

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang Perbankan,dengan menggunakan prinsip Syariah sesuai dengan undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah yang didalamnya berisi tentang prinsip, fungsi dari Bank Syariah. PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) resmi melayani seluruh nasabah dan masyarakat Indonesia dengan *single system* per 1 November 2021. Hal ini menandai tahap akhir dari proses migrasi nasabah serta awal baru bagi dunia perbankan syariah di Indonesia.

Bank Syariah adalah jawaban dari kebutuhan masyarakat dalam mewujudkan sistem perbankan yang sesuai syariah, pemerintah telah mengakomodasikan kebutuhan tersebut ke dalam Undang-Undang yang baru. UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan secara implisit telah membuka peluang kegiatan usaha perbankan yang mempunyai landasan operasional bagi hasil yang secara detail dijabarkan dalam peraturan Pemerintah No. 72 tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Dengan keluarnya ketentuan perundang-undangan tersebut maka dapat dikatakan dimulainya era sistem perbankan ganda (*Dual Banking System*) di Indonesia. Kemudian pada tahun 1998 dikeluarkan UU 64 dan 65 No. 10 Tahun 1998 yang dijadikan amandemen dari UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan yang memberikan landasan hukum yang lebih kuat bagi keberadaan sistem perbankan syariah. Pada tahun 1999 dikeluarkan UU No. 23 tentang Bank Indonesia yang memberikan kewenangan kepada Bank Indonesia untuk dapat pula menjalankan tugasnya berdasarkan prinsip syariah. Industri perbankan syariah berkembang lebih cepat setelah kedua perangkat perundang-undangan tersebut diberlakukan.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi di era digital yang sangat pesat mempengaruhi pola pikir masyarakat dalam menggunakan berbagai layanan elektronik yang ada dengan lebih mudah. Selain itu, perkembangan teknologi dapat membuka peluang- peluang baru dari keterbatasan-keterbatasan di lingkungan bisnis. Perkembangan teknologi mendorong perusahaan-perusahaan untuk mengembangkan strategi yang nantinya dapat meraih keuntungan pasar. Salah satu perkembangan

teknologi yang sedang dibahas pada penelitian ini adalah *Financial Technology (FinTech)*.

Fintech merupakan salah satu inovasi di bidang financial yang mengacu pada teknologi modern (Wulanata, 2017). Latar belakang munculnya Fintech adalah ketika terjadi suatu masalah dalam masyarakat yang tidak dapat dilayani oleh industri keuangan dengan berbagai kendala. Diantaranya adalah peraturan yang terlalu ketat seperti halnya di bank serta keterbatasan industri perbankan dalam melayani masyarakat di daerah tertentu. Dengan demikian (Ansori, 2019) masyarakat yang jaraknya jauh dari akses perbankan cenderung belum bisa terlayani oleh perbankan. Teknologi keuangan (*fintech*) muncul dengan perkembangan teknologi informasi, termasuk internet, *smartphone*, dan *big data analytics*, yang memungkinkan distribusi layanan keuangan lebih cepat dan lebih murah. *Fintech* menghadirkan tantangan bagi lembaga keuangan incumbent karena menawarkan layanan alternatif bagi masyarakat pasca krisis keuangan global (Batunanggar, 2019).

Hal ini juga dipengaruhi oleh munculnya COVID-19 yang menyebabkan ketergantungan pelaku usaha terhadap teknologi digital tidak pernah sebesar seperti saat ini. Dalam melayani beberapa klien, jelas bahwa mereka bermaksud memanfaatkan saluran digital untuk melengkapi dan memperkuat hubungan mereka dengan pelanggan mereka. Dengan demikian, transformasi digital harus mendorong hasil yang positif: apakah itu menyederhanakan proses, memanfaatkan data, atau membentuk cara baru dalam menjalankan bisnis, sehingga dapat mengintegrasikan setiap bagian dari perusahaan untuk mencapai tujuan yang sama (Hernandez dalam Elnita, Ernita Arif, 2019).

Transformasi digital merupakan implementasi teknologi digital untuk meningkatkan pelayanan dalam suatu usaha melalui perubahan layanan dari proses manual ke proses digital atau melakukan pergantian teknologi yang lama dengan teknologi yang lebih baru (Rerung, 2018). Solusi digital bertujuan untuk mencapai otomatisasi yang efisien dan inovasi dan kreativitas baru (Lankshear & Knobel dalam Karyani et al., 2021). Transformasi digital mengharuskan organisasi untuk berubah dengan cara yang lebih profesional. Penggunaan teknologi informasi pada sektor perbankan yang terus meningkat menjadikan bank memasuki era perbankan digital. Perkembangan digital yang cukup pesat ini tidak lepas dari peran penggunaan internet di Indonesia (Sukma, 2019). Badan Pusat Statistik (BPS) melalui Survei

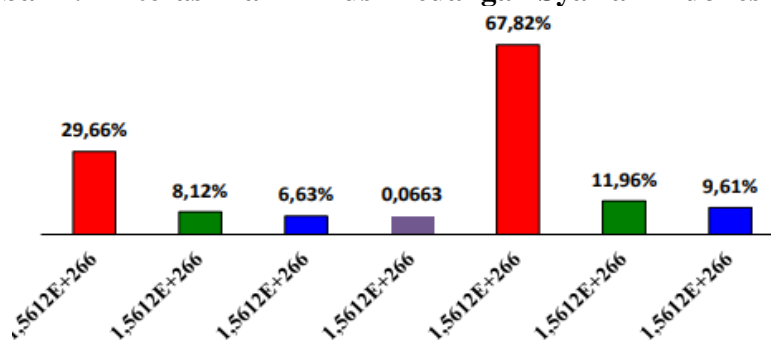
Sosial Ekonomis Nasional (Susenas) Tahun 2020 menyatakan bahwa sebanyak 53,73% populasi Indonesia telah mengakses internet sepanjang tahun 2020. Hal tersebut meningkat cukup signifikan dari tahun 2016 yang hanya tercatat sebanyak 25,37 % (BPS, 2021).

Transformasi penggunaan digital di perbankan dinilai sedikit terlambat dibandingkan dengan negara-negara lainnya (Winasis & Riyanto, 2020). Bank Indonesia menilai bahwa aksi ekonomi digital yang diwujudkan oleh industri perbankan masih dalam tahap pengembangan. Hal ini dikarenakan rendahnya minat masyarakat untuk beralih pada inovasi ekonomi digital (LSPP, 2018). Tercatat masih sekitar 35% dari masyarakat Indonesia yang telah menggunakan jasa keuangan digital. Selain rendahnya minat masyarakat dalam menyikapi pembaruan ekonomi digital ini, alasan lainnya muncul berupa kekhawatiran akan keamanan informasi di ruang digital (LSPP, 2018).

Banyak perusahaan yang menerapkan dan memanfaatkan transformasi digital dalam meningkatkan kemajuan perusahaannya. Hal ini juga dilakukan oleh perusahaan keuangan seperti bank yang ada di Indonesia. Bank Syariah Indonesia adalah bank di Indonesia yang bergerak di bidang perbankan syariah. Bank ini merupakan hasil penggabungan antara Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Perbankan syariah di Indonesia dinilai mulai bergerak aktif sejak tahun 2008. Pada saat itu, perbankan syariah berhasil mencapai angka target sebesar Rp 50 triliun (Syukron dalam Husna, 2020). Dampak adanya pencapaian ini membuat perbankan syariah sangat dikenal di kancah ASEAN, meskipun terhitung sedikit lambat dari negara tetangga. Kiat-kiat strategis dijalankan secara aktif, meliputi konsep *positioning differentiation* dan *branding* yang dilakukan oleh sejumlah perbankan syariah. Bank syariah berusaha untuk dapat menerapkan kaidah Islam dan etika bisnis sebijak mungkin untuk mendapatkan meningkatkan taraf kepercayaan publik (Putritama, 2018). Perbankan syariah memiliki peranan yang sangat penting yang tercermin dari *market share* inklusi keuangan syariah yang menempati posisi tertinggi dengan komposisi sebesar 9,06% sehingga digitalisasi pada produk bank syariah diyakini dapat menambah jumlah nasabah bank syariah dan secara langsung akan ikut meningkatkan indeks literasi dan inklusi keuangan syariah (Aripin et al., 2022).

Sementara itu, salah satu agenda pemangku kepentingan ekonomi Syariah Indonesia untuk memajukan kemandirian dan menjadikan pusat ekonomi Syariah dunia adalah pemanfaatan dan penguatan *platform* ekonomi digital dalam hal perdagangan (*e-commerce, market place*) dan keuangan (teknologi finansial/tekfin) (Komite Nasional Keuangan Syariah, 2018). Dalam perkembangannya dalam transformasi digital bank Syariah Indonesia masih perlu menemukan kebijakan dan strategi yang tepat dalam meningkatkan market share dalam bentuk *platform* digitalnya. Kurangnya sosialisasi terkait tentang Bank Syariah ini menjadi salah satu faktor penyebab masyarakat enggan menggunakan Bank Syariah (Nur, 2021). Berikut ini adalah data yang menunjukkan Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah Indonesia :

Gambar 1.1 Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah Indonesia



Sumber : (Hidayatullah & Puryandani, 2022)

Berdasarkan survei Otoritas Jasa Keuangan tahun 2016 bahwa indeks literasi keuangan syariah Indonesia sebesar 8,12% dan indeks inklusi keuangan syariah Indonesia sebesar 11,96%. Dari aspek kelembagaan perbankan syariah, menunjukkan bahwa indeks literasi perbankan syariah sebesar 6,63% dan indeks inklusi perbankan syariah sebesar 9,61%, kedua tingkat indeks tersebut masih rendah di dibandingkan dengan indeks literasi dan inklusi perbankan secara nasional. Semakin tinggi tingkat literasi masyarakat terhadap konsep dan prinsip dasar ekonomi dan keuangan syariah, semakin besar permintaan masyarakat terhadap jasa dan produk keuangan syariah sehingga akan dapat mendukung dan mendorong pertumbuhan kinerja perbankan syariah (Hidayatullah & Puryandani, 2022).

Hal ini tidak selaras dengan posisi Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar dan sangat berpotensi untuk menjadi pusat ekonomi dan keuangan syariah dunia. Hal ini tercermin dari posisi Indonesia di tahun 2020 yang berada pada peringkat kedua di dunia pada *Islamic Finance Development Indicator*

(IFDI) Indeks, yakni indeks untuk mengukur perkembangan industri keuangan syariah. Bahkan sebelumnya pada tahun 2019, *Global Islamic Finance Report* (GIFR) memberikan nilai *Islamic Finance Country Index* (IFCI) Indonesia di peringkat berada diangka 9,01% menunjukkan bahwa tidak semua yang telah menggunakan produk dari industri keuangan telah memahami dengan baik tentang fungsi dan manfaat suatu produk dari industri jasa keuangan syariah. Indeks literasi dan inklusi keuangan syariah pada beberapa periode survey tidak mengalami peningkatan yang signifikan (Atikah dalam Aripin et al., 2022).

Fenomena yang terjadi berdasarkan prasurvey yang telah peneliti lakukan pada *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia* (MPESI) Tahun 2019-2024 diketahui bahwa pencapaian pangsa pasar perbankan syariah Indonesia selama 20 tahun masih berada di angka 5%, walaupun sudah dilakukan berbagai upaya yang dilakukan pemangku kepentingan melalui kebijakan-kebijakan dalam rangka meningkatkan pangsa pasar sesuai dengan yang ditargetkan. Beberapa hal yang dapat dikemukakan menyangkut permasalahan pada perbankan syariah di Indonesia, antara lain sebagai berikut (Komite Nasional Keuangan Syariah, 2018):

1. Potensi pasar yang cukup besar tidak dibarengi dengan pertumbuhan pangsa pasar yang besar, mengingat mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam.
2. Kondisi SDM perbankan syariah, baik dari sisi kuantitas maupun kualitas, serta teknologi informasi yang belum dapat mendukung pengembangan produk dan layanan (Roadmap Perbankan Syariah 2018- 2019).
3. Berdasarkan data statistik perbankan Indonesia periode Desember 2014 sampai Mei 2017, jika dibandingkan kinerja perbankan syariah dengan perbankan konvensional, dalam berbagai ukuran penilaian kinerja industri perbankan, yaitu CAR, ROA, BOPO, LDR/FDR, NIM/NOM, NPL/NPF berada dibawah kinerja konvensional.
4. Upaya perbaikan regulasi belum maksimal sehingga masih harus terus menerus dilakukan agar terjadi keselarasan dalam operasional perbankan syariah dengan kondisi-kondisi yang terus berubah dalam perekonomian secara makro.
5. Aspek penelitian dan pengembangan yang masih harus terus dikembangkan untuk mengetahui kondisi terbaru, baik menyangkut peluang, tantangan, maupun kelebihan dan kekurangan yang dimiliki.

6. Edukasi dan sosialisasi yang belum inklusif dan menyentuh masyarakat luas sehingga harus terus dilakukan agar pertumbuhan dan keberlangsungan industri keuangan dan perbankan syariah dapat sesuai yang ditargetkan.

Menurut Ana et al. (2022) kondisi sektor perbankan syariah lebih dulu memburuk dibandingkan dengan sektor perbankan konvensional. Dalam kondisi pandemi, perbankan syariah harus menciptakan strategi bisnis sendiri yang berbeda dengan kondisi normal. Faktor-faktor berikut telah mempengaruhi perluasan Industri Perbankan Syariah adalah penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam, cakupan jaringan yang baru mencapai 55 persen kota/kabupaten di Indonesia, modal awal yang rendah, dan produk perbankan yang minim. Jika bank syariah di Indonesia tidak segera mengeksekusi model strategis yang tepat, potensi pasar dalam negeri akan diambil alih oleh bank konvensional dan pesaing dari negara asing (Mas'ud et al., 2022). Data otentik pertumbuhan industri *FinTech* di Indonesia tersebut jelas menunjukkan potensi bagi industri perbankan yang sudah mapan, baik perbankan konvensional maupun syariah yang harus direspon secara cepat dalam berbagai aspek *benefit, opportunities, cost* dan *risk*. Hanya saja, reaksi industri perbankan syariah terhadap industri *Fintech* dan dampak potensialnya sangat lambat dibandingkan dengan industri perbankan konvensional (Ali et al., 2019).

Fenomena yang tengah dihadapi perbankan syariah yaitu sulitnya menembus pangsa pasar yang sebenarnya sangat besar bagi industri perbankan syariah. Kondisi seperti berjalan ditempat saja. Oleh karena itu, sudah sejak lama Bank Indonesia menargetkan *market share* 5% dari total aset perbankan nasional yang merupakan implementasi cetak biru visi pengembangan perbankan syariah Indonesia. Namun berdasarkan data statistik perbankan (Nadia et al., 2019). Sesungguhnya Sistem Ekonomi Islam bersifat universal dan dapat digunakan oleh siapapun tidak terbatas pada pemeluknya, dalam bidang apapun serta tidak dibatasi oleh ruang waktu ataupun zaman sesuai dalam kondisi apapun asalkan tetap berpegang pada kerangka kerja atau acuan norma syara' yang merupakan landasan hukum yang lengkap dalam mengatur segala aspek lini kehidupan, dan khususnya di bidang ekonomi. Namun kenyataannya sangat disayangkan perkembangan bank syariah di Indonesia terkesan agak lambat karena kurang dikelola secara profesional. Kurang berkembangnya bank syariah terletak pada umatnya sendiri, karena masih ada umat Islam belum paham ekonomi Islam ataupun tidak mempraktekkannya dalam bertransaksi bisnis dan

keuangan sehari-hari, merasa takut menjadi miskin karenanya. Untuk itu dalam penelitian ini penulis memakai *Grand Theory* manajemen strategi digital untuk menjawab strategi apa saja yang dipakai Bank Syariah Indonesia untuk meningkatkan *Market Share*. Dimana *digital marketing* merupakan perwujudan dari penerapan, penggunaan atau pemanfaatan dari teknologi dari proses pemasaran.

Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI)

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal *matter* serta dukungan *stakeholder* yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah bank syariah. Bank syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya bank syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan bank syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi 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 umat, 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 memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*).

Berdirinya BSI adalah bukti dari adanya perkembangan ekonomi dan keuangan syariah. Semakin cepat respon atas Bank Syariah Indonesia, maka dampaknya pada kesejahteraan masyarakat bisa segera dirasakan. Secara umum, perbankan syariah memang berpeluang meningkatkan kesejahteraan Indonesia pada saat ini dan masa mendatang. Indonesia berada di peringkat 10 pada tahun 2018, peringkat 5 pada tahun 2019 dan berada di peringkat 4 pada tahun 2020. *Asset* bank syariah naik 10,9% dibandingkan konvensional sebesar 7,7%. Kenaikan juga terjadi pada dana pihak ketiga sebesar 11,56% dibandingkan dengan konvensional sebanyak 11,49%. Pembiayaan pada bank syariah naik menjadi 9,42%, yang lebih besar daripada perbankan konvensional sebesar 0,55%. Sebagai bentuk layanan perbankan, Bank Syariah Indonesia harus bersifat *universal* dan inklusif. Artinya, bank bisa melayani semua orang tanpa batasan agama dan kepercayaan. Untuk menarik minat semua orang terutama generasi muda, Bank Syariah Indonesia harus mampu memaksimalkan teknologi digital. Pemanfaatan teknologi terlihat dalam produk dan layanan yang bersifat kompetitif serta memenuhi kebutuhan semua konsumen. Apabila Bank Syariah Indonesia mampu menyediakan layanan tersebut, generasi muda mungkin akan sangat tertarik dan memilih bank syariah. Yang selanjutnya Indonesia menjadi pemimpin perbankan syariah dan makin sejahtera.

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank hasil *merger* dari 3 bank, yakni BNI Syariah, BRI Syariah, dan Mandiri Syariah, dimana dengan adanya merger ini diharapkan akan bisa meningkatkan pasar keuangan syariah di Indonesia yang memiliki potensi besar.

1. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)

- a. Visi: Top 10 Global Islamic Bank
- b. Misi:
 - 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan *asset* (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
 - 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Menjadi Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

2. Budaya Bank Syariah Indonesia (BSI)

Budaya Perusahaan yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia yaitu **“AKHLAK”**

- a. Amanah, yaitu memegang teguh kepercayaan yang diberikan
- b. Kompeten, yaitu terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
- c. Harmonis yaitu saling peduli dan menghargai perbedaan.
- d. Loyal yaitu berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara.
- e. Adaptif yaitu terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
- f. Kolaboratif yaitu membangun kerja sama yang sinergis.

3. Produk dan Layanan Bank Syariah Indonesia (BSI)

- a. Produk Tabungan
 - 1) Giro Rupiah
 - 2) Giro Valas
 - 3) Tabungan Pelajar
- b. Haji dan Umroh
 - 1) BSI Tabungan Haji Indonesia
 - 2) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia
- c. Pembiayaan
 - 1) BSI Griya Hasanah
 - 2) BSI Mitra Beragun Emas (Non Qardh)
 - 3) BSI Multiguna Hasanah
 - 4) BSI Pensiun Berkah
 - 5) Mitraguna *Online*
 - 6) Mitraguna SiMuda
- d. Investasi
 - 1) Deposito Rupiah
- e. Transaksi

- 1) BSI Giro Rupiah
- f. Emas
- 1) BSI Cicil Emas
 - 2) BSI Gadai Emas
- g. Bisnis
- 1) BSI Giro Optima
 - 2) BSI Pembiayaan Investasi
 - 3) BSI Pembiayaan *Multifinance*
- h. Prioritas
- 1) BSI Prioritas
 - 2) Mitraguna Berkah
- i. *Trade Finance and Service*
- 1) *Buyer Financing*
 - 2) *Distributor Financing*
 - 3) *Supplier Financing*
- j. *Digital Banking*
- 1) BSI *Mobile*
 - 2) Buka Rekening *Online*
 - 3) Solusi Emas
 - 4) BSI QRIS
 - 5) BSI *Cardless Withdrawal*
 - 6) BSI *Debit Card*
 - 7) BSI *Debit OTP*
 - 8) BSI *ATM CRM*
 - 9) BSI *Aisyah*
 - 10) BSI *Net*
 - 11) BSI *JadiBerkah.id*
 - 12) BSI *Merchant Business*
 - 13) BSI *API Platform*
 - 14) BSI *Smart Agent*
 - 15) BSI *Payment Point*
- k. Kartu

- 1) Kartu Pembiayaan
 - a) BSI Hasanah *Card Clasic*
 - b) BSI Hasanah *Card Gold*
 - c) BSI Hasanah *Card Platinum*
- 2) Kartu Debit
 - a) BSI Debit GPN
 - b) BSI Debit OTP
 - c) BSI Debit Visa
 - d) Kartu BSI Debit Sabi
 - e) Kartu BSI Debit SimPel
 - f) Kartu Haji BSI Visa 1

Berdasarkan masalah yang terjadi, bank Syariah Indonesia memiliki cukup banyak pesaing apalagi pesaing dari bank konvensional. Oleh karena itu, bank harus bisa mengoptimalkan strateginya dalam meningkatkan jumlah nasabah supaya dapat bersaing dengan lembaga keuangan yang lainnya. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah adalah menggunakan strategi *market share* dengan memadukan komponen-komponen *marketing mix*, komponen-komponen tersebut adalah strategi promosi, strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi *service*. Untuk melihat lebih jauh tentang bagaimana Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan *market share* maka penulis perlu melakukan penelitian terhadap Bank Syariah Indonesia, secara khusus penelitian ini dibatasi pada bank Syariah Indonesia, bank Syariah Indonesia harus memiliki strategi untuk berkompetensi dalam merebut pasar yaitu dengan menyusun strategi-strategi apa saja yang harus dilakukan bank Syariah Indonesia. Berdasarkan uraian fenomena yang terjadi pada perusahaan keuangan yaitu Bank Syariah Indonesia menarik peneliti untuk mengkaji mengenai **“Formulasi strategi Peningkatan *Market Share* melalui Penerapan *Digital Platform* di Bank Syariah Indonesia”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka peneliti memberikan beberapa rumusan masalah terkait dengan fenomena yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pemanfaatan *digital platform* Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan *market share*?
2. Bagaimana strategi Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan *market share* melalui pemanfaatan *digital platform*?
3. Bagaimana menciptakan strategi yang lebih baik di Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan *market share*?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pemanfaatan *digital platform* Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan *market share*.
2. Untuk mengetahui strategi Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan *market share* melalui pemanfaatan *digital platform*.
3. Untuk menciptakan strategi yang lebih baik di Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan *market share*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat-manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis
Memberikan kontribusi pemikiran dalam bentuk dokumen pada penelitian yang memiliki keterkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini, selain itu menambah ilmu pengetahuan pembaca mengenai penerapan *digital platform* pada transformasi digital bank dalam meningkatkan *market share* di Indonesia.
2. Secara praktis
Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan yang dapat membangun bagi:
 - a. Peneliti, dengan adanya penelitian ini penerapan *digital platform* pada digital bank dalam meningkatkan *market share*, maka diharapkan hal ini menjadi wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti dalam mengetahui sistem dan strategi yang digunakan oleh bank yang ada di Indonesia.
 - b. Bank Syariah Indonesia, menjadi rekomendasi bagi perusahaan keuangan seperti bank dalam menerapkan strategi dan sistem penggunaan *platform digital* dalam memajukan perusahaan khususnya peningkatan pada

market share di Indonesia. Selain itu, Bank Syariah Indonesia dapat merumuskan strategi manajemen baru dari kebijakan pelayanan terhadap konsumen maupun pengembangan *digital platform* baik sarana maupun prasarana seperti penyempurnaan fasilitas. Dengan demikian pihak bank dapat membuat program yang lebih efektif terkait strategi penggunaan *digital platform* dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa Data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan

kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.