikan kesimpulan dilakukan dengan analisis data dengan tiga metode yang pertama, reduksi data yang dimana peneliti melakukan

pemusatan data dari hasil observasi dan wawancara sehingga dapat ditemukan data yang jelas dan mudah dipahami pada topik penelitian. kedua, penyajian data dilakukan dengan dikelompokkan menjadi sebuah pola yang dikategorikan kepada setiap tema masing-masing selanjutnya metode pengambilan keputusan.⁶⁴ Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah proses perumusan arti dari hasil penelitian yang diungkapkan dengan kalimat yang jelas serta mudah di pahami.

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Untuk menghindari kesalahan dan kekeliruan data yang telah terkumpul, perlu dilakukan pengecekan keabsahan data yang didasarkan pada kriteria derajat kepercayaan, ketekunan, pengamatan dan teknik triangulasi. Triangulasi dilakukan untuk memperkuat data yang ada. Adapun triangulasi yang digunakan yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber seperti membandingkan data dengan hasil pengamatan wawancara, yakni membandingkan data dengan apa yang dikatakan baik secara umum atau secara pribadi dengan apa yang dilihat.

2. Triangulasi Metode

Penelitian menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama, misalnya data yang di peroleh dengan wawancara, kemudian di cek dengan observasi dan dokumentasi.

⁶⁴Listia Sundari dan Peni Haryanti, Strategi Bank NTB Syariah Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Melalui Layanan Digital Di Masa Pandemic Covid-19, hlm. 15-25.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan

1. Sejarah Umum PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 Hijrah menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Indonesia Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah, dan Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ke tiga Bank Syariah sehinggamenghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung seinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan ummat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, Universal, dan Memeberikan kebaikan bagi segenap alam.

2. Lokasi dan Wilayah Kerja PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan

Bank Syariah Indoensia KC Padangsidimpuan berda di pusat kota yang beralamat di Jalan Sudirman No.49, Kota Padangsidimpuan, Sumatra Utara.

Wilayah kerja Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan berada di lingkungan Kota Padangsidimpuan.

Baik pada Kecamatan Padangsidimpuan Selatan, Padangsidimpua Utara, Padangsidimpuan Tenggara, dan Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan juga mencakup wilayah Kabupaten Tapanuli Selatan dan Kabupaten Mandailing Natal. Ini dapat dilihat dari data nasabah yang berasal dari kabupaten Tapanuli Selatan dan Kabupaten Mandailing Natal.

3. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan

a. Visi

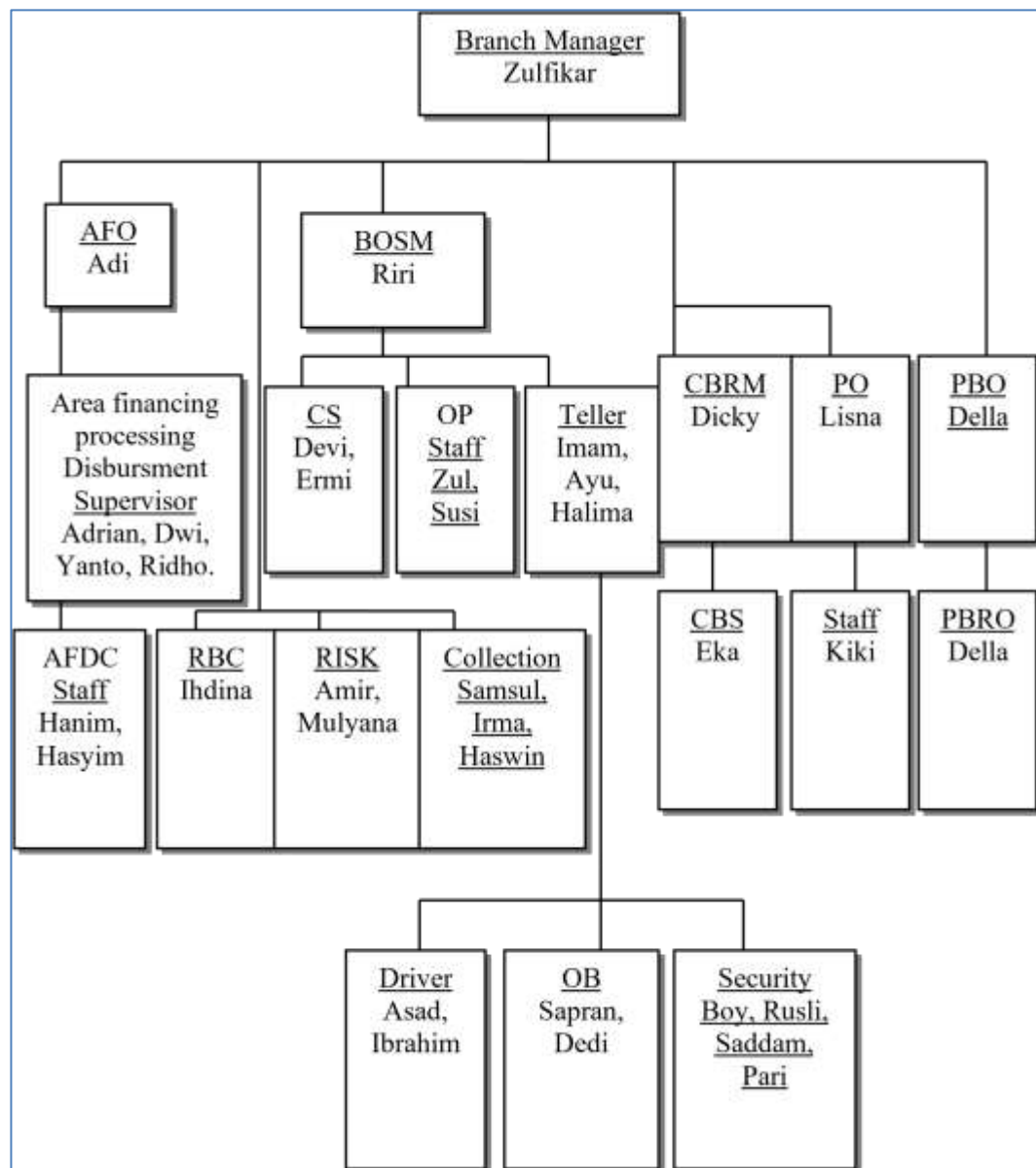
Menjadi top 10 Bank Syariah global berdasarkan kapasitasasi pasar dalam aktu 5 tahun.

b. Misi

1) Memberikan akses solusi keuangan Syariah di Indonesia. Melayani leih dari 20 tahun juta nasabah dn menjadi top 5 bank berdasarkan aset di tahun 2026.

2) Menjadi bak besar yang memberikan nilai terbik bagi para pemegag saham. Top 5 bank yang paling penting di Indonesia dan kuat.

4. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan

Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia KC**Padangsidimpuan**

Sumber. BSI KC Padangsidimpuan.

Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan memiliki bagian bagian Struktur dan Manajemen operasional yang terdiri dari:

a. Dewan Komisaris

Dewan komisaris berfungsi dan bertanggung jawab dalam pengawasan memberikan saran dan kritikan atas pelaksanaan tugas direksi.

b. Dewan pengawas Syariah

Dewan pengawas syariah berfungsi mengawasi kegiatan operasional bank sesuai dengan fatwa dan sesuai dengan prinsip syariah.

c. Dewan Direksi

Dewan direksi bertugas sebagai pengelola dan mengarahkan kegiatan operasional bank sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku

d. Branch Manager

Branch manager memiliki tugas sebagai berikut:

- 1) Mengawasi dan melakukan pengelolaan administrasi dan keuangan sesuai dengan perusahaan.
- 2) Membina dan mengawasi karyawan.

e. Audit Internal

Audit internal berfungsi sebagai pengumpul data, informasi, pencatatan, pengumpulan klasifikasi, menyimpulkan dan menyusun laporan keuangan yang tersusun atas neraca, laba rugi, arus kas, dan perunahaan modal yang selanjutnya verifikasi aktiva dan pasiva untuk memastikan antara penghasilan dan biaya.

f. Pemasaran

Pemasaran berfungsi untuk merencanakan dan menganalisis kegiatan operasional untuk mencapai target yang tepat, Dalam mengatasi permasalahan atas pembiayaan yang ada

g. Penyaluran Dana

Bertugas melakukan penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan kepada nasabah yang bersifat produktif atas usaha yang mereka lakukan demi menghindari pembiayaan bermasalah.

h. Menghimpun Dana

Menghimpun dan memiliki wewenang atas pengumpulan dana dengan cara melakukan kegiatan promosi produk-produk.

i. Adminisrasi Pembiayaan

Berfungsi sebagai pemeriksa dan menangani terkait pembiayaan yang akan dilakukan adan yang sudah berjalan dengan memperhatikan kelengkapan dokumen penunjang terkait pembiayaan

j. Kepala Operasional

Berfungsi sebagai merencanakan mengawasi dan mengarahkan kegiatan operasinal bank baik internal maupun eksternal agar terkoordinasi secara baik antar bagian yang ada.

k. Pelayanan Nasabah

Bertugas melayani nasabah yang memerlukan informasi terkait produk dan juga melayani keluhan terhadap masalah yang dialami debitur terkait layanan atau produk

l. Teller

Bertugas melayani nasabah yang akan melakukan transaksi terkait dana kas baik dalam bentuk pengeluaran maupun setoran dana.

m. Loom and sandries

Bertugas melakukan pencatatan pembukaan atas transaksi pembiayaan maupun piutang

n. Accounting Pembukuan

Bertugas untuk melakukan pengaturan dan mengkoordinasikan hasil dari aktivitas kegiatan operasional dan melakukan pemeriksaan kelengkapan bukti transaksi dengan melakukan perhitungan bagi hasil atas tabungan dan deposito.

5. Produk dan Layanan Jasa PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan

Berikut merupakan produk pada Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan

a. Produk Penghimpunan dana

- 1) BSI Tabungan Bisnis, yaitu tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah dalam mata uang rupiah yang dapat mempermudah transaksi
- 2) BSI Tabungan Easy *Wādiah*, yaitu tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap hari
- 3) Tabungan Haji Indonesia, yaitu tabungan perencanaan haji dan umrah
- 4) BSI Tabungan *Junior*, yaitu tabungan yang untuk anak-anak dan pelajar
- 5) BSI Tanungan Mahasiswa, yaitu taubungan akad *wādiah*

- 6) BSI Tabungan Pensiun, yaitu tabungan untuk nasabah perorangan yang sudah terdaftar di pengelolaan pension
- 7) BSI Tabungan Pendidikan, yaitu tabungan untuk perorangan dalam merencanakan pendidikan dengan asuransi.

b. Peyaluran Dana/ Pembiayaan

- 1) BSI Gadai Emas, yaitu salah satu dari banyaknya produk BSI yang berupa memberikan pembiayaan pada nasabah dengan menggunakan emas sebagai jaminannya
- 2) BSI Miraguna Berkah, yaitu pembiayaan yang bertujuan multiguna tanpa agunan dengan berbagai mamfaat dan kemudahan bagi pengawai payroll di BSI
- 3) BSI Kur Mikro, yaitu pembiayaan yang dioeruntukan bagi usaha mikro, kecil, menengah untuk memenuhi modal
- 4) BSI Cash Collateral, yaitu pembiayaan dengan jaminan agunan likuid, berupa giro, deposito, adan tabungan.

c. jasa- jasa produk melalui digitalisasi bank syariah Indonesia

1) BSI Mobile

Layanan berbasis online untuk memberikan solusi kemudahan nasabah dalam bertransaksi

2) BSI SMS Banking

Layanan jasa bersis telepon seluler untuk menjadikan salah satu pilihan nasabah dalam bertransaksi

3) BSI Kliring

Adalah penangihan warkat bank lain dimana lokasi bank yang bersangkutan masih berada dalam satu wilayah kliring

4) BSI RTGS (Real Tie Gross Settlement)

Adalah layanan transfer rupiah antar bank lain dalam kota maupun antar kota secara cepat.

5) BSI Transfer Westren Union (WU)

Adalah jasa pengiriman uang serta penerimaan kiriman uang secara cepat lintas Negara maupun domestik.

B. Hasil penelitian Wawancara dengan Pengawai dan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan

1. Strategi keunggulan Bersaing melalui digitalisasi layanan produk

Penerapan, strategi, keunggulan, bersaing, respon nasabah, kualitas pelayanan serta produk dan fasilitas yang diberikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni, selaku Manajer Operasional PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan menyatakan bahwa:

PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan telah menerapkan konsep Strateginya harus meningkatkan fitur-fitur terbaru di BSI diantaranya Mobile banking sebagai salah satu produk unggulan BSI karna dengan itu semua transaksi bisa dalam satu gengaman. Yang dimana Tarik tunai tanpa kartu ATM hanya dengan QRIS yang ada di hp bisa melakukan transaksi, karna nasabah kadang tidak selalu bawa dompet kemana dia pergi tetapi di zaman sekarang hp tidak pernah lepas dari kita minimal 5 menit. Dengan hal itu BSI mempersiapkan digital untuk mempermudah nasabah dalam bertaksasi karna kepuasan pelayanan nasabah bagian dari tujuan utama BSI KC Padangsidimpuan. Hambatan BSI adalah jaringan, versi android yang digunakan nasabah kadang belum sesuai untuk melakukan fitur-fitur terbaru yang sudah kami siapkan ditambah lagi masih banyaknya

nasabah belum siap untuk menerima kemajuan teknologi khususnya yang sudah lanjut usianya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Zulfikar selaku Branch Manajer PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan menyatakan bahwa:

PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan telah menerapkan strategi bersaing melalui digitalisasi yang dimana mempunyai suatu tujuan Upaya dalam meningkatkan pelayanan agar nasabah tetap bertahan dan merasa puas dengan pelayanan Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan telah menyediakan layanan digital yaitu, diantaranya BSI Mobile Banking dapat memudahkan nasabah misalnya, transfer, pembukaan rekening. yang dimana nasabah tidak perlu capek- capek langsung ke bank untuk bertransaksi karna dengan aplikasi BSI Mobile Banking nasabah bisa melakukan transaksi secara mudah, cepat, hemat, karna dengan itu BSI telah berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada setiap nasabah. Kendala biasanya bersumber dari nasabah yang sudah lanjut usia di atas 45 tahun keatas karena mereka belum siap untuk menghadapi kemajuan teknologi. Karna dengan itu nasabah sering merasa pelayanan yang kami berikan kurang sehingga kadang itu membuat nasabah tidak bertahan. Fasilitas yang diberikan BSI untuk memudahkan nasabah sudah lumayan bagus yang dimana yaitu adanya aplikasi digitalisasi layanan produk dan adanya mesin ATM. Kelebihan dengan bank lainnya adalah Bsi selalu memprioritaskan kepuasan nasabah dalam bertransaksi.⁶⁵

Berdasarkan hasil wawancara yang saya lakukan dengan ibu Ermi selaku Costumer Servise Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan mengatakan bahwa:

Digitalisasi sudah kewajiban layanan di BSI, Masyarakat di paksa untuk bertransaksi dengan digital apalagi karna Covid-19 kemaren semua layanan dengan teknologi dengan hal itu BSI mempersiapkan strategi untuk meningkatkan layanan kepada nasabah untuk dapat terus bertahan. Dan semua fasilitas layanan BSI menyiapkan produk- produk terbaru yang dimana hanya dengan satu gengaman nasabah dapat melakukan yaitu, *complain* melalui BSI *Mobile*, membayar zakat, dan BSI pun juga bisa Memasarkan dengan digital yang disediakan bagian

⁶⁵ Hasil Wawancara dengan bapak Zulfikar, Pimpinan Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan, selasa 5 desember2023 Pukul 11.00 WIB

pemasaran bisa menawarkan dengan digital pembiayaan mitraguna. Hambatan BSI dalam meningkatkan kualitas pelayanan karna masih kurang kepercayaan nasabah dalam bertransaksi melalui digitalisasi.⁶⁶

2. Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan produk PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan

Produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan yang diberikan PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan kepada nasabah. Hasil Wawancara dengan Ibu Linda Sari Pohan selaku salah satu nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan menyatakan bahwa:

Saya mulai menjadi nasabah BSI sejak tahun 2022 di masa- masa sebelum Covid-19. Menurut saya pelayanan yang mereka berikan bisa dikatakan lumayan bagus tetapi produk yang saya gunakan Wadiah, dan sistem jaringan kadang mau rusak kayak kemarinlah, apalagi ditambahnya saya masih belum paham kali dengan teknolgi dengan hal itu saya masih keseringan langsung ke bank untuk transaksi dan parkirannya cukup kecil sehingga saya masih merasa belum puas dengan pelayanannya. Saya harap kecepatan dapat ditingkatkan dan lokasi parkirnya d luaskan.⁶⁷

Hasil Wawancara dengan Ibu Gongna Hirayani Siregar selaku nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan menyatakan bahwa:

Saya mulai nasabah BSI sejak saya Satu tahun pertama kuliah tahun 2021 untuk membayar uang kuliah. Sejak saat itulah saya menggunakan BSI. Menurut saya pelayanan BSI berikan bisa dikatakan baik, tetapi kadang kendalanya mesin ATM dan jaringan mudah rusak. Fasilitas nya menurut saya masih kurang karna kadang. Ketika sedang menunggu nomor antrian di panggil kadang terlalu lama karna kursi yang disediakan BSI masih kurang dengan hal itu saya kadang merasa kurang puas dengan pelayanan di BSI. Tapi BSI masih tetap memberikan kemudahan kepada setiap nasabah dalam bertransaksi bisa dilakukan dengan aplikasi digital yang sudah disediakan BSI. dengan Aplikasi Mobile Banking saya tidak perlu lagi capek- capek antri ke bank untuk membayar uang kuliah. Akan tetapi untuk masalah keamanan saya

⁶⁶ Hasil Wawancara Dengan Ibu Fauziah, Costumer Servise Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan, selasa 5 Desember Pukul 12.00 WIB.

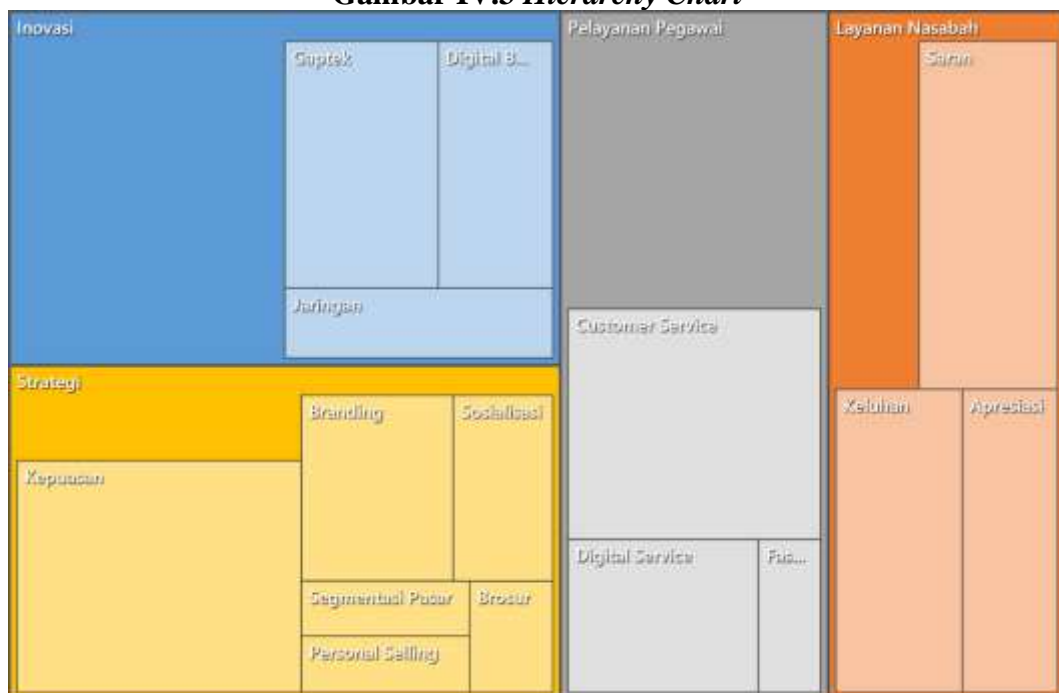
⁶⁷ Hasil Wawancara Dengan Ibu Linda Sari Pohan selaku nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan Pada Kamis Pukul 10.00 WIB.

visualisasi *word cloud* di atas dapat diperoleh informasi bahwa kendala nasabah adalah mesin ATM yang sering mengalami gangguan operasional sehingga membuat nasabah terkendala saat melakukan tarik tunai, selain itu sistem keamanan yang kurang baik juga menjadi hal yang dikhawatirkan nasabah saat melakukan transaksi keuangan. Oleh karena itu, BSI Kc. Padangsidimpuan perlu melakukan evaluasi mendalam terhadap fasilitas yang dibutuhkan oleh nasabah seperti ketersediaan ATM dan keamanan bertransaksi menggunakan *M-Banking*.

2. *Hierarchy Chart*

Adapun hal yang paling sering dibicarakan di dalam hasil wawancara setelah dilakukan pengolahan data menggunakan Nvivo 12 dapat dilihat melalui hierarki berikut:

Gambar IV.3 *Hierarchy Chart*



Sumber: Data diolah peneliti menggunakan Nvivo12

Dari gambar di atas dapat diketahui jika inovasi yang dilakukan oleh BSI Kc. Padangsidimpuan sebagai bentuk strategi keunggulan bersaing adalah dengan menerapkan tiga hal yang pertama adalah melakukan sosialisasi kepada nasabah yang tidak paham menggunakan *smartphone* agar lebih paham dan mengerti fungsi *m-banking* dalam transaksi keuangan.

Kemudian berdasarkan hasil olahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan software Nvivo12 dapat diketahui jika strategi yang terjadi dan cenderung banyak dibahas oleh informan adalah mengenai kepuasan nasabah dimana pegawai lebih memprioritaskan apa yang menjadi kebutuhan nasabah termasuk memberikan senyum dan bersifat ramah kepada setiap nasabah. Kemudian dari sisi branding setiap karyawan selalu menciptakan opini positif agar memunculkan citra yang baik ditengah-tengah masyarakat. Selain itu dari sisi sosialisasi dengan mengenalkan produk kepada masyarakat.

Kemudian *chart* yang ketiga adalah mengenai pelayanan pegawai, dimana dalam memberikan pelayanan terdapat tiga hal penting yang harus menjadi perhatian diantaranya *customer service* yaitu pelayanan terbaik yang diberikan oleh pegawai secara langsung di kantor cabang, kemudian adalah layanan *digital service* yaitu dengan meningkatkan layanan pada bidang digital seperti keluhan mengenai *m-banking* yang dapat dilakukan melalui *call center* yang disediakan. Terakhir adalah fasilitas yaitu tersedianya wifi dan ATM di sekitar kantor cabang.

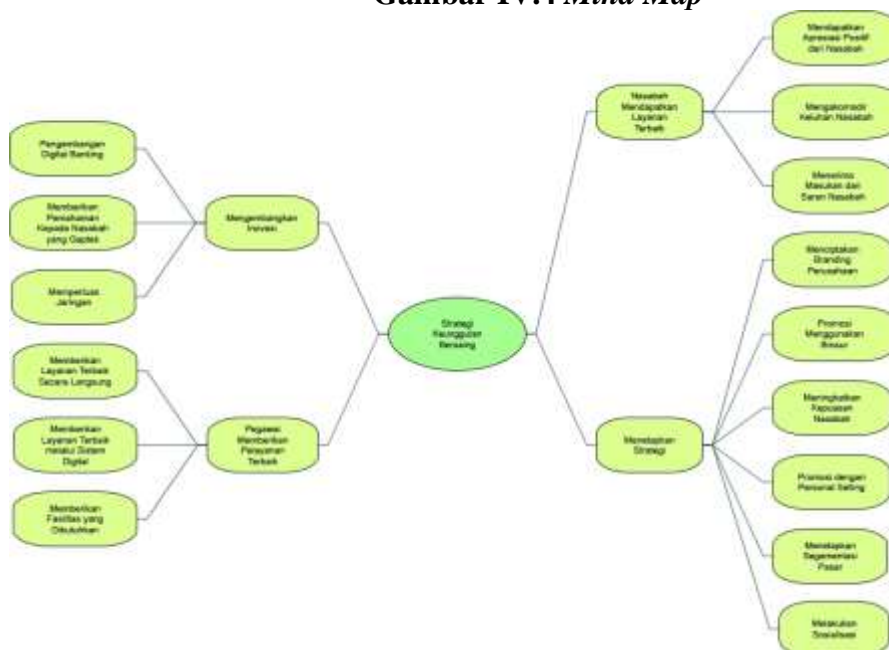
Pada *chart* yang terakhir diketahui jika layanan nasabah dapat dilihat dalam tiga aspek yaitu saran, keluhan dan apresiasi, dimana terdapat beberapa

saran yang disampaikan nasabah kepada perusahaan seperti meningkatkan jumlah ATM BSI, menyediakan kursi bagi lansia serta meningkatkan kecepatan dalam mengatasi permasalahan nasabah, selain itu perlu bagi pihak bank untuk menambah jumlah kursi antrian mengingat jumlah nasabah yang terlalu banyak. Terdapat beberapa keluhan dari nasabah diantaranya ATM yang sering mengalami gangguan dan kerusakan jaringan yang menyebabkan nasabah tidak merasa dengan transaksi yang dilakukan. Kemudian terdapat juga apresiasi yang diberikan nasabah diantaranya adalah kemajuan teknologi yang digunakan yaitu *m-banking*.

3. Mind Map

Adapun kerangka berpikir yang terbentuk dalam hasil wawancara setelah dilakukan pengolahan data menggunakan Nvivo 12 dapat dilihat melalui *mind map* sebagai berikut:

Gambar IV.4 Mind Map

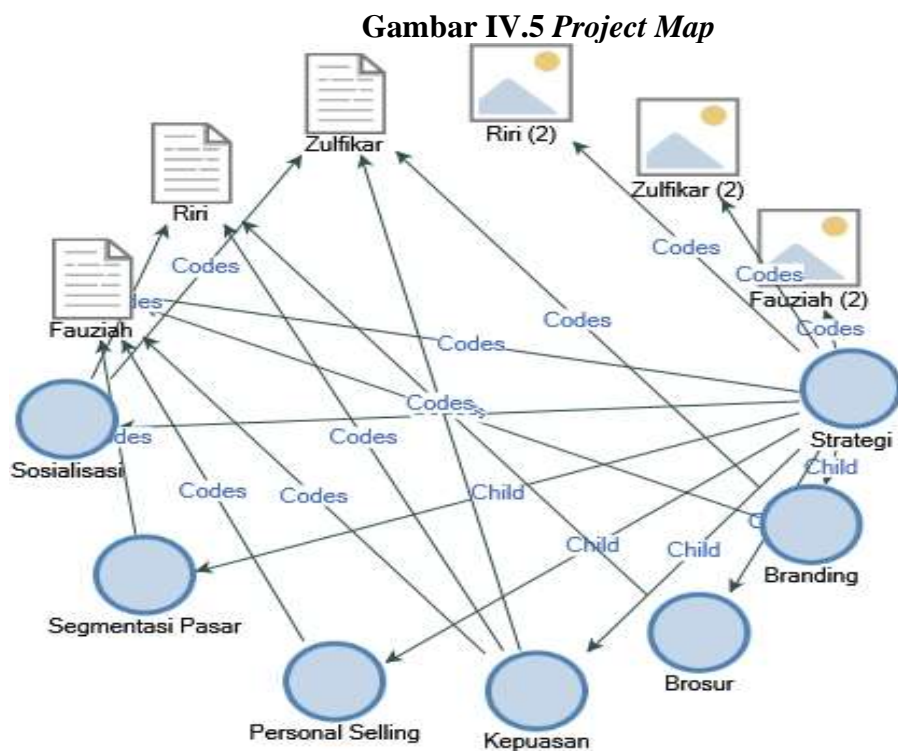


Sumber: Data diolah peneliti menggunakan Nvivo12

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat strategi keunggulan bersaing yang dilakukan oleh BSI Kc. Padangsidempuan dengan cara mengembangkan inovasi dengan menerapkan tiga hal yang pertama adalah melakukan sosialisasi kepada nasabah yang tidak paham menggunakan *smartphone* agar lebih paham dan mengerti fungsi *m-banking* dalam transaksi keuangan. Pegawai memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah, dengan cara memprioritaskan apa yang menjadi kebutuhan nasabah termasuk memberikan senyum dan bersifat ramah kepada setiap nasabah.

4. Project Map

Adapun kerangka berpikir yang terbentuk dalam hasil wawancara setelah dilakukan pengolahan data menggunakan Nvivo 12 dapat dilihat melalui *project map* sebagai berikut:



Sumber: Data diolah peneliti menggunakan Nvivo12

Dari gambar diatas dapat diketahui bagaimana hubungan antara *codes* atau nodes berhubungan dengan pernyataan-pernyataan yang diutarakan oleh responden sehingga dapat terlihat *mapping project* yang telah dibuat oleh peneliti.

D. Hasil Pembahasan Penelitian

1. Strategi keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan.

Dengan diterapkannya strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi layanan produk dapat membantu untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada pengawai dan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan dapat disimpulkan dengan adanya diterapkan strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi layanan produk sangat membantu pihak BSI untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan serta kepuasan pelayanan nasabah sehingga meningkatkan hubungan yang lebih baik dengan nasabahnya. Membangun hubungan dengan nasabah adalah suatu hal sangat penting bagi setiap Perusahaan karena nasabah atau pelanggan merupakan aset yang sangat perlu bagi Perusahaan agar tetap eksis, unggul dalam bersaing dunia industri perbankan. Bahkan BSI selalu mengikuti perkembangan zaman agar siap bersaing dengan bank yang di padangsidimpuan.

Strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi layanan produk sangat berpengaruh dalam mempertahankan nasabah dan meningkatkan jumlah

nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan sesuai dengan produk-produk yang telah disediakan oleh BSI.

2. Kendala yang dihadapi PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan dalam Menerapkan Strategi Keunggulan Bersaing dalam Memasarkan Produknya melalui Digitalisasi.

- a. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk-produk baru yang diterapkan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan, terutama Digitalisasinya.
- b. Dan pihak bank tidak bisa memaksakan digitalisasi terhadap nasabah terutama kepada nasabah yang sudah lanjut usia atauoun pensiunan.
- c. Masih banyaknya nasabah yang belum memenuhi syarat untuk membuat produk digital yang sudah disediakan oleh BSI dan masih sring terjadi gangguan sistem jaringan MOU serta terkadang banyak nasabah yang sering menyampaikan complain secara tidak wajar dan marah-marah tanpa bisa dikendalikan dan mereka juga tidak mau sabar mendapatkan penjelasan dari pihak pegawai bank.

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti untuk mengatasi hambatan menerapkan strategi keunggulan bersaing melalui digitalisa layanan produk PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan agar selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik mereka kepada nasabah.

E. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa kerbatasan yang dialami dan menjadi faktor-faktor agar dapat untuk

lebih diperhatikan bagi peneliti- peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian tersebut antara lain:

1. Untuk melakukan wawancara dengan pihak BSI membutuhkan waktu yang lama karena harus menunggu jadwal panggilan terlebih dahulu
2. Kadang ada beberapa informan yang tidak mau untuk melakukan wawancara dengan alasan tidak mau direkam, di videokan dan tidak semua mau mengemukakan pendapatnya.
3. Adanya keterbatasan penelitian ini dengan metode yang dilakukan dan terkadang jawaban yang diberikan oleh informan tidak menunjukkan keadaan seungguhnya.
4. Hasil penelitian ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan peneliti dari pengetahuan, peneliti belum memiliki pengalaman dalam menulis sebuah karya ilmiah apalagi dalam pengkajian pengamatan dan pengolahan data.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pokok permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka dari hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Keunggulan Bersaing melalui Digitalisasi Layanan produk PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan. Berdasarkan konsep penerapan strategi keunggulan bersaing untuk mempertahankan dan meningkatkan nasabah yaitu dengan mengutamakan layanan kepada nasabah, membuat terobosan- terobosan dengan membuat sebuah fitur- fitur terbaru agar dapat menarik nasabah dan Upaya untuk tetap eksis dalam persaingan dunia perbankan.
2. Kendala-kendala dalam strategi keunggulan bersaing melalui layanan digitalisasi produk yaitu masih adanya sering ditemui oleh pihak pegawai BSI. Pihak BSI Belum bisa memaksakan nasabah untuk menggunakan digitalisasi khususnya nasabah yang sudah lanjut usia. Dan masih adanya rasa kurang percaya nasabah dalam menggunakan digitalisasi dengan alasan takut di bobol akunnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Pengawai BSI

Saat memberikan pelayanan kepada nasabah lebih meningkatkan kenyamanan, ketepatan dan kesesuaian dengan standar pelayanan BSI yaitu SLA. Hal ini dilakukan agar nasabah merasa pelayanan yang diberikan BSI dapat memuaskan nasabah dan sesuai dengan keinginan nasabah bahkan diluar ekspektasi nasabah. Dapat dikatakan kepuasan dan memamajakan nasabah bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

2. Bagi Nasabah

Kemajuan serta kecanggihan teknologi digitaliasi sebaiknya harus selalu diiringi karena semakin bertambahnya tahun semua kegiatan yang dilakukan akan melalui sistem jaringan atau online. Dan nasabah harus lebih memahami teknologi karna teknologi ini lebih memudahkan semua bentuk pelayanan

3. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat dilanjutkan oleh peneliti lain dengan objek dan sudut pandang yang berbeda sehingga dapat memperkaya khasanah kajian Bank Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Dapartemen Agama Republik Indonesia. (2010). *Al-Quran Dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Fokus Media.
- Gautama, B. dan Hardana, A. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Hardani. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Haque-Fawzi, M. G. dkk. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Implementasi*. Banten: Pascal Books.
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI) dan Lemabaga Sertifikasi Profesi Perbankan (LSPP). (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan Cet.1*. Surabaya: Unitomo Press.
- Ismail. (2016). *Perbankan Syariah Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. (2013). *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Lestari, E A. (2019). *Manajemen Inovasi Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Malang: UB Press.
- Lintasarta (Premium Connection). (2016). *Era Transformasi Digital*. Jakarta: Media Service Bisnis Indonesia.
- Muhammad, F. dan Baharuddin, A. (2021). *Fiqih Bisnis Syariah Kontemporer*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nurastuti, W. (2021). *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Panduan Penyelenggaraan Digital Branch*. Jakarta: Erlangga.
- Saputro, E. P. dkk. (2022). *Digitalisasi Perbankan Prospek, Tangangan Dan Kinerja Cet.1*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Simamora, B. (2023). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono. F. (2019). *Service, Quality & Satsfaction Edisi 4*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Usman, R. (2009). *Produk Dan Akad Perbankan Syariah Di Indonesia Cet. 4*. Jakarta: Citra Abadi.

Wibowo, S. H. dkk. (2022). *Teknologi Digital Di Era Modern*. Padang: Global Eksekutif dan Teknologi.

Widiana, I. Y. W. dkk. (2022). *Bisnis Dan Digital*. Padang: Global Eksekutif dan Teknologi.

Sumber Jurnal

Allo, M, dan Rombe, Y. (2020). Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Jasa Perbankan Di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Pusat Jakarta Pusat. *dalam Jurnal Ekonomika*, Volume 4, No. 2,

Fatriani, R. (2018). Bentuk-Bentuk Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Indonesia. *dalam Jurnal Eksilopedia*, Volume 1, No. 1.

Gultom, M. S. D. dan Rokan. M. K. (2022). Problematika Perbankan Syariah: Solusi Dan Strategi Digitalisasi Dalam Meningkatkan Meningkatkan Kualitas Produk Dan Layanan Perbankan. *dalam Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship*, Volume 23, No. 1.

Hasibuan, A. N. (2018). Strategi Pemasaran Produk Funding Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidempuan. *dalam Jurnal Imara* Volume 2, No. 1.

lhami, J dan Thamrin, H. (2021). Analisis Dampak Covid 19 Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *dalam Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, Volume 4, No. 1.

Islamy, H. R dan Triansari, N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Aplikasi Perbankan Jenius Di Jabodetabek. *dalam Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Volume 4, No. 3.

Larassati, N dan Haryanti, P. (2022). Strategi Bank NTB Syariah Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Melalui Layanan Digital Di Masa Pandemi Covid-19. *dalam Jurnal Islam Ekonomi*, Volume 3, No. 1.

Luthfiatussa'dyah, D. Kosim, A. M. dan Abristadevi. (2023). Strategi Meningkatkan Digitalisasi Produk Perbankan Pada Bank Syariah Indonesia. *dalam Jurnal Kajian& Bisnis Islam* Volume 4, No. 3, hlm. 784.

Nurfadilah, I. dkk. (2019). Ditalisasi Keuangan Syariah Menuju Keuangan Inklusif, Kerangka Maqashid Syariah. *dalam Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akutansi*, Volume 11, No. 1.

- Rahmat, I. G. D. (2020). Menguji Strategi Desa Wisata Dalam Membangun Keunggulan Bersaing Di Era Revolusi Industri. *dalam Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi* Volume 7, No. 7.
- Samsudin, A. dkk. (2023). Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia. *dalam Jurnal Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam* Volume 4, No. 5.
- Samsuri. (2022). Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rogojampi. *dalam Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, Volume 1, No. 1.
- Suhaini, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan Di Kota Bandung). *dalam Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, Volume 4, No. 1.
- Sudirman. E. (2020). Strategi Usaha Kecil Menengah Menghadapi Digitalisasi Pemasaran. *dalam Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 9, No. 2.
- Sundari, L. dan Haryanti, P. (2022). Strategi Bank NTB Syariah Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Melalui Layanan Digital Di Masa Pandemic Covid-19." *Dalam Jurnal Islami Ekonomi* Volume 3, No. 1.
- Tampi, N. H. R. (2015). Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan Dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. *dalam Jurnal EMBA*, Volume 3, No. 4.
- Widyanti, R. N. Pabbajah, M. dan Darwis, M. (2022). Online Marketing Strategi Kualitas Layanan Pada Perbankan Syariah. *dalam Jurnal Al-Buhut*, Volume 18, No. 2.

Sumber Skripsi

- Fitriyanti, Y. (2016). Strategi Pemasaran Pelayanan E-Banking Di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tasikmalaya. *Skripsi*, (Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto).
- Harahap, R. (2016). Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam. *Skripsi*, (Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan).
- Irvianti, S. (2021). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui Digitalisasi Produk Tabungan Siklus Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Kantor Cabang Batu. *Skripsi*, (Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto).

Muthia, A. (2017). Analisis Pemahaman Masyarakat Kec.Medan Johor Terhadap Penggunaan Layanan Digital Perbankan. *Skripsi*, (Medan: Universitas Sumatera Utara).

Sanjaya, J. W. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Perspektif Ekonomi Syariah. *Skripsi*, (Pekanbaru: UIN Sultan Syarif Kasim Riau).

Sugiono, W. (2018). Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Produk Perbankan Di Bank BNI Syariah KCP Bulak Sumur. *Skripsi*, (Yogyakarta: UIN Yogyakarta).

Sumber Lainnya

Hasil Wawancara Dengan Bapak Zulfikar, Pimpinan Bank Syariah KC Padangsidempuan, Selasa 5 September 2023 Pukul 14.30 WIB.

Hasil Wawancara Dengan Ibu Ermi, Marketing Bank Syariah KC Padangsidempuan, Sabtu 30 September 2023 Pukul 14.30 WIB.

Hasil Wawancara Dengan Ibu Sri Wahyuni, Manajer Operasional Bank Syariah KC Padangsidempuan, Sabtu 30 September 2023 Pukul 14.30 WIB.

Hasil Wawancara Dengan Bapak Zulfikar, Pimpinan Bank Syariah KC Padangsidempuan, Selasa 5 Desember 2023 Pukul 11.00 WIB.

Hasil Wawancara Dengan Ibu Sri Wahyuni, Manajer Operasional Bank Syariah KC Padangsidempuan, Sabtu 5 Desember 2023 Pukul 12.00 WIB.

Hasil Wawancara Dengan Ibu Ermi, Marketing Bank Syariah KC Padangsidempuan, 5 Desember 2023 Pukul 14.30 WIB.

Hasil Wawancara Dengan Ibu Linda Sari Pohan, Selaku Nasabah Bank Syariah KC Padangsidempuan, 12 Desember 2023 Pukul 11.30 WIB.

Hasil Wawancara Dengan Gongna Hirayani Siregar, Selaku Nasabah Bank Syariah KC Padangsidempuan, 15 Desember 2023 Pukul 15.00 WIB.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Hotna sari
Nim : 1940100037
Tempat/ Tanggal Lahir : Sungai Pimping/ 22 April 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 4
Alamat : Sungai Pimping, kec. Padang Gelugur Kab. Pamasan
Agama : Islam

DATA ORANG TUA

Nama Ibu : Rosmada Siregar
Alamat : Sungai Pimping, kec. Padanggelugur, Kab. Pasaman
No. Hp : 082160542079

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

2007-2013 : SDN 05 Makmur
2013-2016 : SMPN 2 Padang Gelugur
2016-2019 : SKMN 1 Padang Gelugur
2019-2024 : Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidimpuan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 224 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/01/2024 17 Januari 2024
Sifat : Biasa
Lamp : 1 berkas
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

Yth;

1. Dr. Budi Gautama Siregar, M.M : Pembimbing I
2. Samsuddin Muhammad, M.Si : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi tersebut di bawah ini :

Nama : Hotna Sari
NIM : 1940100037
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpun.**

diharap kepada Bapak untuk menjadi pembimbing mahasiswa tersebut di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an: Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Dr. Abdul Masser Hasibuan, M.Si
NIP.19790525200604 1 004

Tembusan :
1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22060 Faksimili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 3770 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/06/2023
Hal : **Mohon Izin Pra Riset**

14 Juni 2023

Yth. Pimpinan BSI KC Padangsidempuan

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Hotna Sari
NIM : 1940100037
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Stategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Pelayanan Produk Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin pra riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

23 Juni 2023
No.03/673-3/043

Kepada
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Padangsidempuan

PT Bank Syariah Indonesia, Tbk
Cabang Padangsidempuan
Jl. Sudirman (ex. Merdeka) No.130A
Padangsidempuan 22718
Telp. (0634) 28200
Fax. (0634) 28103
www.bankbsi.co.id

Up : Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Perihal : PERSETUJUAN PRA RISET SDR HOTNA SARI

Referensi : Surat no 3770/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/06/2023 Tanggal 14 Juni 2023 Perihal Mohon Izin Pra Riset

Assalaamu'alaikum Wr. Wb

Semoga Bapak beserta seluruh staff selalu dalam keadaan sehat walafiat dan senantiasa dalam
lingkungan dan rahmat dari Allah SWT.

Menunjuk perihal tersebut di atas, bersama ini disampaikan bahwa pelaksanaan riset Mahasiswa
Bapak dapat dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan dengan memperhatikan
kode etik dan kerahasiaan bank, dan metode riset yang disetujui yaitu wawancara/kulisioner, diberikan
kepada:

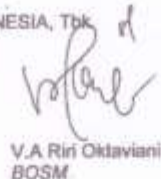
Nama	: Hotna Sari
NIM	: 1940100037
Semester	: VIII (Delapan)
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Tesis	: Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Pelayanan Produk Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan

Demikian disampaikan atas kerjasama Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb

PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk
KC PADANGSIDIMPUAN


Zulnikar
Branch Manager


V.A Riri Oktaviani
BOSM



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 4105 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/11/2023 28 November 2023
Sifat : Biasa
Lamp : 1 berkas
Hal : Mohon Izin Riset

Yth: Pimpinan BSI KC Padangsidimpuan

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Hofna Sari
NIM : 1940100037
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

an, Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP.19790525200604 1 004

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

28 November 2023
03/1620-3/043

Speda
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan
T. Rizal Nurdin Km. 4.5 Sihitang 22733
Padangsidempuan

Ke : Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Perihal : **PERSETUJUAN RISET SDR HOTNA SARI**

Referensi : Surat no 6105/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/11/2023 Tanggal 28 November 2023 Perihal Mohon Izin Pra Riset

Assalaamu'alaikum Wr. Wb

Semoga Bapak beserta seluruh staff selalu dalam keadaan sehat wal'afiat dan senantiasa dalam lindungan dan rahmat dari Allah SWT.

Sehubungan perihal tersebut di atas, bersama ini disampaikan bahwa pelaksanaan riset Mahasiswa Bapak dapat dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan dengan memperhatikan kode etik dan kerahasiaan bank, dan metode riset yang disetujui yaitu wawancara/kuisisioner, diberikan kepada:

Nama	: Hotna Sari
NIM	: 1940100037
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Tesis	: Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan

Demikian disampaikan atas kerjasama Bapak kami ucapkan terima kasih.

Assalaamu'alaikum Wr. Wb

PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk.
KABUPATEN PADANGSIDEMPUAN


Finance Manager


Sri Wahyuni
BOSM

**STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI DIGITALISASI LAYANAN
PRODUK
(Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Indonesia KC
Padangsidempuan)**

Pedoman Wawancara

Informan : Pegawai BSI, Nasabah

Nama :

No. Informan :

Jenis Kelamin :

Usia :

Jabatan :

1. Pengelolaan strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi PT. Bank Syariah KC Padangsidempuan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah
 - a. Apakah BSI menerapkan digitalisasi?
 - b. Bagaimana konsep strategi penerapan keunggulan bersaing digitalisasi tersebut? Dan apa saja bentuk digitalisasinya tersebut?
 - c. Bagaimana penerapan dalam meningkatkan dan mempertahankan jumlah nasabah di BSI?
 - d. Apa inovasi terbaru yang disediakan oleh pihak BSI?
 - e. Apa dampak inovasi terbaru yang diterapkan bagi BSI?
 - f. Apakah inovasi terbaru yang disediakan BSI sudah dapat berjalan lancar?
2. Proses atau tahapan pelayanan yang dilakukan PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabahnya
 - a. Pelayanan apa saja yang BSI berikan kepada nasabah untuk membuat nasabah bertahan?
 - b. Bagaimana wujud kepedulian BSI terhadap nasabahnya?
 - c. Kemudahan apa saja yang ditawarkan oleh BSI untuk memanjakan nasabahnya?
 - d. Bagaimana sikap BSI dalam memberikan pelayanan kepada nasabah?

- e. Apa kelebihan/ keunggulan dari BSI sehingga mampu bersaing dengan bank lainnya?
3. Respon yang diberikan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
 - a. Bagaimana pihak bank mampu menciptakan opini untuk dapat dipercaya oleh nasabah?
 - b. Bagaimana bsi membentuk citra positif dimata nasabah?
 - c. Bagaimana strategi keunggulan bersaing BSI dalam menciptakan dan membentuk rasa loyal bagi nasabah?
 - d. Apakah nasabah selalu bertambah?
 - e. Apakah ada hambatan ketika melayani nasabah? bagaimana solusinya?
4. Kualitas pelayanan yang di berikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
 - a. Bagaimana BSI menarik minat nasabah untuk bergabung bersama BSI?
 - b. Apakah nasabah BSI selalu bertambah?
 - c. Apa yang BSI lakukan untuk mendapatkan nasabah setiap tahunnya?
5. Produk dan Fasilitas yang disediakan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
 - a. Produk apa saja yang paling banyak diminati oleh nasabah?
 - b. Fasilitas apa saja yang BSI tawarkan kepada nasabah?

Daftar Pertanyaan Pihak Nasabah

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
 - a. Sejak kapan bapak/ibu menjadi salah satu nasabah BSI KC Padangsidempuan?
 - b. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh BSI KC Padangsidempuan?
 - c. Apakah bapak/ibu pernah menyampaikan komplain terhadap pihak BSI?
 - d. Pelayanan seperti apa yang ibu/bapak inginkan dari Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan?

2. Produk dan fasilitas yang disediakan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
 - a. Jenis produk apa yang ibu/bapak gunakan di BSI?
 - b. Fasilitas apa yang menurut ibu/bapak kurang memadai di BSI?
 - c. Apakah ibu/bapak merasa puas dengan fasilitas yang disediakan oleh BSI?
3. Kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
 - a. Apakah produk yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan sudah sesuai dengan kebutuhan bapak/ibu?
 - b. Apakah kemudahan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan kepada bapak/ibu?
 - c. Apakah bapak/ibu sudah merekomendasikan Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan kepada kerabat atau rekan-rekan bapak/ibu?
 - d. Bagaimana penilaian bapak/ibu terhadap hubungan dan interaksi dengan PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan?
 - e. Menurut bapak/ibu apakah sistem keamanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah KC Padangsidempuan sudah aman?
 - f. Bagaimana pendapat ibu terhadap keramahan dan kenyamanan yang diberikan oleh karyawan PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan?

Pembimbing Wawancara

Pembimbing Wawancara

Dr.Budi Gautama Siregar,S.Pd.,M.M
NIP.19790720201101005

SamsuddinMuhammad,S.E.M.Si
NIP.198612052020121007



Gambar 1. Permintaan izin riset dengan bapak Rusli selaku satpam PT. Bank Syariah KC Padangsidempuan 2 Desember 2023, Pukul 10.00 Wib

STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI DIGITALISASI LAYANAN
PRODUK

**(Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Indonesia KC
Padangsidempuan)**

Daftar pertanyaan pihak BSI

Nama : Fauziah

No. Informan : 01

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 28 tahun

Jabatan : Customer Service

1. Pengelolaan strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi PT. Bank Syariah KC Padangsidempuan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah
 - a. Apakah BSI menerapkan digitalisasi?
 - **Tentu saja sudah**
 - b. Bagaimana konsep strategi penerapan keunggulan bersaing digitalisasi tersebut? Dan apa saja bentuk digitalisasinya tersebut?
 - **Sesuai dengan isi penelitian saudara dimana strategi yang digunakan Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan dalam menentukan keunggulan bersaing yaitu dengan menggunakan berbagai macam strategi yaitu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan. BSI telah menyediakan produk digitalisasi yang**

diantaranya, internet banking, phone banking, mobile banking dan masih banyak lagi.

c. Bagaimana penerapan dalam meningkatkan dan mempertahankan jumlah nasabah di BSI?

➤ **Dari BSI tersendiri telah melakukan yaitu salah satunya dengan mengikuti perkembangan zaman yang semakin canggih serta memeberikan layanan terbaik kepada nasabahnya. Lalu BSI tidak ketingga;dengan bank- bank yang lain.**

d. Apa inovasi terbaru yang disediakan oleh pihak BSI?

➤ **Inovasi yang disediakan BSI yaitu bertransaksi dapat dilakukan dengan satu gengaman saja yaitu digitalisasi yang tidak kalah saing dari bank lain.**

e. Apa dampak inovasi terbaru yang diterapkan bagi BSI?

➤ **Untuk meningkatkan dan mempertahankan nasabah**

f. Apakah inovasi terbaru yang disediakan BSI sudah dapat berjalan lancar?

➤ **Sudah lumayan**

2. Proses atau tahapan pelayanan yang dilakukan PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabahnya

a. Pelayanan apa saja yang BSI berikan kepada nasabah untuk membuat nasabah bertahan?

➤ **Kemudahan apa saja yang ditawarkan oleh BSI untuk memanjakan nasabahnya?dalam memberikan pelayanan frontliner yaitu Teller,CS dan security sebagai pelayanan terdepan dari pihak BSI yang sudah berusaha memberikan yang terbaik, baik itu dalam segi waktu dan dari segi berinteraksi dengan nasabh yang paling utama adalah digital service.**

- b. Bagaimana wujud kepedulian BSI terhadap nasabahnya?
- **Wujud kepeduliannya sama seperti digital service dimana BSI selalu menawarkan kemudahan kepada setiap nasabahnya. Nasabah tidak perlu scapek- capek datang aplikasi tersebut, pembukaan rekening, penutupan rekening, complain, dll.**
- c. Bagaimana sikap BSI dalam memberikan pelayanan kepada nasabah?
- **Kemudahan BSI berikan melalui digital service, yang dimana M- banking dengan aplikasi itu dapat dilakukan transaksi bisa dilakukan.**
- d. Apa kelebihan/ keunggulan dari BSI sehingga mampu bersaing dengan bank lainnya?
- **Selalu mengutamakan/ mempriorotaskan kepuasan pelayanan nasabah dengan memberikan senyum dengan tulus dan ramah kepada semua nasabah serta memahami, memahami keluhan dan permasalahan nasabah.**
3. Respon yang diberikan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
- a. Bagaimana pihak bank mampu menciptakan opini untuk dapat dipercaya oleh nasabah?
- **Menciptakan opini untuk dapat dipercaya nasabah dengan mempertimbangkan faktor : pelayanan, produk, promosi, lokasi dan paling utama keamanan. Karna kebutuhan dan keinginan nasabah berkaitan dengan sikap nasabah. Dan faktor yang sangat penting meningkatkan loyalitas nasabah.**
- b. Bagaimana bsi membentuk citra positif dimata nasabah?
- **Memberikan service/ pelayanan terbaik dengan membangun costumer intermesi agar nasabah merasa nyaman.**

- c. Bagaimana strategi keunggulan bersaing BSI dalam menciptakan dan membentuk rasa loyal bagi nasabah?
- **Sama saja yaitu dengan mengutamakan pelayanan yang terbaik kepada setiap nasabah agar mereka merasa puas dan nyaman akan pelayanan BSI.**
- d. Apakah nasabah selalu bertambah?
- **Iya**
- e. Apakah ada hambatan ketika melayani nasabah? bagaimana solusinya?
- **Ya, tentu saja ada , terutama nasabah yang usianya sudah lanjut arna mereka belum siap dalam menghadapi digitalisasi itu dan mereka kesusahan, karna anggapan mereka lebih mudah jika melakukan transaksi melalui teller dan cs secara langsung. Faktor internanya yaitu, Jaringan kantor bank syariah indoensia yang belum luas dan kecilnya market sharenya.**
4. Kualitas pelayanan yang di berikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
- a. Bagaimana BSI menarik minat nasabah untuk bergabung bersama BSI?
- **Strategi untuk menarik nasabah minat nasabah agar bergabung dalam BSI dengan melakukan segmentasi pasar, pengembangan produk serta melalui media online dalam pemasaran produk missal di instagram, facebook, WA.**
- b. Apa yang BSI lakukan untuk mendapatkan nasabah setiap tahunnya?
- **Sebagai mayoritas penduduk muslim terbanyak BSI membuat sosialisasi kepada masyarakat juga selalu berusaha memberikan kepuasan nasabah supaya terciptanya mouth to mouth antar nasabah.**

5. Produk dan Fasilitas yang disediakan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
- a. Produk apa saja yang paling banyak diminati oleh nasabah?
 - **Mudharabah, Wadiah, dan Deposito**
 - b. Fasilitas apa saja yang BSI tawarkan kepada nasabah?
 - **BSA/ link yang bisa digunakan nasabah tanpa harus dari BSI.**



Gambar 2. Wawancara Dengan Ibu Fauziah Selaku Customer Service PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.

STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI DIGITALISASI LAYANAN
PRODUK

**(Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Indonesia KC
Padangsidempuan)**

Daftar pertanyaan pihak BSI

Nama : Sri Wahyuni

No. Informan : 02

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 32 tahun

Jabatan : Manajer Operasional

1. Pengelolaan strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi PT. Bank Syariah KC Padangsidempuan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah
 - a. Apakah BSI menerapkan digitalisasi?
 - **Sudah , karna digitalisasi sudah menjadi suatu kewajiban.**
 - b. Bagaimana konsep strategi penerapan keunggulan bersaing digitalisasi tersebut? Dan apa saja bentuk digitalisasinya tersebut?
 - **Konsep strategi keunggulannya dengan mengutamakan peningkatan kepuasan nasabah, menggunakan digital marketing, menggunakan sosial media, memberikan pelayanan terbaik, bentuk digitalisasinya misalnya *M-Banking*.**
 - c. Bagaimana penerapan dalam meningkatkan dan mempertahankan jumlah nasabah di BSI?
 - **Upaya dengan meningkatkan pelayanan kepada nasabah, meyebar brosur ke masyarakat/ calon nasabah dan meningkatkan penggunaan digitalisasi perbankan syariah dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat terkait produk digital.**
 - d. Apa inovasi terbaru yang disediakan oleh pihak BSI?
 - **Keunggulan dari BSI yang utamanya bebas dari unsur riba dan menyediakan aplikasi-aplikasi digital yaitu *M- Banking***

- e. Apa dampak inovasi terbaru yang diterapkan bagi BSI?
 - **Sangat berdampak positif bagi nasabah dan BSI.**
 - f. Apakah inovasi terbaru yang disediakan BSI sudah dapat berjalan lancar?
 - **Iya**
2. Proses atau tahapan pelayanan yang dilakukan PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabahnya
- a. Pelayanan apa saja yang BSI berikan kepada nasabah untuk membuat nasabah bertahan?
 - **Memberikan pelayanan frontliner sebagai garda terdepan yang dimana Teller, CS, Security memberikan layanan terbaik kepada nasabah.**
 - b. Bagaimana wujud kepedulian BSI terhadap nasabahnya?
 - **Wujud kepeduliannya sama seperti digital service dimana BSI selalu menawarkan kemudahan kepada setiap nasabahnya supaya tidak perlu ke kantor BSI untuk transaksi lagi karna dengan aplikasi yang BSI sediakan sudah bisa melalui aplikasi tersebut, pembukaan rekening, penutupan rekening, dan komplain.**
 - c. Kemudahan apa saja yang ditawarkan oleh BSI untuk memanjakan nasabahnya?
 - **Kemudahan BSI berikan melalui digital service yang dimana M-Banking dengan aplikasi itu dapat dilakukan transaksi bisa dilakukan.**
 - d. Bagaimana sikap BSI dalam memberikan pelayanan kepada nasabah?
 - **Selalu mengutamakan/ memprioritaskan kepuasaan pelayanan nasabah dengan memberikan senyum dengan tulus dan ramah kepada semua nasabah serta memahami keluhan nasabah dan permasalahan nasabah.**

- e. Apa kelebihan/ keunggulan dari BSI sehingga mampu bersaing dengan bank lainnya?
- **Aplikasi-aplikasi yang disediakan BSI tidak kalah saing dengan bank- bank lainnya. Yang dimana yaitu M-Banking hanya dengan aplikasi itu kita dapat melakukan transaksi pembayaran Zakat, pajak, komplain.**
3. Respon yang diberikan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
- a. Bagaimana bsi membentuk citra positif dimata nasabah?
- **Memberikan service / pelayanan terkait dengan membangun costomer intermensi agar nasabah merasa nyaman.**
- b. Bagaimana strategi keunggulan bersaing BSI dalam menciptakan dan membentuk rasa loyal bagi nasabah?
- **Selalu mengutamakan pelayanan yang terbaik kepada setiap nasabah agar mereka dapat merasa puas dan nyaman akan pelayanan BSI.**
- c. Apakah nasabah selalu bertambah?
- **Iya**
- d. Apakah ada hambatan ketika melayani nasabah? bagaimana solusinya?
- **Jelas tentu ada, terutama nasabah yang usianya sudah lanjut usia karna mereka belum siap dalam menghadapi digitalisasi itu, dan mereka keususahan karna anggapan mereke lebih mudah mudah jika melakukan transaksi secara lansung ke kantor melalui Teller dan CS.**
4. Produk dan Fasilitas yang disediakan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
- a. Produk apa saja yang paling banyak diminati oleh nasabah?
- **Wadiah dan Mudharabah.**
- b. Fasilitas apa saja yang BSI tawarkan kepada nasabah?

- **BSI Mobile, ATM dan Wifi ketika nasabah ingin Pembukaan rekening baru.**



Gambar 3. Wawancara dengan ibu riri selaku manajer operasional
Pada tanggal 2 Desember 2023, Pukul 10.00 wib

STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI DIGITALISASI LAYANAN
PRODUK

**(Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Indonesia KC
Padangsidempuan)**

Daftar pertanyaan pihak BSI

Nama : Zulfikar

No. Informan : 03

Jenis Kelamin : Laki-laki

Usia : 54 tahun

Jabatan : Branch Manager

1. Pengelolaan strategi keunggulan bersaing melalui digitalisasi PT. Bank Syariah KC Padangsidempuan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah

- a. Apakah BSI menerapkan digitalisasi?
 - **Iya sudah, karena itu sudah termasuk kewajiban di era zaman sekarang.**
- b. Bagaimana konsep strategi penerapan keunggulan bersaing digitalisasi tersebut? Dan apa saja bentuk digitalisasinya tersebut?
 - **BSI membuat strategi keunggulan bersiang melalui digitalisasi dengan memprioritaskan pelayanan untuk kepuasan nasabah dengan menerapkan pelayanan prima dan menerapkan marketing mix dalam bagian pemasaran.**
- c. Bagaimana penerapan dalam meningkatkan dan mempertahankan jumlah nasabah di BSI?
 - **BSI melakukan pelayanan terbaik sesuai SLA atau standar kesesuaian, kecepatan dan ketepatan terhadap kebutuhan nasabah. Jika itu tidak sesuai akan terjadi masalah.**
- d. Apa inovasi terbaru yang disediakan oleh pihak BSI?
 - **Dengan menyediakan aplikasi- aplikasi terbaru untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi.**

- e. Apa dampak inovasi terbaru yang diterapkan bagi BSI?
 - **Sangat berdampak baik karna dengan inovasi dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan nasabah.**
 - f. Apakah inovasi terbaru yang disediakan BSI sudah dapat berjalan lancar?
 - **Masih kurang, karna masih adanya nasabah yang belum siap menerima layanan digitalisasi yang disediakan oleh BSI.**
2. Proses atau tahapan pelayanan yang dilakukan PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabahnya
- a. Pelayanan apa saja yang BSI berikan kepada nasabah untuk membuat nasabah bertahan?
 - **Selalu memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan SLA**
 - b. Bagaimana wujud kepedulian BSI terhadap nasabahnya?
 - **Dengan memberikan pelayanan terbaik serta memberikan pengertian kepada nasabah dengan baik.**
 - c. Kemudahan apa saja yang ditawarkan oleh BSI untuk memanjakan nasabahnya?
 - **Mobile Banking sangat memudahkan untuk bertransaksi dan ATM dapat melakukan penarikan uang.**
 - d. Bagaimana sikap BSI dalam memberikan pelayanan kepada nasabah?
 - **Menggunakan transaksi halal yang dimana BSI selalu mengklasifikasi pembiayaan yang diajukan oleh nasabah apakah itu halal atau tidak.**
 - e. Apa kelebihan/ keunggulan dari BSI sehingga mampu bersaing dengan bank lainnya?

3. Respon yang diberikan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
 - a. Bagaimana pihak bank mampu menciptakan opini untuk dapat dipercaya oleh nasabah?
 - **Menciptakan opini untuk dapat dipercaya nasabah dengan memepertimbangkan faktr pelayanan, produk, promowi dan paling utama keamanan karna kebutuhan dan keinginan nasabah berkaitan dengan sikap nasabah dan faktor yang sangat penting meningkatkan loyalitas nasabah.**
 - b. Bagaimana BSI membentuk citra positif dimata nasabah?
 - **SLA yang baik, IT yang bagus dan jaringan yang oke.**
 - c. Bagaimana strategi keunggulan bersaing BSI dalam menciptakan dan membentuk rasa loyal bagi nasabah?
 - **Menghubungi nasabah yang loyal dan memberikan pelayan terbaik.**
 - d. Apakah ada hambatan ketika melayani nasabah? bagaimana solusinya?
 - **Masih banyak nasabah yang masih belum paham dengan layana digital yang disediakan BSI.**
4. Produk dan Fasilitas yang disediakan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
 - a. Produk apa saja yang paling banyak diminati oleh nasabah?
 - **Wadiah, Mudharabah dan Deposito.**
 - b. Fasilitas apa saja yang BSI tawarkan kepada nasabah?
 - **BSI mbile, Mesin ATM, Dan Wifi ketika mau pembukaan rekening baru.**



Gambar 4. Wawancara dengan bapak Zulfikar selaku branch manager PT. Bank Syariah KC Padangsidempuan, 2 Desember 2023, Pukul 11. 00 Wib.

STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI DIGITALISASI LAYANAN
PRODUK

**(Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Indonesia KC
Padangsidempuan)**

Daftar pertanyaan pihak nasabah

Nama : Linda Sari Pohan

No. Informan : 04

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 45 tahun

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
 - a. Sejak kapan bapak/ibu menjadi salah satu nasabah BSI KC Padangsidempuan?
 - **Pada saat tahun 2020**
 - b. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh BSI KC Padangsidempuan?
 - **Pelayanannya baik, tapi kecepatannya perlu ditingkatkan karna kadang kalau mau ambil uang harus ke BSI langsung karna disitu baru ada mesin ATMnya.**
 - c. Apakah bapak/ibu pernah menyampaikan komplain terhadap pihak BSI?
 - **Kalau secara langsung belum pernah complain.**

- d. Pelayanan seperti apa yang ibu/bapak inginkan dari Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan?
- **Kecepatan dan ketepatannya agar ditingkatkan karena termasuk lambat.**
2. Produk dan fasilitas yang disediakan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
- a. Jenis produk apa yang ibu/bapak gunakan di BSI?
- **Tabungan mudharabah.**
- b. Fasilitas apa yang menurut ibu/bapak kurang memadai di BSI?
- **Tempat duduk buat antrian terlalu sedikit.**
- c. Apakah ibu/bapak merasa puas dengan fasilitas yang disediakan oleh BSI?
- **Kurang puas.**
3. Kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
- a. Apakah produk yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan sudah sesuai dengan kebutuhan bapak/ibu?
- **Agak cocok.**
- b. Apakah kemudahan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan kepada bapak/ibu?
- **Kemajuan teknologi yang disediakan (Digital Banking) BSI cukup membantu dalam bertransaksi apalagi rumah agak jauh dari BSI.**
- c. Apakah bapak/ibu sudah merekomendasikan Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan kepada kerabat atau rekan-rekan bapak/ibu?
- **Sudah terutama pada keluarga dekat dan kerabat- kerabat saya.**
- d. Bagaimana penilaian bapak/ibu terhadap hubungan dan interaksi dengan PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan?
- **Termasuk baik.**

e. Menurut bapak/ibu apakah sistem keamanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah KC Padangsidempuan sudah aman?

➤ **Masih kurang aman dikarenakan baru saja terjadi gangguan sistem keamanan BSI.**

f. Bagaimana pendapat ibu terhadap keramahan dan kenyamanan yang diberikan oleh karyawan PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan?

➤ **Security, Teller dan CS baik dan ramah.**



Gambar 5. Wawancara Dengan Ibu Linda Sari Pohan Selaku Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.

STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI DIGITALISASI LAYANAN
PRODUK

**(Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Indonesia KC
Padangsidempuan)**

Daftar pertanyaan pihak nasabah

Nama : Gongna Hirayani Siregar

No. Informan : 05

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 30 tahun

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan

- a. Sejak kapan bapak/ibu menjadi salah satu nasabah BSI KC Padangsidempuan?
 - **Sejak Tahun 2021**
 - b. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh BSI KC Padangsidempuan?
 - **Pelayana yang diberikan cukup baik, tetapi kadang kala Mesin ATM suka rusak apalagi jaringannya.**
 - c. Apakah bapak/ibu pernah menyampaikan komplain terhadap pihak BSI?
 - **Kalau secara lansung belum pernah sih**
 - d. Pelayanan seperti apa yang ibu/bapak inginkan dari Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan?
 - **Kalau bisa Mesin ATMnya diperbanyak lagi sih**
2. Produk dan fasilitas yang disediakan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
- a. Jenis produk apa yang ibu/bapak gunakan di BSI?
 - **Pembiayaan Wadiah**
 - b. Fasilitas apa yang menurut ibu/bapak kurang memadai di BSI?
 - **Mesin ATMnya , kursi dan ruangan priorynya harusnya di lantai bawah agar nasabah yang sudah lanjut usia tidak kewalahan harus menaiki tangga lagi.**
 - c. Apakah ibu/bapak merasa puas dengan fasilitas yang disediakan oleh BSI?
 - **Lumayan merasa puas dengan fasilitas yang disediakan oleh pihak BSI.**
3. Kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan
- a. Apakah produk yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan sudah sesuai dengan kebutuhan bapak/ibu?
 - **Cukup sesuai sih.**

- b. Apakah kemudahan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan kepada bapak/ibu?
- **Iya, terutama pada keluarga saya.**
- c. Apakah bapak/ibu sudah merekomendasikan Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan kepada kerabat atau rekan-rekan bapak/ibu?
- **Baik.**
- d. Menurut bapak/ibu apakah sistem keamanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah KC Padangsidempuan sudah aman?
- **Kurang, karna pada saat adanya kasus gangguan sistem keamanan pada BSI jadi saya merasa agak khawatir.**
- e. Bagaimana pendapat ibu terhadap keramahan dan kenyamanan yang diberikan oleh karyawan PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan?
- **Cukup baik.**



Gambar 6. Wawancara Dengan Ibu Gongna Hirayani Siregar Selaku Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.