



Volume 1 Nomor 4 (2022) Pages 415 – 421

Change Think Journal

Email Journal : changethink.bbc@gmail.com

Web Journal : <http://journal.bungabangsacirebon.ac.id/index.php/changethink>



PERAN E-COMMERCE BAGI KEBERLANGSUNGAN BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA BSI KCP CIREBON PLERED 2)

Afiyah Anjaryani¹

¹Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon

Email : afiyah@gmail.com

Received: 2022-11-26; Accepted: 2022-12-17; Published: 2022-12-30

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran e-commerce bagi keberlangsungan BSI KCP Cirebon Plered 2, bagaimana tingkat pemahaman nasabah terkait penggunaan e-commerce di BSI KCP Cirebon Plered 2, serta bagaimana perkembangan kegiatan transaksi yang menggunakan e-commerce di BSI KCP Cirebon Plered 2. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan penelitian lapangan. Data yang dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk melengkapi informasi dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini memiliki peranan yang sangat besar dalam berkontribusi seperti untuk menghemat biaya operasional, mengekspetifkan waktu pelayanan bank, serta mendapatkan peluang bisnis baru bagi bank. Pemahaman nasabah terkait penggunaan e-commerce terdapat nasabah yang sudah memahami e-commerce serta ada pula yang masih belum memahami apa itu e-commerce. Kebanyakan nasabah hanya menggunakan layanan m-banking saja, dan juga dalam m-banking nasabah hanya untuk melakukan transaksi dasar saja seperti pengiriman uang dan cek saldo rekening padahal masih banyak sekali fitur-fitur dalam m-banking BSI yang dapat dimanfaatkan. Perkembangan kegiatan transaksi yang menggunakan e-commerce meliputi perbedaan dari yang sebelumnya yaitu adanya fitur-fitur seperti pembayaran tagihan, top up e-wallet, fitur e-mas, fitur zifwaf, fitur rekening autosave dan qurban, dan jadwal sholat.

Kata Kunci : *e-commerce, bank syariah, pemahaman nasabah.*

ABSTRACT

This study aims to determine the role of e-commerce for the sustainability of BSI KCP Cirebon Plered 2, what is the level of customer understanding regarding the use of e-commerce at BSI KCP Cirebon Plered 2, and how is the development of transaction activities using e-commerce at BSI KCP Cirebon Plered 2. The method used is a qualitative method with field research. Data collected by means of observation, interviews, and documentation to complete the information in this study. The results of this study have a very large role in contributing such as saving operational costs, streamlining bank service time, and obtaining new business opportunities for banks. Understanding of customers regarding the use of e-commerce, there are customers who already understand e-commerce and some who still do not understand what e-commerce is. Most customers only use m-banking services, and also

in m-banking customers only do basic transactions such as sending money and checking account balances even though there are still many features in BSI's m-banking that can be utilized. The development of transaction activities using e-commerce includes differences from the previous ones, namely the existence of features such as bill payments, e-wallet top ups, gold features, zifwaf features, autosave and qurban account features, and prayer schedules.

Keywords: *e-commerce, Islamic bank, customer understanding.*

PENDAHULUAN

Meluasnya akses terhadap fasilitas komunikasi massa dan alat informasi termasuk internet dalam beberapa tahun terakhir ini telah menciptakan transformasi yang besar dalam interaksi sesama manusia. Internet juga memungkinkan manusia mengambil dan mengolah ilmu pengetahuan ataupun informasi dari situs-situs yang dikunjunginya tanpa adanya batasan jarak dan waktu (Gani, 2016). Di era sekarang, internet menjadi mekanisme komunikasi yang kuat dan bisa memfasilitasi penyempurnaan dan pengolahan transaksi bisnis. Hal ini telah menyebabkan perubahan substansial dalam industri (Pradana, 2015).

Perdagangan mengalami perubahan dalam hal proses jual beli dan pemasaran produk. Proses perdagangan ini lebih dikenal dengan istilah *electronic-commerce* atau disingkat *e-commerce*. Salah satu fitur *e-commerce* adalah katalog online dari produk yang diperdagangkan, tetapi ada banyak fitur *e-commerce* lainnya, termasuk pemrosesan pembayaran elektronik. Bagi konsumen sendiri, *e-commerce* memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk dan jasa serta menghemat waktu dalam bertransaksi (Prasetio et al., 2016). Industri *e-commerce* telah berkembang cukup pesat di Indonesia dengan semakin majunya inovasi teknologi dan maraknya pengguna internet di Indonesia. Melihat data dari Bank Indonesia, Tercatat nilai transaksi *e-commerce* pada Februari 2022 mencapai Rp 30,8 triliun, tumbuh sekitar 12 persen dibanding periode yang sama tahun sebelumnya, yakni sebesar Rp 27,3 triliun. Adapun total volume transaksi *e-commerce* mencapai 222,9 juta transaksi pada Februari 2022, meningkat sekitar 27 persen dibanding Februari tahun lalu sebanyak 174,6 juta transaksi. (www.money.kompas.com, 2022).

Bank syariah indonesia telah mempunyai beberapa strategi untuk meningkatkan pendapatan non bunga hal ini salah satunya dilakukan dengan bekerjasama dengan *e-commerce*, kecenderungan bank untuk memperbesar pendapatan *fee based income* tercermin dari upaya bank menambah layanan yang menawarkan berbagai kemudahan bagi nasabahnya (Rohim, n.d.), kepraktisan bertransaksi tanpa terbatas ruang dan waktu dengan menawarkan berbagai fitur-fitur melalui internet banking maupun mobile banking upaya meningkatkan perolehan *fee based income* juga tercermin dari penambahan mesin anjungan tunai Mandiri (ATM) lalu mobile banking sebagai salah satu sumber perolehan *fee based income* dan diharapkan dengan semakin meningkatnya pemanfaatan kedua layanan tersebut juga dapat menambah

fee based income yang diperoleh bank dimana hal tersebut dapat sangat mempengaruhi keberlangsungan bank itu sendiri.

Sebagai lembaga keuangan, BSI KCP Cirebon plered 2 menjadikan daya saing semakin ketat dengan bank-bank lainnya, jika tidak dapat bersaing maka perusahaan tidak dapat beroperasi dengan baik. dalam transaksi e-commerce terdapat kerugian yang mungkin terjadi misalnya, terjadinya kendala jaringan yang dapat menghambat proses transaksi, penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak, pencurian data oleh hacker (*skimming*), dimana dapat mempengaruhi peran e-commerce dalam keberlangsungan BSI KCP Cirebon plered 2.

Dengan adanya transaksi e-commerce dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi tanpa terbatas ruang dan waktu (Kurniawati, 2019) dengan menawarkan berbagai fitur melalui aplikasi-aplikasi yang telah disediakan oleh bank syariah indonesia dan juga dapat memudahkan karyawan untuk melakukan pengecekan data nasabah dan dapat membantu melindungi aset dan mengurangi kemungkinan terjadinya penipuan maupun kesalahan yang terjadi dengan aktivitas bisnis secara e-commerce, maka perusahaan dapat memperluas aktivitas dan menjangkau konsumen dengan lebih mudah.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2017). Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif dimana penulisannya data dan fakta yang dihimpun dalam bentuk kata atau gambar daripada angka. Dalam penelitian ini peneliti mengutip dan mengungkapkan data data lapangan yang didapat sebagai pendukung terhadap laporan yang di sajikan (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan dua sumber data yakni data primer dan data sekunder. Menurut (Sugiyono, 2017) yang dimaksud data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sedangkan data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data melainkan lewat orang lain atau dokumen. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi lapangan guna keperluan penelitian yakni observasi, wawancara, dokumentasi. Untuk menguji keabsahan dalam penelitian kualitatif, maka diperlukan pemeriksaan keabsahan pada penelitian ini dengan menggunakan teknik triangulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di BSI terdapat produk-produk e-commerce akan tetapi e-commerce dalam BSI dinamakan e-channel dimana mencakup m-banking, mobile banking adalah fasilitas layanan dalam bank yang memberikan kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terbaru dan transaksi finansial secara real time. Internet banking merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang digunakan nasabah untuk mendapatkan informasi, melaksanakan komunikasi

serta melaksanakan transaksi perbankan lewat jaringan internet melalui website yang disediakan oleh bank, dan phone banking adalah layanan perbankan yang memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan di mana saja dan kapan saja karena nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui sarana telekomunikasi yaitu dengan menggunakan telepon.

Bagi nasabah yang menggunakan layanan e-commerce akan mendapatkan keuntungan seperti dapat menghemat waktu, dan ada banyak promo apresiasi dimana setiap nasabah yang paling banyak melakukan transaksi di BSI KCP Cirebon Plered 2 akan mendapatkan promo salah satunya diberikan saldo sebesar Rp.1.000.000 dari pihak BSI KCP Cirebon Plered 2. Pendapatan BSI juga meningkat dengan adanya layanan e-commerce, pendapatan itu berasal dari biaya admin misalnya saat melakukan pengiriman antar bank atau melakukan pembelian e-wallet atau pembelian transaksi lainnya seperti pulsa elektrik dan token listrik, ada juga dilakukan untuk pembayaran tagihan. Semakin berkembangnya teknologi hal itu juga dapat menjadi kendala dalam pemasaran e-commerce diantaranya adalah masih banyak nasabah yang nyaman menggunakan kartu karena kurang pemahaman terhadap teknologi biasanya nasabah-nasabah yang lanjut usia, kejahatan digital seperti pencurian data atau informasi pribadi nasabah karena hal tersebut bank harus selalu meningkatkan keamanan dalam layanannya.

Di BSI terdapat produk-produk e-commerce (Utama, 2021) akan tetapi e-commerce dalam BSI dinamakan e-channel dimana mencakup m-banking, mobile banking, internet banking, dan phone banking yang memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan di mana saja dan kapan saja melalui sarana telekomunikasi dengan menggunakan telepon. Peran e-commerce bagi keberlangsungan BSI adalah untuk menghemat biaya operasional salah satunya yaitu dimana apabila setelah melakukan pengiriman uang tidak perlu lagi ada bukti struk karena sudah secara digital, mengkefektifkan waktu pelayan bank dimana nasabah tidak perlu lagi mengantri lama di bank dan pihak bank juga hanya perlu melayani nasabah diatas transaksi Rp.5.000.000 saja, e-commerce juga berperan untuk mendapatkan peluang bisnis baru bagi bank yaitu dengan menciptakan produk dan inovasi-inovasi baru. Peran e-commerce sendiri menurut (Ayu & Lahmi, 2020) yaitu agar para pelaku usaha dapat memperluas operasinya. E-commerce dinilai memiliki prospek yang baik di masa depan, dapat meningkatkan pemahaman pelaku bisnis tentang tren dan perilaku pasar, Pelaku bisnis harus mampu beradaptasi dengan cepat untuk menjaga kelangsungan bisnis, Pemasaran dapat diperluas melalui e-commerce, dan dapat memudahkan dalam mengevaluasi dan mengukur efektifitas penjualan, peningkatan deal, dll sebagai acuan pengambilan keputusan strategis.

Di era digitalisasi saat ini BSI menggunakan sistem e-commerce untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Dengan hadirnya e-commerce, nasabah

BSI KCP Cirebon plered 2 sebisa mungkin diharuskan untuk menggunakan layanan e-commerce, oleh sebab itu terdapat nasabah yang sudah memahami e-commerce serta ada pula yang masih belum memahami apa itu e-commerce. Kurangnya pemahaman nasabah terhadap layanan e-commerce di BSI yaitu terlihat dari kebanyakan nasabah hanya menggunakan layanan m-banking saja, dan juga dalam m-banking nasabah hanya untuk transaksi dasar saja seperti pengiriman uang dan cek saldo rekening padahal masih banyak sekali fitur-fitur dalam m-banking BSI yang dapat dimanfaatkan. Transaksi e-commerce didefinisikan sebagai proses pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer melalui internet (Pradana, 2017).

Setiap nasabah memiliki pengalaman berbeda-beda dalam menggunakan layanan e-commerce di BSI, kebanyakan dari mereka merasa diuntungkan dari layanan e-commerce, dari pengalaman yang diperoleh ada peran positif dan negatif nya. Peran positif nya yaitu, dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi tanpa harus keluar rumah saat ingin melakukan pengiriman uang, dan saat ingin melihat sisa saldo pun bisa melalui m-banking, atau bahkan saat ingin melakukan pembelian e-wallet, dalam m-banking BSI juga mempunyai fitur yang berbeda dari m-banking bank lainnya. Di era digitalisasi saat ini BSI menggunakan sistem e-commerce untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Dengan hadirnya e-commerce, nasabah BSI KCP Cirebon plered 2 sebisa mungkin diharuskan untuk menggunakan layanan e-commerce, oleh sebab itu terdapat nasabah yang sudah memahami e-commerce serta ada pula yang masih belum memahami apa itu e-commerce. Kurangnya pemahaman nasabah terhadap layanan e-commerce di BSI yaitu terlihat dari kebanyakan nasabah hanya menggunakan layanan m-banking saja, dan juga dalam m-banking nasabah hanya untuk transaksi dasar saja seperti pengiriman uang dan cek saldo rekening padahal masih banyak sekali fitur-fitur dalam m-banking BSI yang dapat dimanfaatkan. Fitur-fitur tersebut seperti pembayaran tagihan, top up e-wallet, tabungan emas yaitu dalam fitur e-mas, fitur zifwaf, fitur rekening Autosave Dan Qurban. Ketiga adanya Fitur rekening Autosave Dan Qurban yang memudahkan nasabah yang ingin menabung dana Qurban secara otomatis via BSI Mobile. Dilengkapi juga dengan fitur pembelian hewan Qurban melalui penyelenggaraan Qurban yang merupakan rekanan Bank. yang terakhir fitur jadwal sholat yang dimana fitur ini memberikan kemudahan bagi Anda yang ingin melaksanakan kewajiban shalat dengan memberikan fitur yang menunjukkan waktu shalat, lokasi masjid, arah kiblat yang disesuaikan berdasarkan lokasi anda berada. (<https://bsimobile.co.id/>, n.d.). Disisi lain ada pula peran negatif nya yaitu sering terjadinya kendala jaringan, dan masih ada beberapa nasabah yang kadang mengalami error saat membuka aplikasi dan juga ada beberapa nasabah yang didarah tempat tinggalnya masih sulit untuk mengakses internet.

Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah mengubah cara hidup manusia di dunia termasuk Indonesia, konsep tradisional masyarakat

Indonesia juga perlahan berubah, dari sektor pertanian menyerap tenaga kerja, ke sektor industri, dan sekarang ke lapangan. Informasi dan komunikasi yang juga sejalan dengan Indonesia Perkembangan internet tidak dapat dipisahkan. Teknologi juga telah banyak digunakan di berbagai bidang seperti perdagangan, korporasi, perbankan, pendidikan dan kesehatan, yang akan meningkatkan efisiensi dan menekan biaya. Dalam kegiatan transaksi, perubahan cara penggunaan media informasi telah menyebabkan terjadinya transformasi dan pergeseran paradigma dari sistem transaksi tradisional ke sistem transaksi elektronik. Bentuk e-commerce ini telah menyebabkan pembelian dan penjualan barang dan jasa secara online yang dikenal sebagai e-commerce. (Nasution et al., 2020).

KESIMPULAN

Peran e-commerce memiliki peranan yang sangat besar dalam berkontribusi seperti untuk menghemat biaya operasional, mengaktifkan waktu pelayan bank, e-commerce juga berperan untuk mendapatkan peluang bisnis baru bagi bank yaitu dengan menciptakan produk dan inovasi-inovasi baru. Kurangnya pemahaman nasabah terhadap layanan e-commerce di BSI yaitu terlihat dari kebanyakan nasabah hanya menggunakan layanan m-banking saja, dan juga dalam m-banking nasabah hanya untuk melakukan transaksi dasar saja seperti pengiriman uang dan cek saldo rekening padahal masih banyak sekali fitur-fitur dalam m-banking BSI yang dapat dimanfaatkan. Perkembangan transaksi tersebut meliputi perbedaan dari yang sebelumnya yaitu adanya fitur-fitur seperti pembayaran tagihan, top up e-wallet, fitur e-mas, fitur ziswaf, fitur rekening autosave dan qurban, dan jadwal shalat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114–123.
- Gani, A. G. (2016). Pengenalan Teknologi Internet Serta Dampaknya. *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma*, 2(2). <https://doi.org/10.35968/jsi.v2i2.49>
- <https://bsimobile.co.id/>. (n.d.). DIGITAL BANKING BSI.
- Kurniawati, A. D. (2019). Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Islam. *El Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 2(1), 90–113.
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 3(2), 506–519.
- Pradana, M. (2017). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Modus*, 27(2), 163. <https://doi.org/10.24002/modus.v27i2.554>

- Prasetio, A., Ashoer, M., Hutahaean, J., Simarmata, J., Samosir, R. S., Nugraha, H., Jamaludin, Harmayani, Putra, S. H., Irdawati, I., Ardiana, D. P. Y., Purba, B., & Manullang, S. O. (2016). *Konsep Dasar E-Commerce*.
- Rohim, S. (n.d.). *FEE Based income pada bank syariah dan upaya mendapatkannya (studi kasus pada PT. Bank Syariah Muamalat Indonesia, tbk)*.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kualitatif* (S. Y. Suryandari (ed.); Edisi ke-3). Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. PT ALFABETA.
- Utama, A. S. (2021). Digitalisasi Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Justisia: Jurnal Ilmu Hukum, Perundang-Undangan dan Pranata Sosial*, 6(2), 113–126.
- www.money.kompas.com. (2022). No Title. Diakses Pada Tanggal 17 Juni 2022 Pukul 22.18 Wib