

INKLUSI KEUANGAN PERBANKAN SYARIAH BERBASIS *DIGITAL -BANKING: ANALYTICAL TOOLS* DAN ANALISIS SWOT

Indar Fauziah Ulfah

Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang
indar@unis.ac.id

Yosi Safri Yetmi

Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang
ysyetmi@unis.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.33592/jeb.v26i2.1044>

Abstract

This study aims to see the phenomenon of financial technology on financial inclusion in Islamic banking. By looking at Indonesia's challenges with the majority of the population being Muslim but having a low Islamic financial literacy index of 8.11% and an Islamic financial inclusion index of 11.06% (OJK: 2016), and seeing the development of a very low market share of 5.92% as of September 2018, with the development of the digital revolution era 4.0, it has become a challenge in increasing Islamic financial inclusion which will have an impact on the productivity and market share of Islamic banking. So it is important to answer this challenge by optimizing Islamic banking services, especially Digital-Banking-based services so that they are able to reach people who have had difficulty accessing Islamic banking and maximize Digital-Banking by creating services that are effective, efficient, safe, closer to the community and easier to apply at an affordable cost and fast. This research is a qualitative research by taking secondary data through library research. Based on the SWOT (Strength-Weakness-Opportunity-Threat) analysis in this study, it can be concluded that Digital Banking can increase Islamic financial inclusion through various strategies in the analysis of internal and external SWOT factors.

Keyword: *Digital Banking, Sharia Bank, Financial Inclusion*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat fenomena *financial technology* terhadap inklusi keuangan di perbankan syariah. Dengan melihat tantangan Indonesia dengan mayoritas penduduk beragama Islam namun memiliki indeks literasi keuangan syariah yang masih rendah yakni sebesar 8,11% dan indeks inklusi keuangan syariah sebesar 11,06% (OJK:2016), serta melihat perkembangan *market share* yang masih sangat rendah sebesar 5,92% per September 2018, dengan berkembangnya era revolusi digital 4.0 menjadi tantangan dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah yang akan berdampak pada produktivitas dan pangsa pasar perbankan syariah.

Maka penting untuk menjawab tantangan ini dengan mengoptimalkan jasa layanan perbankan syariah terutama layanan berbasis *Digital-Banking* agar

mampu menjangkau masyarakat yang selama ini sulit mengakses perbankan syariah serta memaksimalkan *Digital-Banking* ini dengan menciptakan layanan yang efektif, efisien, aman, lebih dekat dengan masyarakat serta lebih mudah diaplikasikan dengan biaya yang terjangkau dan cepat. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan mengambil data sekunder melalui studi kepustakaan. Berdasarkan analisis SWOT (Strength-Weakness-Opportunity-Threat) dalam penelitian ini dapat disimpulkan *Digital Banking* dapat meningkatkan inklusi keuangan syariah melalui berbagai macam strategi dalam analisis faktor internal dan eksternal SWOT

Keyword: *Digital Banking*, Bank Syariah, Inklusi Keuangan

A. Pendahuluan

Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan keuangan syariah di masa mendatang, diprediksikan Indonesia mampu menjadi pusat pengembangan keuangan syariah di dunia, mengingat Indonesia secara demografis memiliki penduduk muslim terbesar di dunia, dan telah dibekali dengan berbagai macam perangkat regulasi yang mendukung pengembangan keuangan syariah, diantaranya UU no 21 tahun 2008 mengenai perbankan syariah, fatwa DSN –MUI yang saat ini sudah berjumlah 124 fatwa, serta sejumlah regulasi bagi lembaga keuangan nonbank syariah.

Perkembangan keuangan syariah diawali dengan berdirinya bank muamalat Indonesia pada tanggal 2 Mei 1992 maka, perbankan syariah merupakan institusi penting dalam parameter pengembangan keuangan syariah mengingat fungsinya sebagai lembaga intermediasi yang mampu

menjangkau ke lapisan masyarakat, namun banyaknya hambatan masyarakat untuk bisa merasakan manfaat akses perbankan syariah membuat pangsa pasar tidak berkembang sesuai yang diharapkan, pangsa pasar masih terus bergerak lambat selama 3 dekade terakhir, dan belum bisa menembus angka di atas 10 %, saat ini pangsa pasar perbankan syariah tercatat 5,70% pada pertengahan 2018 dengan pangsa pasar keuangan syariah secara keseluruhan sebesar 8,47%. (OJK:2018).

Saat ini perbankan syariah berjumlah 13 bank umum syariah, 21 unit usaha syariah dan 143 BPRS, serta jumlah jaringan saat ini 1.737 kantor pada tahun 2011 menjadi 2.613 pada tahun 2018. Dengan total aset yang cukup besar Rp 444,43 Triliun triliun pada tahun 2018, serta jumlah nasabah dana pihak ketiga 348,38 Triliun dengan jumlah rekening 27,27 juta.

Teknologi Informasi (TI) merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari

operasional Bank syariah mengingat perannya yang sangat vital dalam kegiatan perbankan. Menyadari pentingnya peranan TI dan semakin ketatnya kompetisi antar bank maka Bank syariah dari waktu ke waktu senantiasa menyempurnakan penggunaan TI sehingga perkembangannya cukup dinamis. Awalnya TI digunakan sebagai sarana pendukung sebagian operasional Bank, namun saat ini TI menjadi salah satu bagian utama Bank untuk mendukung hampir seluruh layanan Bank sehingga dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara jasa internet indonesia (APJII) memaparkan hasil survei menyatakan pengguna internet di indonesia meningkat menjadi 143,26 juta jiwa atau setara 54,7 persen dari total populasi penduduk di Indonesia angka yang sangat tinggi dan menjadi parameter semakin mudahnya akses kepada internet.

Layanan perbankan berbasis TI yang umumnya dikenal sebagai *electronic banking* (*e-banking*), memudahkan nasabah untuk melaksanakan transaksi keuangan melalui berbagai *delivery channel* antara lain *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Electronic Data Capture (EDC)*, *internet banking*, *Short Messaging Service (SMS) banking*, *phone banking*, maupun *mobile banking*.

Perkembangan terbaru telah diimplementasikan layanan perbankan digital seperti tarik tunai tanpa kartu, kartu virtual, bahkan kredit digital.

Layanan *mobile banking* memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan layanan *e-banking* lainnya. Mengingat *mobile banking* dapat digunakan di mana saja dan kapan saja dengan fitur yang beragam, mulai dari transaksi pembayaran, pembelian, transfer, hingga penarikan tunai tanpa kartu di mesin ATM.

Meningkatnya transaksi melalui *mobile banking channel*, berdampak pada penurunan jumlah transaksi yang dilakukan nasabah melalui ATM dan kantor cabang. Hal ini menunjukkan adanya perubahan perilaku dan kebiasaan nasabah yang mulai mengarah kepada transaksi *e-banking* melalui perangkat digital yang memberikan kemudahan bagi nasabah.

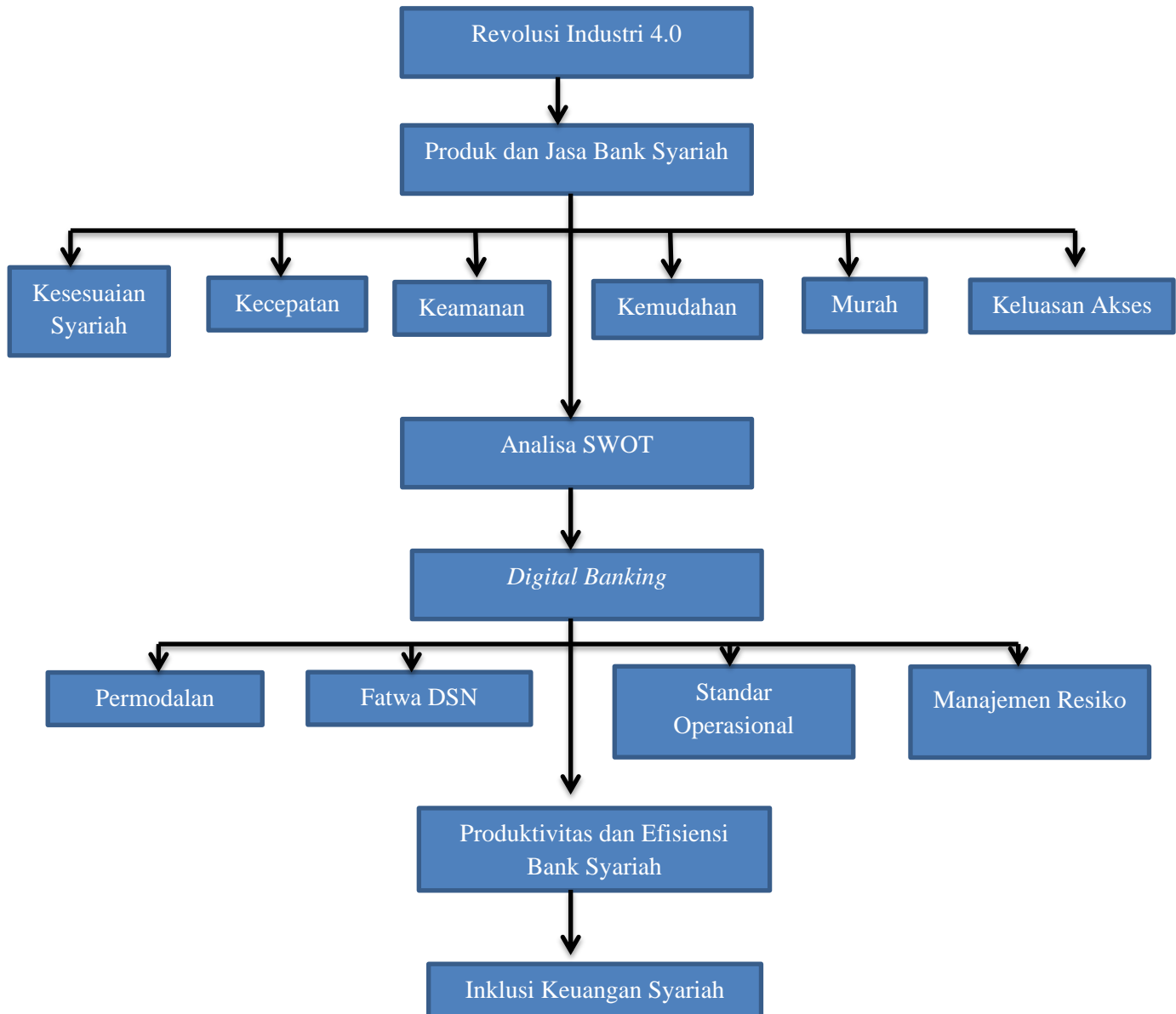
Beberapa bank bahkan telah merintis kantor cabang digital. Beberapa bank konvensional yang aktif membuka cabang digital di antaranya Bank Mandiri, BNI, Bukopin BRI, CIMB Niaga, BTN, OCBC NISP dan BTPN. Khusus kredit digital telah digarap oleh BNI, Commonwealth, dan BTN Properti.

Berdasarkan pengamatan satu tahun terakhir, Bank syariah yang sedang bersiap menggarap cabang digital antara lain CIMB Niaga Syariah, BRI Syariah, serta BNI Syariah. Namun masih banyak masalah yang dihadapi perbankan syariah dalam memulai menggarap cabang digital ini yaitu besaran dana investasi pengembangan teknologi dan membangun infrastruktur pendukung layanan cabang digital dan fatwa dan regulasi yang belum kondusif. Misalnya, produk kartu virtual atau kredit virtual. Tanpa penyesuaian fatwa, bank syariah akan sulit masuk segmen digital banking.

Saat ini Otoritas jasa keuangan (OJK) dalam roadmap pengembangan keuangan syariah indonesia 2017-2020 mencatat misi diantaranya yakni meningkatkan inklusi produk keuangan syariah dan koordinasi dengan pemangku kepentingan untuk memperbesar pangsa pasar keuangan syariah. ketika OJK telah memberikan ruang gerak bagi tekfin dalam melakukan operasional dengan dikeluarkannya aturan POJK No 77/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, maka hal ini akan menjadi tantangan bagi perbankan syariah dalam mengoptimalisasi perannya dan dijumpai oleh fatwa DSN agar tetap sesuai dengan syariah.

Perbankan syariah kian gencar membidik masyarakat yang belum tersentuh layanan perbankan (*unbankable*) melalui digitalisasi perbankan. Perkembangan teknologi digital memang telah mengubah cara bertransaksi nasabah, terlebih di industri keuangan. Saat ini sebagian nasabah lebih cenderung memilih produk serta layanan perbankan berbasis daring (online) karena lebih mudah dan cepat dalam bertransaksi.

Penelitian ini mencoba menganalisis langkah yang telah diambil oleh berbagai bank syariah dalam memaksimalkan *digital banking* ini dan menganalisis apa yang menjadi kekuatan kelemahan tantangan dan peluang yang dihadapinya melalui analisis SWOT (*Strength-Weakness- Opportunity- Threat*). Agar bank syariah mampu menciptakan produk dan jasa keuangan yang kompetibel namun tetap mematuhi rambu syariah, sehingga dapat mengoptimalkan produktivitas serta pada akhirnya mampu meningkatkan inklusi keuangan syariah yang berkesinambungan.

Kerangka Pemikiran

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode *grounded theory* (Budiasih, 2014). Riset ini dimulai dari data untuk menemukan teori tertentu. Peneliti mengamati, mengumpulkan, dan mengorganisasi data serta membentuk teori dari data pada waktu yang bersamaan. Riset kualitatif dengan metode ini dimulai dengan fokus pada wilayah studi dan mengumpulkan data dari berbagai sumber, termasuk jika diperlukan wawancara dan observasi.

Dalam mencapai tujuan studi ini, penulis mengidentifikasi sejumlah metode yang dapat digunakan dalam pengumpulan dan menganalisis data. Data dikumpulkan dan dianalisa menghasilkan studi otoritatif dan mencapai tujuan yang diinginkan. Studi dilakukan menggunakan metode analisis SWOT.

Menurut Rangkuti, definisi analisis SWOT adalah usaha yang dilakukan berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, dan pada saat yang sama dapat meminimalisir kelemahan dan ancaman. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Indonesia mendapat sorotan karena jumlah nasabah bank di negeri ini setelah berpuluh-puluh tahun hanya mencapai 70 juta. Angka tersebut hanya sekitar seperempat dari total penduduk di tanah air. Jumlah penduduk yang belum menjadi nasabah bank (biasa disebut *unbanked*) masih mendominasi. Salah satu hal yang digalakkan oleh Bank Indonesia adalah kehadiran *branchless banking* dan *mobile banking* untuk mengakomodasi tren dan kebiasaan di masyarakat modern. Saat ini perkembangan jumlah pengguna e banking bank secara keseluruhan meningkat pesat pada tahun 2018 sebesar 80% dari total nasabah perbankan, hal ini dipicu dari adanya aturan yang mewajibkan nasabah menginstall *mobile banking* sejak menjadi nasabah.

Setelah melakukan eksplorasi terhadap beberapa penelitian, penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu yang menganalisis analytical tools seperti apa layanan digital banking di bank syariah, yaitu sebagai berikut ; penelitian yang dilakukan oleh Rema & Setyohadi (2016), penelitian ini bertujuan untuk

menyelidiki niat penggunaan kembali *mobile banking* oleh nasabah pengguna *mobile banking* di Bank BRI Cabang Bajawa. Penelitian ini mengadaptasi teori *Unified Theori of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dimodifikasi dengan tambahan dua variabel yaitu *perceived Security* dan *perceived financial cost* yang merupakan variabel yang diadaptasi dari *perceived risk*. Hasil penelitian menunjukkan persepsi **keamanan** dan **kemudahan** penggunaan menjadi faktor yang paling menentukan dalam niat perilaku seseorang untuk menggunakan *mobile banking* (Rema, 2016).

Analytical Tools Penggunaan M-Banking Perbankan Syariah

a. Aspek Kegunaan/Manfaat

Setelah mengkaji dari berbagai literatur serta dokumen yang berhasil terkumpul. Dari tiga sampel penelitian, peneliti menarik kesimpulan yaitu adanya aspek efektif dan efisien sehingga menambah manfaat dalam menggunakan aplikasi *M-Banking* bagi nasabah. Aspek efektif penggunaan aplikasi *M-Banking* perbankan yaitu aplikasi ini menjawab kebutuhan nasabah. Transaksi menjadi semakin mudah, dapat dilakukan dimanapun tanpa

harus datang ke bank. Nasabah bisa menghemat waktu dan memudahkan segala transaksi keuangan. Adapun aspek efisien pada proses registrasi aplikasi *M-Banking* dengan biaya yang lebih murah dan nasabah tidak perlu datang ke bank untuk registrasi.

b. Aspek Kemudahan Kegunaan

Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan peneliti, aplikasi *M-Banking* dapat *download* pada melalui HP android dan tersedia pada *Google Play Store*. Adanya fasilitas *one stop shop* yaitu menyajikan berbagai fasilitas transaksi dan dapat digunakan untuk berbagai macam kegiatan. Proses *login* dan *logout* mudah dilakukan dan bisa diakses dimanapun. Layanan *M-Banking* menyajikan banyak kemudahan dalam bertransaksi, contohnya, transaksi digital, pembelian (pulsa seluler, pulsa listrik., dll), pembayaran tagihan (angsuran, listrik, PDAM, BPJS., dll).

c. Aspek Keamanan

Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan peneliti, penggunaan *M-Banking* memberikan perlindungan keamanan bagi nasabahnya

d. Aspek Kecepatan

Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan peneliti, penggunaan aplikasi

M-Banking menjadi pilihan gaya hidup saat ini. Aspek kehandalan mendukung nasabah untuk terus menggunakan aplikasi *M-Banking*. Adapun aspek kehandalannya yaitu dapat diakses dimanapun, mudah digunakan dan biaya registrasi yang ringan.

Tabel 1
Analisis SWOT Optimalisasi Digital Banking dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah

Analisis SWOT	Indikator Internal
Kekuatan	Indonesia mayoritas penduduk beragama islam, UU no.21 tahun 2008, serta POJK no.77/2016 dan 124 fatwa DSN-MUI hadir untuk memperkuat keuangan syariah di era digital 4.0, dan 13 BUS, serta 23 UUS yang tersebar dengan jaringan ATM bekerjasama dengan ATM bersama, dapat menjangkau kalangan pelosok. Dengan 54,7% penduduk indonesia merupakan pengguna internet, maka digitalisasi produk bank syariah akan mampu menjadi sarana bagi peningkatan inklusi keuangan syariah
Kelemahan	Dalam meningkatkan kualitas layanan digital banking diperlukan dana sangat besar untuk infrastruktur IT dan juga SDM yang dibutuhkan, disamping keamanan yang menjadi masalah utama kepercayaan nasabah (30%), serta masalah operasional teknis yang belum secara cepat teratasi, fatwa DSN –MUI yang minim tentang aktivitas E banking, dan manajemen resiko kepatuhan serta anti <i>fraud (cyber crime)</i> masih belum terstandar dengan baik.
Analisis SWOT	Indikator Eksternal
Peluang	Digital banking mempunyai potensi menjadi sarana untuk memperluas jaringan Bank syariah serta menambah market share dan target inklusi keuangan syariah bisa tercapai, dengan digital banking yang optimal dapat meningkatkan produktivitas dan meminimalkan biaya agar lebih efisien, indikator : peningkatan lebih dari 100% pada pengguna e banking. Saat ini sedang digarap program OJK yaitu Bank Wakaf Mikro yang tersebar di seluruh pesantren di seluruh indonesia, kehadiran digital banking akan mempermudah lalu lintas transaksi pembayaran dan lainnya.
Ancaman	Banyaknya bank konvensional yang sudah lebih maju dalam hal digital banking, membuat persaingan semakin ketat, apabila perbankan syariah tidak cepat merespons ini, disruption akan terjadi dengan cepat, nasabah akan mudah berpindah ke bank konvensional, di satu sisi ini juga bagian dari amar ma'ruf nahi munkar, agar masyarakat terhindar dari riba.

	Promosi pada bank konvensional ditopang oleh permodalan yang besar, sehingga sangat cepat apabila ada produk baru masyarakat mudah tersosialisasi, rendahnya literasi keuangan syariah juga menjadi ancaman ke depan, karena banyak yang menyamakan antara bank konvensional dengan syariah.
--	--

a. Strength (Kekuatan)

Digitalisasi menjadi kekuatan penting pada era revolusi industri 4.0, termasuk bagi industri perbankan tak terkecuali perbankan syariah. Bahkan, bagi perbankan syariah adopsi teknologi diyakini akan mampu mendorong kemajuan dan perkembangan perbankan syariah tanah air yang dinilai masih belum optimal dibandingkan potensi yang dimiliki.

Ditengah pesatnya perkembangan teknologi dan informasi saat ini adopsi teknologi sudah menjadi keharusan bagi perbankan. Selain dikarenakan sejak dulu industri jasa keuangan ini termasuk dalam kategori *high level technology adoption*, juga dikarenakan adopsi teknologi akan memengaruhi struktur input perusahaan. Dari beberapa kajian ditemukan bahwa bank yang melakukan adopsi teknologi lebih besar maka akan lebih efisien dalam operasional. Adopsi teknologi akan

memperbaiki baik dari sisi *front office* maupun *back office*.

Dengan adopsi teknologi digital, penghimpunan dana yang dilakukan perbankan dapat lebih mudah. Pasalnya, masyarakat semakin dimudahkan untuk melakukan layanan transaksi perbankan dan menempatkan dananya diperbankan syariah. Salah satu strategi yang dilakukan BNI Syariah, yakni program autodebet sedekah melalui tabungan merupakan contoh dari adopsi teknologi yang ia maksudkan. Termasuk dengan adanya layanan digital banking untuk haji ataupun wakaf.

b. Weakness (Kelemahan)

Aspek permodalan menjadi faktor penting dalam pengembangan industri keuangan syariah, ini juga yang menjadi kelemahan utama dalam pengembangan digital banking di perbankan syariah, karena jika dibandingkan dengan bank

konvensional, anggaran yang di gelontorkan masih sangat jauh dibanding bank syariah, sebagai contoh BNI telah menyiapkan dana sekitar Rp 500 miliar-Rp 600 miliar untuk pengembangan *digital banking*.

Anggaran ini meliputi peningkatan kapasitas sistem keamanan dan rehabilitas sistem untuk mendukung layanan *digital banking*. Ia memproyeksikan hingga akhir tahun ini anggaran yang terserap untuk *digital banking* sekitar 95% dari total anggaran. Sementara PT Bank BNI Syariah mengalokasikan belanja modal senilai usaha Rp135 miliar pada tahun ini untuk mengembangkan layanan digital banking. Anggaran tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan anggaran yang disiapkan pada tahun lalu senilai Rp80 miliar. Maka dapat dilihat permodalan untuk bank syariah adalah 4x lebih kecil dibanding bank konvensional.

Menurut Menteri Keuangan Sri Mulyani Bahwa ada tiga hal yang menjadi kelemahan dalam

keuangan syariah dan terutama digital banking ini dalam meningkatkan literasi dan inklusi keuangan syariah, diantaranya yaitu pertama kurangnya figuritas tokoh yang populer dalam interaksinya dengan masyarakat dan diikuti oleh jutaan follower untuk menggunakan digital banking ini, hadirnya sosok yang banyak diminati masyarakat sebagai influencer merupakan salah satu cara untuk meyakinkan masyarakat tentang keuangan syariah yang lebih baik, kedua kelemahan dalam tata kelola perusahaan ini berarti adanya sistem terintegrasi dengan baik dan bagaimana mitigasi resiko dalam hal pencatatan dan antisipasi fraud terlihat dalam al baqarah 282.

Ketiga adalah terkait segmen syariah yang masih terbatas sehingga berimbas pada risiko yang lebih besar. Ia mengatakan instrumen syariah ini punya skema natural yang menciptakan keseimbangan. Skema syariah membuat pembagian manfaat secara lebih adil. Karakteristik

untuk penyebaran risiko juga bisa lebih luas sehingga dapat diminimalisir.

c. Opportunity (Peluang)

Digital banking mempunyai potensi menjadi sarana untuk memperluas jaringan Bank syariah serta menambah market share dan target inklusi keuangan syariah bisa tercapai, dengan digital banking yang optimal dapat meningkatkan produktivitas dan meminimalkan biaya agar lebih efisien, indikator : peningkatan lebih dari 100% pada pengguna e banking. Saat ini sedang digarap program OJK yaitu Bank Wakaf Mikro yang tersebar di seluruh pesantren di seluruh indonesia, kehadiran digital banking akan mempermudah lalu lintas transaksi pembayaran dan lainnya.

d. Ancaman (Threat)

Banyaknya bank konvensional yang sudah lebih maju dalam hal digital banking, membuat persaingan semakin ketat, apabila perbankan syariah tidak cepat merespons ini, disruption akan terjadi dengan cepat, nasabah akan mudah berpindah ke bank konvensional, di satu sisi ini juga bagian dari amar ma'ruf nahi munkar, agar masyarakat terhindar dari riba. Promosi pada bank konvensional ditopang oleh permodalan yang besar, sehingga sangat cepat apabila ada produk baru masyarakat mudah tersosialisasi, rendahnya literasi keuangan syariah juga menjadi ancaman ke depan, karena banyak yang menyamakan antara bank konvensional dengan syariah

Tabel 2
Strategi berdasarkan Analisis SWOT Inklusi Keuangan Syariah

Internal Factors	Strength (S)	Weakness (W)
	1. UU no 21 Th 2008 2. POJK no 77 th 2016 3. 124 Fatwa DSN –MUI 4. 54,7% penduduk pengguna internet	1.Permodalan 2.Kurangnya Tata kelola BS 3.Manajemen Resiko

External factors	5. nasabah bank syariah saat ini 27,27 juta	4.Sistem Birokrasi dan regulasi yang belum memadai
<p>Opportunities (O)</p> <p>1. Saat ini OJK fokus pada inklusi keuangan syariah</p> <p>2. Adanya Bank Wakaf Mikro sebagai penggagas inklusi keuangan syariah</p> <p>3.banyaknya organisasi afiliasi seperti IAEI, FORDEBI, MES dan ASBISINDO untuk bekerjasama meningkatkan strategi peningkatan inklusi</p>	<p>Strategi SO</p> <p>1. mulai membidik tokoh influencer agar mampu menjadi icon terpercaya dan menarik minat masyarakat</p> <p>2.menciptakan siklus bisnis yang sederhana bagi pelaku BWM, dan menjadi jalan sosialisasi BS di pelosok daerah</p> <p>3.menggendeng berbagai macam kalangan untuk edukasi pentingnya digital banking dan manfaat yang didapat</p>	<p>Strategi WO</p> <p>1.mencari permodalan yang dapat sustain dalam menciptakan inovasi di BS</p> <p>2.BS mulai untuk IPO dalam Pasar Saham</p> <p>3.mencari informasi sebanyak banyaknya tentang strategi pesaing dan menciptakan efisiensi</p> <p>3.menggagas aturan yang detail tentang kesyariahan dan mitigasi resiko dalam digital banking (CYBER Crime)</p>
<p>Threats (T)</p> <p>1.pesaing bank konvensional sangat cepat merespons TI</p> <p>2.kecepatan jaringan dan luasnya promosi bank konvensional membuat bank syariah sulit untuk mengedukasi masyarakat, karena adanya tanggapan bank syariah sama dengan konvensional</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1.Maksimalkan Potensi kalangan umat muslim dalam menyiarkan bahaya Riba, dan perbedaan dengan bank konvensional</p> <p>2. Perbanyak Inovasi yang mempermudah transaksi dan akses yang luas mudah ditemukan dimana-mana</p> <p>3. utamakan keamanan dan privasi dalam setiap transaksi.</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1.optimalkan pangsa pasar yang ada, tunda ekspansi, perkuat internal TI agar masyarakat percaya Digital Banking Bank Syariah mampu menjadi solusi.</p> <p>2.bekerjasama dengan Fintech seperti e-commerce, online transportation, dan jasa fintech lainnya.</p>

Berdasarkan analisis tersebut di atas bahwa Inklusi keuangan syariah dapat di lakukan dengan menerapkan berbagai pilihan strategi, dilihat pada kombinasi faktor internal

dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan pada analisis SWOT sebagai berikut:

1. Strategi SO (mendukung sebagai *growth*)

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi SO yang bisa dijalankan antara lain: mulai membidik tokoh influencer agar mampu menjadi icon terpercaya dan menarik minat masyarakat, menciptakan siklus bisnis yang sederhana bagi pelaku BWM, dan menjadi jalan sosialisasi BS di pelosok daerah serta menggandeng berbagai macam kalangan untuk edukasi pentingnya digital banking dan manfaat yang didapat

2. Strategi WO (mendukung strategi *Turn Around*)

Strategi ini dibuat untuk mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Diantara strategi ini yaitu : mencari permodalan yang dapat sustain dalam menciptakan inovasi di Bank Syariah , kedua Bank Syariah mulai untuk IPO dalam Pasar Saham serta mencari informasi sebanyak banyaknya tentang strategi pesaing dan

menciptakan efisiensi. Yang ketiga baik regulator ataupun Bank syariah sama sama menggagas aturan yang detail tentang kesyariahan dan mitigasi resiko dalam digital banking (CYBER Crime)

3. Strategi ST (mendukung strategi *Diversifikasi*)

Strategi ini dibuat dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman. Strategi ST yang bisa dijalankan antara lain: Maksimalkan Potensi kalangan umat muslim dalam menyiarkan bahaya Riba, dan perbedaan dengan bank konvensional, kedua Perbanyak Inovasi yang mempermudah transaksi dan akses yang luas mudah ditemukan dimana-mana, ketiga utamakan keamanan dan privasi dalam setiap transaksi.

4. Strategi WT (mendukung strategi *Defensif*)

Strategi ini dibuat berdasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensif* dengan meminimalkan kelemahan yang

ada dan berusaha merubah ancaman menjadi peluang. Strategi WT yang bisa dijalankan antara lain: optimalkan pangsa pasar yang ada, tunda ekspansi, perkuat internal TI agar masyarakat percaya Digital Banking Bank Syariah mampu menjadi solusi serta bekerjasama dengan Fintech seperti *e-commerce*, *online transportation*, *online trading* dan jasa fintech lainnya.

E. Simpulan

Pangsa pasar bank syariah hingga saat ini masih dalam kategori rendah (5,92 %). Untuk itu masih perlu kerja keras untuk melakukan inklusi dan literasi keuangan syariah kepada masyarakat terutama bagi yang belum mengetahui tentang bank syariah dan *unbankable*. Perbankan syariah perlu melakukan terobosan-terobosan dengan inovasi-inovasi cerdas untuk memberikan pemahaman dan menstimuli masyarakat agar memiliki preferensi bank syariah sebagai pilihan ekonominya.

Kehadiran revolusi digital 4.0 menjadi keniscayaan bagi bank Syariah untuk bertahan di era *disruption* dengan diadikannya sarana dan media yang efektif untuk memperluas akses pasar yang belum tersentuh oleh perbankan syariah. Dengan bekerjasama dengan *e-commerce*, fintech lainnya serta jasa *online trading* maupun *online transportation*.

Dengan adanya digital bank diharapkan bank dapat mempermudah dalam menyimpan dan menganalisa data nasabah. Sehingga dapat membantu bank untuk menjaga hubungan dengan konsumen, mengatasi keluhan konsumen dengan lebih baik, serta dapat mengembangkan produk atau layanan yang lebih tepat dengan lebih cepat, murah, jelas, dan transparan bagi konsumen. Namun demikian berbagai hambatan dan tantangan tersebut jangan dipandang sebagai ancaman, melainkan harus dimaknai sebagai tantangan untuk memicu berkreasi dengan inovasi-inovasi guna memenangkan persaingan yang makin kompetitif.

E. Daftar Pustaka

- Abdulghani, T. (2015). *Manajemen Insiden Dan Manajemen Problem Teknologi Informasi Perguruan Tinggi, Bandung: Tesis Universitas Langlangbuana.*
- Arthana, Y. W., & Rukhviyanti, R. N. (2015). *Jurnal Informasi* Volume VII, (1).
- Downey, J. (2007). *Strategic Analysis Tools Topic Gateway Series Strategic Analysis Tools Topic Gateway Series No. 34.*
- Febrianta, A., & Indrawati, I. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bca Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 3(3).
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Salemba Humanika.
- Irawan, M. R. N. (2017). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif Pada Pd. BPR. Bank Daerah Lamongan. *ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 2(1).
- Keuangan, O. (n.d.). *Statistik Perbankan Syariah.* OJK.
- Kurniawan, D. (2013). Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model Dan Theory of Reasoned Action. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).
- Laurensius Marshall Sautlan Sitanggang. (2018). Laba BRI Syariah naik 64% di Kuartal I. Edisi: 02 Mei 2018, *Kontan.co.id*, diakses pada 17 Mei 2018
- Mulyadi. (2007). *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen.* Jakarta: Salemba Empat.
- Nurastuti, W. (2011) *Teknologi Perbankan.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Pratiwi, F. (2017) *Aset Mandiri Syariah Capai Rp 80,09 Triliun.* Edisi: 10 November 2017. *Republika.co.id*, diakses pada 17 Mei 2018
- Rahardja, Y., Presstiliano, J., & Astuti, N. P. (2008). *Analisis dan Perancangan Mobile-Banking dengan Menggunakan UML.* *Jurnal Teknologi Informasi-Aiti* (Vol. 5).
- Rahayu, I. S. (2015). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, V(2).
- Rema, Y.& Setyohadi, D.B. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Mobile Banking Studi Kas