

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang mungkin memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Penelitian terdahulu juga menjadi salah satu bahan pertimbangan sehingga dapat memberi referensi dalam menulis maupun mengkaji penelitian yang akan dilakukan, khususnya tentang “Analisis Dampak Merger Dalam Meningkatkan Pelayanan Digital Di BSI (Studi Kasus: BSI Cabang A Silondae 2 Kendari)” adapun penelitian yang dilakukan oleh:

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Sultoni and Mardiana 2021) dengan judul *“Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah BUMN Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah Di Indonesia”* Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa perkembangan dan pertumbuhan bank syariah di Indonesia telah tercatat dan menghasilkan suatu perwujudan baik bagi ekonomi syariah di Indonesia. Dengan di mergernya tiga bank syariah BUMN yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Negara Indonesia (BNIS), dan Bank Rakyat Indonesia (BRIS) berdampak baik bagi dunia perbankan khususnya. Dalam hal reputasi, adalah tingkat kepercayaan nasabah lebih tinggi, diperhitungkan dalam pasar nasional dan global, memiliki manajemen risiko yang lebih kuat dengan dukungan modal yang lebih solid. Dalam hal ekonomi

syariah, menjadi *primer mover* di industri perbankan syariah, akselerasi pengembangan ekonomi syariah melalui peningkatan sinergi dengan industri halal. Merger atau penggabungan usaha tiga bank syariah milik negara akan menciptakan entitas baru dengan visi besar jika pembentukan identitas baru selama proses merger berjalan dengan baik.

Persamaan dari penelitian ini yakni sama-sama meneliti tentang pengaruh/dampak merger. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan (Sultoni and Mardiana 2021) yakni penelitian terdahulu membahas tentang perkembangan ekonomi syariah di Indonesia, sedangkan peneliti membahas tentang perkembangan pelayanan digital di BSI.

2. Penelitian yang dilakukan oleh (Ulfa 2021) dengan judul “*Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah Di Indonesia*” Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa bergabungnya tiga Bank Syariah BUMN yang berubah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) pasti membawa dampak dalam berbagai aspek. Dampak tersebut terjadi pada Nasabah, Karyawan, dan Masyarakat. a) dampak terhadap nasabah, nasabah tetap bisa menggunakan uang elektronik berbasis kartu, seperti e-Money, Tapcash, dan Brizzi. Nasabah hanya menunggu informasi dari pihak Bank Syariah Indonesia untuk melakukan pembaruan informasi; b) dampak terhadap karyawan. Status karyawan dari BNI Syariah, BRI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri tetap menjadi karyawan Bank Syariah Indonesia dan tidak akan ada pemutusan

hubungan kerja PHK. Bank Syariah Indonesia membuka program pengembangan talenta Officer Development Program (ODP) untuk jaringan SDM Unggul; dan c) dampak terhadap masyarakat, Bank Syariah Indonesia (BSI) mendukung masyarakat dengan meluncurkan program literasi Ekonomi Syariah yang akan bekerjasama dengan organisasi-organisasi besar Indonesia. BSI juga mempercepat kelengkapan rantai nilai halal dalam pengembangan industri halal, pembiayaan UMKM pendukungnya, dan ikut pembiayaan proyek berskala besar dengan menggunakan skema syariah.

Persamaan dari penelitian ini yakni sama-sama meneliti tentang pengaruh/dampak merger. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan (Ulfa 2021) yakni penelitian terdahulu membahas tentang dampak penggabungan 3 bank syariah BUMN seperti nasabah, karyawan, dan masyarakat, sedangkan peneliti membahas tentang perkembangan pelayanan digital di BSI dan hanya memfokuskan di satu bank saja, serta tempat yang diteliti.

3. Penelitian yang dilakukan oleh (Azizah 2021) dengan judul “*Analisis Dampak Merger Tiga Bank Syariah BUMN Terhadap Nasabah*” Hasil penelitian menunjukan bahwa merger yang dilakukan tiga bank syariah BUMN, yaitu Bank Mandiri Syariah, BRI Syariah dan BNI Syariah yang berubah nama menjadi Bank Syariah Indonesia disambut positif oleh nasabah. Dengan adanya merger nasabah dapat bertransaksi diseluruh outlite dan layanan *e-channel* nasabah *ex legacy* lainnya dan

diverifikasi produk yang menjadi pilihan nasabah. Dari hasil SWOT Bank Syariah Indonesia memiliki peluang yang cukup besar untuk menguasai pasar dengan terus meningkatkan kualitas dan pelayanan serta terus melakukan pemasaran kepada masyarakat.

Persamaan dari penelitian ini yakni sama-sama meneliti tentang dampak adanya merger. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan (Azizah 2021) yakni penelitian terdahulu membahas tentang dampak merger terhadap nasabah, sedangkan peneliti membahas tentang perkembangan pelayanan digital di BSI dan hanya memfokuskan di satu bank saja, serta tempat yang diteliti.

4. Penelitian yang dilakukan oleh (Atikah, Maimunah, and Zainuddin 2021) dengan judul “*Penguatan Merger Bank Syariah BUMN Dan Dampaknya Dalam Stabilitas Perekonomian Negara*” Hasil dari penelitian menunjukan bahwa dampak dari penggabungan Bank Umum Syariah, tentunya memberikan dampak positif, bank syariah indonesia mampu bersaing secara global dengan mengedepankan layanan yang lebih lengkap, jangkauan menjadi lebih luas, dan permodalan menjadi lebih baik. Bagi negara, tentunya menjadi hal baik yang dapat dilakukan oleh kementrian BUMN, dengan menggagas merger 3 anak perusahaan milik negara berbasis syariah (BNI Syariah, BSM, BRI Syariah) melebur menjadi PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk.

Persamaan dari penelitian ini yakni sama-sama meneliti tentang dampak penggabungan/merger. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh (Atikah, Maimunah, and Zainuddin 2021) yakni penelitian terdahulu membahas tentang dampak dalam kestabilan keuangan negara di tengah pandemi covid-19, sedangkan peneliti membahas tentang perkembangan pelayanan digital di BSI dan hanya memfokuskan di satu bank saja, serta tempat yang diteliti.

5. Penelitian yang dilakukan oleh (Sugiana 2018) dengan judul *“Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui Digitalisasi Produk Perbankan Di Bank BNI Syariah KCP Bulaksumur Yogyakarta”* Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan Bank BNI Syariah KCP Bulaksumur Yogyakarta dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui inovasi layanan berbasis digital, yaitu Aplikasi *Marketing Kit*, APRO (Aplikasi Pembukaan Rekening Online), Aplikasi Wakaf Hasanah, Aplikasi Wakaf Personal, aplikasi YAP! (Your All Patment), E-Banking (*Internet Banking*), *Aplikasi Banking*, *Mobile Banking*, *SMS Banking*, *Automatic Teller Machine*, TapCashIB Hasanah). Lima dimensi layanan yang meningkatkan kualitas pelayanan, yaitu realibilitas (*reliability*), daya tangkap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empaty*) dan bukti fisik (*tangibles*). Dari kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut, produk layanan

berbasis digital Bank BNI Syariah KCP Bulaksumur Yogyakarta termasuk kedalam dimensi bukti fisik (*Tangibles*).

Persamaan dari penelitian ini yakni sama-sama meneliti tentang Meningkatkan Kualitas Pelayanan Digitalisasi, Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan (Sugiana Wari, 2018) yakni penelitian terdahulu membahas tentang Produk Perbankan Di Bank BNI Syariah KCP Bulakusumur Yogyakarta sedangkan peneliti membahas tentang meningkatkan pelayanan digital di BSI serta tempat yang diteliti.

2.2.Landasan Teori

2.2.1. Teori Dampak

a. Pengertian Dampak

Pengertian dampak menurut kamus besar bahasa indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif. Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seorang atasan mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Menurut Scott dan Mitchell dampak merupakan suatu transaksi sosial dimana seseorang atau kelompok orang digerakkan oleh

seseorang atau kelompok yang lainnya untuk melakukan kegiatan sesuai dengan harapan(Kurnianto 2017).

Dampak secara umum dampak positif menurut kamus besar bahasa indonesia merupakan suatu pengaruh kuat yang mendatangkan akibat yang baik atau positif. Dampak positif secara umum dapat dilihat dengan adanya perubahan yang dirasakan oleh masyarakat dapat memberikan keuntungan. Sedangkan dampak negatif menurut bahasa indonesia, merupakan suatu pengaruh kuat yang mendatangkan akibat buruk atau negatif. Dampak negatif dirasa memberikan kerugian bagi manusia, makhluk hidup lainnya, maupun lingkungan. Di sebagian besar negara maju, dampak negatif lebih diperhatikan dan dipertimbangkan daripada dampak positif(Aprilia, Dan, and Rahayu 2014).

2.2.2. Teori Merger

a. Pengertian Merger

Merger adalah strategi untuk suatu perusahaan atau organisasi yang biasanya dilakukan oleh dua atau lebih perusahaan, dengan perusahaan yang mengakuisisi dan perusahaan yang mengakuisisi mengontrak perjanjian merger (Marpaung 2021). Dalam merger, perusahaan-perusahaan menggabungkan dan membagi sumber daya yang mereka miliki untuk mencapai tujuan bersama. Para pemegang saham dari

perusahaan-perusahaan yang bergabung tersebut seringkali tetap dalam posisi sebagai pemilik bersama entitas yang digabungkan (Triraharja 2014). Merger adalah penggabungan dua perusahaan atau lebih dimana perusahaan (*bidder*) mempertahankan nama dan identitasnya, dan mengakuisisi semua aset dan liabilitas dari perusahaan yang diakuisisi (*target*). Perusahaan hasil merger akan mewarisi seluruh aset dan hutang dari perusahaan pembentuknya (Saviera 2012).

Merger dalam kamus besar bahasa Indonesia berarti penggabungan dua (atau lebih) perusahaan dibawah satu pimpinan selanjutnya dalam undang-undang perseroan Nomor 40 Tahun 2007 membedakan antara penggabungan dan peleburan Pasal 1 ayat (9) menyatakan bahwa “penggabungan adalah perbuatan hukum yang dilakukan oleh satu perseroan atau lebih untuk menggabungkan diri dengan perseroan lain yang telah ada yang mengakibatkan aktiva dan pasiva dari perseroan yang hukum perseroan yang menggabungkan diri berakhir karena hukum”. Dengan kata lain penggabungan adalah kegiatan perseroan yang karena hukum berakhir karena menggabungkan diri dengan perseroan lain tanpa membuat perseroan baru. Terdapat dalam istilah lain dalam Undang-undang perseroan mengenai yaitu peleburan, sebagaimana diafirmasi dalam Pasal 1 ayat 10 yang berbunyi: “peleburan adalah perbuatan hukum yang dilakukan oleh dua perseroan atau lebih untuk meleburkan diri dengan cara mendirikan satu

perseroan baru yang karena hukum memperoleh aktiva dan pasiva dari perseroan yang meleburkan diri dan status badan hukum perseroan yang meleburkan dirir berakhir karena hukum”. Atau dengan kata lain berakhirnya dua atau lebih perseroan dengan cara melebur membuat perseroan baru.

Pengertian merger menurut para ahli(Prawiro 2018):

a) Abdul Moin

Menurut Abdul Moin (2003), pengertian merger adalah penggabungandua perusahaan atau lebih yang kemudian hanya ada satu perusahaan yang tetap hidup sebagai badan hukum, sementara yang lainnya menghentikan aktivitasnya atau bubar. Perusahaan yang bubar mengalihkan aktiva dan kewajibannya ke perusahaan yang mengambil alih sehingga perusahaan yang mengambil alih mengalami peningkatan aktiva.

b) M.E. Hitt

Menurut M.E. Hitt, merger adalah suatu strategi bisnis yang diterapkan dengan menggabungkan antara dua atau lebih perusahaan yang setuju menyatuhkan kegiatan operasionalnya dengan basis yang relatif seimbang karena mereka memiliki sumber daya dan kapabilitas yang secara bersama-sama dapat menciptakan keunggulan kompotitif yang lebih kuat.

c) Zaki Baridwan

Menurut Zaki Baridwan (Hamid 1998), pengertian merger adalah proses pengambil alihan saham yang dilakukan suatu perusahaan yang diambil alih tersebut tidak lagi menjadi perusahaan yang berdiri sendiri, namun sudah menjadi bagian dari perusahaan yang telah mengambil alih.

d) Floyd A. Beams dan Amir Abadi Yusuf

Menurut Floyd A. Beam dan Amir Abadi Yusur (2000), pengertian merger adalah proses pengambil alihan yang dilakukan suatu perusahaan terhadap seluruh operasi dari entitas usaha lain dimana entitas yang telah diambilalih tersebut dibubarkan.

b. Jenis Merger

- 1) Merger vertikal (vertical merger), merger antara perusahaan yang mempunyai hubungan pemasok-pelanggan. Contohnya, merger antara pabrik peralatan-mesin dan pemasok cetakan peralatan-mesin. Merger jenis itu dapat meningkatkan pengendalian atas bahan baku atau distribusi barang jadi.
- 2) Merger kongenerik (congeneric merger), merger antara perusahaan yang berbeda lini bisnis dan tidak memiliki hubungan pemasok-pelanggan, tetapi masih dalam satu industri yang sama. Misalnya, merger antara pabrik

peralatan-mesin dengan pabrikan sistem peralatan dan dapat diperdiksikan sehingga mampu memenuhi pembayaran pokok utang serta bunganya dan modal kerja.

c. Motif Perusahaan Melakukan Merger

Secara spesifik ada beberapa alasan lain perusahaan melakukan merger, di antaranya seperti yang di kemukakan oleh Sudana (2011) dalam buku Manajemen Keuangan Perusahaan teori dan praktik adalah sebagai berikut :

1) Mencapai operasi yang ekonomis

Dua atau lebih perusahaan yang sejenis jika beroperasi sebagai entitas yang terpisah, dalam memanfaatkan aset yang dimiliki masing-masing perusahaan sering kali akan kurang optimal, karena kapasitas aset yang lebih besar dari kebutuhan masing-masing perusahaan. Disamping itu banyak aset yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan bersifat dupilkasi, dan jika perusahaan bergabung, aset yang duplikasi tersebut dapat dikurangi.

2) Pertumbuhan

Penggabungan dua perusahaan atau lebih akan mempercepat pertumbuhan perusahaan. Hal ini dimungkinkan karena intensitas persaingan akan berkurang dan kemampuan perusahaan untuk bersaing juga meningkat. Perusahaan dapat beroperasi secara lebih

efisien, sehingga harga produk yang dihasilkan bisa lebih murah.

3) Diversifikasi

Diversifikasi dapat dicapai melalui penggabungan dua atau lebih perusahaan yang bergerak dalam industri yang berbeda. Tujuannya adalah untuk mengurangi resiko. Hal ini bisa dicapai karena perusahaan yang berada pada kelompok industri yang berbeda memiliki karakteristik yang berbeda pula. Dengan penggabungan, ketika satu perusahaan mengalami kerugian, perusahaan lain masih memperoleh laba, sehingga secara keseluruhan variabilitas laba yang diperoleh setelah penggabungan menjadi lebih stabil, atau risikonya menjadi lebih kecil (Triraharja, 2014).

2.2.3. Teori Pelayanan

a. Definisi Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Moenir (2008) Mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang

berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan (M. Nur Rianto Al Arif 2010). Selain itu pelayanan juga didefinisikan sebagai “kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem prosedur dan dengan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai haknya” (Moenir 2008).

Dari beberapa definisi di atas, dapat diketahui bahwa ciri pokok pelayanan adalah tidak kasat mata dan melihat upaya manusia atau peralatan lain yang disediakan perusahaan penyelenggara pelayanan. Hal ini menjelaskan bahwa pelayanan adalah bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain dalam hal pelanggan agar kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan mereka.

b. Definisi Kualitas Pelayanan

Istilah kualitas pelayanan memiliki berbagai definisi yang berbeda, dan bervariasi dari yang konvensional sampai yang lebih strategis. Kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan atraktif yang memenuhi keinginan pelanggan, dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk itu atau dapat dikatakan bahwa kualitas terdiri dari segala sesuatu

yang bebas dari kekurangan atau kerusakan. Definisi kualitas layanan juga berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Menurut Wyckof, kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkatan keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Dari pengertian diatas maka kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang harus dimiliki oleh perusahaan baik yang memproduksi barang maupun jasa pelayanan. Pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat menuntut perusahaan untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman.

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima (Manullang, 2008).

Pengertian hukum kualitas pelayanan tidak secara langsung dijumpai didalam Al-Quran secara eksplisit, akan tetapi didasarkan pada konsep memberikan pelayanan yang baik

kepada manusia itu telah diperintahkan oleh Allah SWT, adapun dalil syariah terdapat dalam Al-Quran surat An-Nisa ayat 86 sebagai berikut:

فَحْيُوا بِأَحْسَنَ مِنْهَا أَوْ رُدُّوهَا ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَىٰ كُلِّ حَسْبٍ شَهِيدٌ
وَإِذَا حُيِّنْتُمْ بِتَحِيَّةٍ

Terjemahnya:

“Apabila kamu diberi penghormatan dengan sesuatu penghormatan, Maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik dari padanya, atau balaslah penghormatan itu (dengan yang serupa), Sesungguhnya Allah memperhitungkan segala sesuatu” (Departemen Agama 2010).

Dari ayat diatas maka dapat disimpulkan bahwa sesama manusia harus saling menghormati, jika dihubungkan dengan sebuah perusahaan dibidang jasa bisa menjadi landasan bagi penyedia jasa untuk menghormati konsumennya. Salah satu bentuk memberikan penghormatan yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumennya. Jadi segala sesuatu dalam melakukan sebuah bisnis haruslah memberikan pelayanan yang baik, dengan pelayanan yang baik maka akan dapat memberikan efek bagi perusahaan yaitu kepuasan kepada konsumen.

Menurut (Lupiyoadi 2014) salah satu studi mengenai *Service quality* terdapat lima dimensi yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangibles*) Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan fisik sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.
2. Reliabilitas (*reliability*) Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Ketanggapan (*responsiveness*) Ketanggapan adalah suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan (*assurance*) Jaminan merupakan pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

5. Empati (*empathy*) Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

c. Pelayanan Dalam Pandangan Islam

Dalam salah satu haditsnya Rasulullah SAW memerintahkan kepada kita agar berusaha untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama, bahkan beliau menjadikan “bermanfaat bagi sesama” sebagai parameter baik tidaknya kualitas iman seseorang. Hal ini beliau sampaikan dalam sebuah hadits yang meriwayatkan sahabat Jabir bin Abdillah “*sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi sesamanya*”.

Dalam kitab Shahih Muslim sahabat Abu Hurairah RA meriwayatkan sebuah hadits yang berbunyi:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الْآخِرَةِ وَمَنْ سَتَرَ عَلَى مُسْلِمٍ سَتْرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ.

Artinya:

“Dari Abu Hurairah telah menceritakan kepada Rasulullah SAW: Barang siapa yang membebaskan seorang muslim dari suatu kesusahan yang dialaminya di dunia, niscaya Allah balas membebaskannya dari suatu kesusahan diantara kesusahan yang dialaminya di hari kiamat nanti. Dan barang siapa yang memberikan kemudahan kepada orang yang tertimpa kesulitan, niscaya Allah akan balas dengan memberikan kemudahan dalam urusannya, baik di dunia maupun di akhirat. Dan barang siapa yang menutupi kelemahan seorang muslim, niscaya Allah akan balas menutupi kelemahannya, baik di dunia maupun di akhirat, dan Allah senantiasa akan menolong hamba-Nya selama ia menolong saudaranya” (HR. Imam Muslim).

Hadits ini menjelaskan tentang keutamaan yang didapatkan seorang jika dia ingin memberikan bantuan dan pelayanan kepada sesama demi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Baik pertolongan dalam bidang materi, berbagi ilmu, bahu membahu mengerjakan sesuatu, memberikan nasehat dan masih banyak lagi.

d. Pelayanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam Islam telah mengangkat kerja pada level kewajiban religius yang digandengkan dengan iman. Hubungan antara iman dan amal (kerja) itu sama dengan hubungan antar pohon dengan akar, yang salah satunya tidak mungkin eksis tanpa adanya yang lain (Ahmad Musthaq 2001).

Islam tidak mengakui dan mengingkari sebuah keimanan yang tidak membuahkan perilaku yang baik. Islam mengajarkan kepada umat manusia agar dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam yakni bersifat profesional, amanah, memelihara etos kerja.(Yusanto M.I dan M. K. Widjajakusuma 2002)Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1) Bersikap Profesional

Bagi seseorang yang telah memiliki tanggung jawab dalam hidupnya, bekerja merupakan kebutuhan hidup yang hukumnya wajib, ini karena bekerja sama mulianya dengan melaksanakan ibadah lainnya seperti shalat, haji atau membayar zakat. Dalam banyak keterangan, Allah SWT sangat menghargai orang yang giat bekerja karena itu berarti ia telah menunaikan salah satu kewajiban.

Selain memerintahkan bekerja, islam juga menuntun setiap muslim agar dalam bekerja dibidang apapun harus bersikap profesional. Inti dari ini setidaknya dicirikan oleh tiga hal : (1) Kafa'ah, yaitu cakap atau ahli dalam bidang pekerjaan yang dilakukan, (2) himmatul-'amal, yakni memiliki semangat atau etos kerja yang tinggi, (3) amanah, yaitu bertanggung jawab dan terpercaya dalam menjalankan setiap tugas atau kewajiban. Dalam memberikan pelayanannya perusahaan harus mencakup terhadap ketiga

ciri diatas supaya konsumen (pengunjung) dapat merasa puas dengan hasil pelayanan yang diberikan.

2) Bersikap amanah.

Seorang muslim yang telah memiliki sifat profesional haruslah memiliki sifat amanah, yakni terpercaya dan bertanggung jawab. Rasulullah SAW memerintahkan setiap muslim untuk selalu menjaga amanah yang diberikan kepadanya, Rasulullah SAW menggambarkan orang-orang yang tidak memegang amanah sebagai bukan orang yang beriman dan tidak memiliki agama, bahkan lebih jauh lagi, orang-orang yang selalu melanggar amanah digambarkan sebagai orang munafik.

Oleh karena itu sikap amanah mutlak harus dimiliki oleh seorang pebisnis muslim. Sikap itu bisa dimiliki jika dia selalu menyadari bahwa apapun aktivitas yang dilakukan termasuk pada saat dia bekerja selalu diketahui oleh Allah SWT.

3) Memelihara etos kerja/ Bersungguh-sungguh

Selain memiliki kecakapan (kafa'ah) dan sifat amanah, seseorang dikatakan profesional jika seseorang bekerja secara semangat dan bersungguh-sungguh. Dia juga harus memiliki etos kerja (himmatul'amal) yang tinggi. Dorongan utama seseorang muslim dalam bekerja adalah bahwa aktifitas kerjanya itu dalam pandangan islam merupakan bagian dari ibadah, karena bekerja merupakan pelaksanaan

salah satu kewajiban, dan hasil usaha yang diperoleh seorang muslim dari kerja kerasnya dinilai sebagai penghasilan yang mulia.

2.3. Teori Konseptual

2.3.1. Bank Syariah Indonesia

a. Pengertian Bank Syariah Indonesia (BSI)

Di Indonesia, Bank Syariah yang pertama didirikan pada tahun 1992 adalah bank muamalah Indonesia (BMI). Walaupun perkembangannya agak terlambat bila dibandingkan dengan Negara-negara muslim lainnya, perbankan syariah di Indonesia akan terus berkembang. Bila pada periode pertahun 1992-1998 hanya ada satu unit bank syariah, maka pada tahun 2005, jumlah bank syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 20 unit, yaitu 3 bank umum syariah dan 17 unit usaha syariah. Sementara itu, jumlah bank perkreditan rakyat syariah (BPRS) hingga pada tahun 2004 akhir tahun 2004 bertambah menjadi 88 buah (Adiwarman Karim 2011, 77)

Perkembangan institusi keuangan syariah secara informal telah dimulai sebelum dikeluarkannya kerangka hukum formal sebagai landasan operasional perbankan di Indonesia. Hal tersebut menunjukkan kebutuhan masyarakat akan hadirnya institusi-institusi keuangan yang dapat memberikan jasa keuangan yang sesuai dengan syariah. Kebutuhan

masyarakat tersebut telah terjawab dengan terwujudnya sistem perbankan yang sesuai syariah. Pemerintah telah memasukkan kemungkinan tersebut dalam undang-undang yang baru. Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan secara implisit telah membuka peluang kegiatan usaha perbankan yang memiliki dasar operasional bagi hasil yang secara rinci dijabarkan dalam Peraturan Pemerintah No. 72 Tahun 1992 tentang Perkembangan Bank Syariah Di Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Ketentuan tersebut telah dijadikan sebagai dasar hukum beroperasinya Bank syariah di Indonesia. Periode 1992 sampai 1998, hanya terdapat satu Bank Umum Syariah dan 78 Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) yang telah beroperasi.

Tahun 1998 muncul UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan UU No 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Perubahan UU tersebut menimbulkan beberapa perubahan yang memberikan peluang yang lebih besar bagi pengembangan Bank syariah. Undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi Bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi Bank syariah.

Akhir tahun 1999, bersamaan dengan dikeluarkannya UU perbankan maka munculah bank-bank syariah umum dan Bank umum yang membuka unit usaha syariah. Sejak beroperasinya Bank Muamalat Indonesia (BMI), sebagai

Bank syariah yang pertama pada tahun 1992, Sebagai salah satu lembaga keuangan, bank perlu menjaga kinerjanya agar dapat beroperasi secara baik. Terlebih lagi Bank syariah harus bersaing dengan Bank konvensional yang dominan dan telah berkembang pesat di Indonesia. Persaingan yang semakin tajam ini harus di ikuti dengan manajemen yang baik untuk bisa bertahan di industri perbankan. Salah satu hal yang harus diperhatikan oleh bank untuk bisa terus bertahan hidup adalah kinerja (kondisi keuangan) bank. market share dalam bersaing dengan Bank Konvensional yang telah berdiri lebih awal. (Marimin and Romdhoni 2015).

Secara kelembagaan perbankan syariah berbeda dengan bank konvensional yang mempunyai ciri khas yang tidak dimiliki oleh bank konvensional, di samping ia harus tunduk kepada peraturan perundang-undangan perbankan secara umum bank syariah juga harus tunduk kepada peraturan syariah itu sendiri dan menjadi kekhasannya yaitu kepatuhan syariahnya. Perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan prinsip syariah, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian (Kalsum 2018).

Bank Islam atau disebut dengan Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau bisa disebut bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan pada Al-Qur'an dan

Hadits Nabi SAW atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalulintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam(Mahfudz 2018).

Bank Syariah Indonesia adalah lembaga perbankan syariah. Bank ini berdiri pada 01 Februari 2021. Bank ini merupakan hasil merger anak perusahaan BUMN bidang perbankan diantaranya Bank Rakyat Indonesia Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia. Bank Syariah Indonesia mendapat izin dari OJK dengan Nomor: SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal Pemberian Izin Penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRISyariah Tbk serta Izin Perubahan Nama dengan Menggunakan Izin Usaha PT Bank BRISyariah Tbk Menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai Bank Hasil Penggabungan(Wikipedia 2021a).

Peresmian BSI juga dijadikan ajang pengenalan logo BSI di publik. Logo BSI secara keseluruhan bernuansa hijau dan putih dengan tulisan BSI dan bintang berwarna kuning di ujung sebelah kanan dari tulisan. Di bawah tulisan BSI disematkan kata “Bank Syariah Indonesia”. Filosofi yang terkandung dalam bintang kuning bersudut 5 mempresentasikan 5 sila Pancasila dan 5 rukun Islam.

Tulisan BSI menjadi representasi Indonesia baik di tingkat nasional maupun di tingkat global.

Proses penggabungan 3 bank syariah besar di Indonesia bukan hanya rencana jangka pendek tapi memiliki tujuan yang jelas di masa mendatang. Tentu ada tugas-tugas yang akan diemban oleh BSI sebagai perwakilan bank syariah resmi yang diusung dan dikawal oleh pemerintah. Berikut ini beberapa tujuan merger yang dilakukan oleh BSI.

1. Sinergi yang baik meningkatkan Layanan untuk Nasabah Bank Syariah Dengan menggabungkan tiga bank syariah besar, tentu akan tergabung tiga layanan bank dalam satu pintu untuk mengoptimalkan prospek bisnis dan pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Sinergitas yang dihasilkan dari merger ini tentu akan semakin kuat dan kokoh dan sejalan dalam visi bank syariah di Indonesia di masa depan.
2. Perbaikan Proses Bisnis akan sangat mudah bagi pemerintah untuk mengawal prinsip syariah yang dijalankan oleh BSI dan tentu saja ini akan memperbaiki proses bisnis syariah yang sudah berjalan baik selama ini. Meski ada tantangan dalam hal penggabungan nasabah, tantangan ini akan sebanding dengan proses bisnis syariah yang semakin baik kedepannya karena dikelola oleh satu bank.

3. Risk Management Pengelolaan BSI akan meminimalisir risiko-risiko yang mungkin terjadi dalam pengelolaan bisnis perbankan di masa depan. Keberhasilan Bank Mandiri saat ini yang berawal dari hasil merger empat bank sebelumnya menjadi pelajaran bahwa risiko perbankan bisa diminimalisir jika ketiga bank syariah plat merah ini digabungkan menjadi satu.
4. Sumber Daya Instansi BSI akan menyeleksi sumber daya terbaik untuk menjalankan industri perbankan syariah lebih baik lagi dibandingkan jika berjalan sendiri dengan tiga entitas berbeda. Hal ini akan membuat setiap instansi dan jajaran direksi akan diisi oleh tenaga profesional dan bekerja dalam satu payung lembaga dengan visi dan misi yang searah.
5. Penguatan Teknologi Digital Pengembangan teknologi dan inovasi perbankan terus bermunculan dan ini adalah tugas dari Bank Syariah Indonesia untuk menyeragamkan teknologi syariah yang ada di Indonesia. Harapannya, teknologi digital yang diusung oleh BSI dapat menjadi tolok ukur untuk sistem teknologi informasi berbasis Syariah dalam skala nasional. Dari segi teknologi, BSI membuat *website* serta aplikasi Bank Syariah Indonesia mobile berbasis *online* yang memudahkan masyarakat dalam mengaksesnya (Afdika 2021).

2.3.2. Digital Banking

a. Pengertian Digital Banking

Perkembangan internet berbagai aktivitas tidak lagi didesain secara manual tetapi jauh lebih maju yaitu dengan memanfaatkan jaringan internet, seperti *e-Commerce*, *e-Banking*, *e-Government*, dan *sebagainya* (Nurjannah 2014). Febriana menjelaskan bahwa istilah dari digital banking yang makin populer adalah e-banking (electronic banking). E-banking dapat didefinisikan sebagai penghantaran otomatis jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui media elektronik saluran komunikasi interaktif. E-Banking meliputi sistem yang memungkinkan nasabah bank, baik individu ataupun bisnis untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi ataupun publik. Nasabah dapat mengakses e-banking melalui internet, komputer/PC, PDA/smartphone, ATM ataupun telepon (Febriana 2014).

Otoritas Jasa Keuangan (Jumeri 2020) menjelaskan bahwa layanan perbankan digital adalah layanan atau kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik bank, dan/atau melalui media digital milik calon nasabah dan/atau nasabah bank, yang dilakukan secara mandiri. Hal ini memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan

rekening, termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan (financial advisory), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (e-commerce), dan kebutuhan lainnya dari nasabah bank.

Penyelenggaraan Pelayanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, dimana pengertian digital banking adalah pelayanan bagi perbankan elektronik yang dikembangkan dalam rangka memaksimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani dan memberikan informasi kepada nasabah secara lebih mudah, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dijalankan dengan mandiri sepenuhnya oleh pihak nasabah, dengan memperhatikan aspek berbagai pengamanan (OJK, 2018).

Penerapan digital banking di Indonesia dibuktikan dengan adanya berbagai layanan yang dapat memudahkan nasabah antara lain: Pertama, adanya Internet Banking. Kedua, adanya Phone Banking. Ketiga, adanya SMS Banking. Keempat, adanya Mobile Banking. Bank dapat bekerja sama dengan operator seluler, sehingga dalam SIM Card (kartu chips seluler) Global for Mobile communication (GSM) sudah dipasang program khusus untuk bisa melakukan transaksi perbankan. Proses transaksi nasabah akan lebih mudah pada mobile banking dibandingkan dengan SMS Banking (Mawarni, Fasa, and Suharto 2021).

b. Kelebihan dan Kekurangan Digital Banking

1) Kelebihan digital banking

- Semua aktivitas perbankan bisa dilakukan secara online, nasabah tidak harus ke kantor bank jika ingin melakukan aktivitas remeh seperti mengecek saldo.
- Bisa diakses kapan dan dimana saja selama 24 jam, selama terhubung dengan internet.
- Nasabah mendapatkan pelayanan yang cepat, karena tidak harus antri berjam-jam.

2) Kekurangan digital banking

- Nasabah tidak bisa melakukan aktivitas perbankan sama sekali jika ada masalah dengan internet.
- Sistem keamanan perbankan digital memang aman, namun tetap ada pihak yang tidak bertanggung jawab yang mencoba melakukan hacking seperti mencuri data pribadi atau membobol rekening.
- Nasabah bisa melakukan transaksi tidak terkendali (boros) karena kemudahan yang ditawarkan oleh layanan perbankan digital (Amera P. Safira 2021).

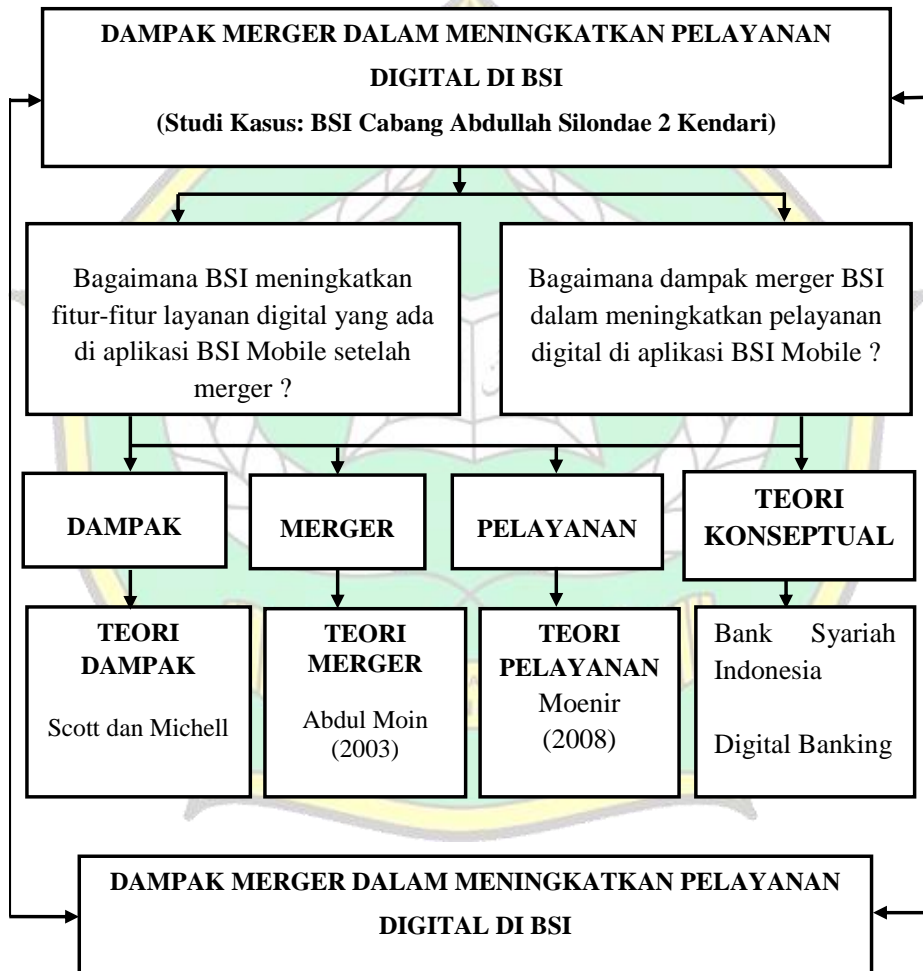
2.4. Kerangka Pikir

Menurut (Sugiyono, 2017) mengemukakan bahwa kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan

sebagai masalah yang penting. Adapun kerangka pikir dari penelitian peneliti sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pikir



Sumber: data olahan sendiri kerangka pikir