BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Revolusi industri 4.0 merupakan fase keempat dari berjalannya revolusi industri sejak abad ke 18. Era 4.0 atau yang biasa kita kenal dengan sebutan istilah "*Cyber physical system*" adalah sebuah fenomena yang terjadi dimana adanya koloborasi antara teknologi siber dengan teknologi otomatisasi yang tidak lain merupakan sebuah upaya tranformasi yang mengintregasikan berbagai sistem, dimana internet merupakan suatu alat yang sangat penting dan sebagai penopang utama dalam proses berjalannya sistem teknologi ini.[1]

Untuk saat ini pertumbuhan teknologi sangatlah pesat, dimana semua sektor yang ada di kehidupan kita tidak terlepas dari pengaruh teknologi, oleh karena itu teknologi menjadi suatu kebutuhan yang penting dalam berlangsungnya kehidupan manusia khusunya pada sektor ekonomi, yang dimana teknologi ini memiliki fungsi sebagai penunjang untuk mempercepat berkembangnya ekonomi suatu negara. Hal ini menjadikan sebuah tuntutan bagi para pelaku ekonomi untuk memanfaat teknologi secara secara efektif dan efisien agar dapat bersaing pada lingkup regional, nasional maupun internasional.

Sektor ekonomi dan keuangan merupakan sektor yang paling terpengaruh oleh berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Karena menurut

[1] Akmal, *Lebih Dekat Dengan Industri 4.0*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 24.

Sihombing yang dikutip oleh Wardhana dalam jurnalnya menjel askan bahwa berkembangnya *Information and Communication Technologi* (ICT) menjadi sebuah keuntungan tersendiri bagi dunia bisnis karena dapat memudahkan berbagai transaksi yang ada terutama pada sektor ekonomi perdagangan serta dapat memudahkan dalam penggunaan *cyberspace* melalui *electronic transaction*.[2] Perkembangan teknologi informasi ini juga tak luput dari adanya layanan jaringan internet yang lebih memudahkan masyarakat dalam melakukan sesuatu, selain untuk mempermudah mengakses informasi layanan jaringan internet juga bisa digunakan masyarakat dalam melakukan transaksi ekonomi atau *e-commerc*, oleh karena itu hal ini menjadi sebuah tantangan yang menarik bagi industri keuangan perbankan maupun non bank dimana mereka semua harus bisa mengembangkan sistem pelayanan yang awalnya tradisional menjadi digitalisasi layanan.

Pelayanan adalah suatu tindakan atau kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok dengan dasar dan metode tertentu untuk memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan hak nya, dimana pelayanan mempunyai sebuah hakikat untuk memberikan sebuah kepuasan terhadap konsumen.[3] Oleh sebab itu pelayanan merupakan faktor yang sangat penting dalam berbagai kegiatan bisnis, karena dengan terpuaskannya para konsumen maka akan memberikan dampak positif bagi perusahaan atau lembaga.

---

[2] Aditya Wardhana, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia", *DeReMa (Development Research of Management) Jurnal Manajemen*, Vol. 2 Nomor 1, (2015), 34. https://doi.org/10.20473/vol7iss20206pp1118-1127

[3] Faroh, W, "Analisa Pengaruh Harga, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian", *Journal Ilmiah Prodi Manajemen,* Vol. 4 Nomor 2, (2017), 3-24. https://doi.org/10.36805/manajemen.v3i2.253

Secara umum layanan ada 2 macam yaitu layanan digital dan layanan tradisional, layanan digital merupakan sebuah kegiatan pelayanan yang berbasis teknologi informasi, berbeda hal nya dengan layanan tradisional dimana layanan ini menuntut untuk adanya kegiatan tatap muka serta fasilitas fisik lainnya. Oleh karena itu layanan berbasis teknologi informasi ini menawarkan berbagai keunggulan dibanding dengan layanan tradisional, melalui layanan digital ini permasalahan seperti jarak, waktu serta antrean bisa di eliminasi.

Era Digitalisasi lahir dengan serangkaian fitur dan manfaat yang dihadirkannya. Berbagai kemudahan bisa didapatkan dengan menerapkan digitalisasi baik itu dalam keseharian individu maupun dalam operasional sebuah organisasi atau perusahaan.[4]

Untuk saat ini lembaga keuangan perbankan mulai mengembangkan layanan nya agar para nasabah bisa melakukan transaksi mandiri tanpa harus datang ke kantor Bank, beberapa bentuk layanan mandiri perbankan yaitu melakukan transasksi tunai, regisrtrasi, transfer dan masih banyak lagi lainnya sampai penutupan rekening tanpa harus datang ke kantor . Hal ini dikenal dengan sebutan digital banking atau layanan digital, bukti yang menunjukkan bahwasannya layanan digital sudah berkembang adalah dengan adanya pengembangan layanan oleh perbankan Indonesia yang sangat bermanfaat bagi masyarakat seperti *m-banking, m-payment, e-money* dan internet banking.[5]

---

[4] Raza, E, "Manfaat dan Dampak Digitalisasi di Era 4.0", *Jurnal Logistik Indonesia*, Vol. 4 Nomor 1, (2020), 49-63. https://doi.org/10.31334/logistik.v4i1.873

[5] Ibid.,

Bagi lembaga keuangan, digitalisasi bukanlah sebuah pilihan, namun merupakan sebuah bentuk keharusan, karena para nasabah berharap adanya fleksibilitas, kecepatan, kenyamanan, kemudahan dan tersedianya layanan 24 jam. Maka dari itu banyak lembaga keuangan perbankan maupun non bank di Indonesia yang mempromosikan bahkan menginvestasikan dananya untuk melakukan pengembangan layanannya menjadi layanan digital. Sesuai fakta tersebut trend layanan digital menjadi sebuah tuntutan bagi semua lembaga keuangan baik perbankan maupun non bank karena hal ini merupakan sebuah bentuk kreatifitas dalam menciptakan keunggulan produk ditengah persaingan yang ketat antar lembaga keuangan.

Dewasa ini, teknologi informasi tidak hanya hadir dan dipakai oleh lembaga bank saja, namun lembaga keuangan non bank juga saat ini sudah banyak yang memanfaatkan teknologi informasi secara efektif dan efisien untuk mengembangkan lembaganya. Hal ini sejalan dengan peraturan OJK Nomor 4 POJK 05 tahun 2021 tentang penerapan teknologi informasi guna memanajemen resiko pada lembaga keuangan non bank, sehingga diharapkan dengan adanya teknologi informasi bagi lembaga non bank ini dapat memunculkan sebuah peningkatan. Salah satunya penerapan pada lembaga keuangan syariah non bank Baitul Mal wa Tamwil (BMT).

Baitul Mal wa Tamwil (BMT) merupakan lembaga keuangan mikro dengan prinsip syariah yang mempunyai karakteristik khusus yaitu baitul maal yang mengandung nilai sosial dimana menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat berupa zakat, infaq, sadaqoh. Selain itu

terdapat baitul tamwil yang mengandung unsur bisnis komersil yang menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat menengah kebawah.[6] Konsep bisnis dalam lembaga BMT lebih mengedepankan aspek kemaslahatan dan kemanusian tanpa hanya memikirkan keuntungan semata.[7] Sehingga dalam hal ini diharapkan dengan hadirnya lembaga BMT menjadi sebuah jawaban bagi masyarakat menengah kebawah dalam hal untuk pembiayaan guna memenuhi kebutuhan usaha maupun mensejahterakan kehidupan.

KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR adalah sebuah lembaga ekonomi swadaya mayarakat yang tumbuh dan berkembang di wilayah kota Mojokerto. Dimana pada bulan juli 2009 KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR mulai beroperasi, dimana pada awal berdirinnya KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR ini hanya sebagai BMT berbasis sekolah yang melayani seluruh siswa-siswi sekolah Islam Terpadu yang terdiri dari PGIT, TKIT, SDIT dan SMPIT sekaligus guru dan karyawan Yayasan Permata Mojokerto. Dan seiring dengan berjalanya waktu tepatnya pada tanggal 14 Mei 2010 KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR mempunyai badan hukum dengan no: 518.1/BH/XVI/228/103/2010 untuk beroperasi di wilayah Jawa Timur. KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR mempunyai visi yakni Menjadi Lembaga Keuangan Syariah Berbasis Sistem Pengelolaan Yang Kredibel

[6] Sudjana, K, "Peran Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah Yang Kompetitif ", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 6 Nomor 2, (2020), 175-194. https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1086

[7] Solekha, Y. A., Murdianah, A. Q., Lestari, N. S., & Asytuti, R., Baitul Maal Wa Tamwil Sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah Pemberdaya Ekonomi Umat (Konsep Dan Teori). *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, Vol. 1 Nomor 1, (2021), 44-58. https://doi.org/10.28918/velocity.v1i1.3647

Amanah dan Profesional.[8]

Pada era globalisasi ini persaingan dunia lembaga keuangan mikro syariah khususnya persaingan dalam pemberian fasilitas pelayanan jasa semakin ketat, dibuktikan dengan beberapa BMT mengeluarkan inovasi layanan sesuai dengan kebutuhan masyarakat seperti antar jemput tabungan kepada anggota yang ingin menabung, mengambil, dan membayar angsuran. Adapula BMT yang sudah mengeluarkan inovasi terbaru yaitu transaksi online. Hal ini membuat setiap BMT atau lembaga keuangan mikro syariah lainnya berlomba-lomba untuk terus mengembangkan kualitas pelayanan agar terpenuhinya keinginan dan kepuasan para anggota, dengan tujuan untuk menjaga kepercayaan para anggota kepada BMT sehingga anggota akan loyal terhadap BMT.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa lembaga keuangan mikro syariah atau BMT, memuaskan anggotanya adalah sebuah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan anggota merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi anggota merupakan hal yang sangat penting.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Dengan meningkatkan kualitas layanan oleh suatu perusahaan lembaga keuangan mikro syariah suatu cara yang riil dalam memenangkan persaingan

[8] Machmud Sampoerno, *Wawancara*, Mojokerto, 23 Mei 2023.

dan mempertahankan anggota. Sehingga kepuasan anggota dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan.

Menurut Machmud Sampoerno selaku *manager IT* di KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR, strategi layanan digitalisasi merupakan sebuah kewajiban dan keharusan bagi lembaga keuangan mikro syariah karena untuk zaman serba modern ini semua orang pasti menginginkan sebuah pelayanan yang praktis efektif dan efisien dimana pada saat melakukan transaksi apapun kita tidak harus datang ke kantor terlebih dahulu.[9]

Layanan digital yang di program oleh KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR diberi nama BMT permata mobile. BMT permata mobile merupakan aplikasi mobile yang dikembangkan oleh KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR untuk melakukan transaksi keuangan berbasis elektronik. Aplikasi ini diperuntukan bagi semua anggota KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR yang tidak bisa melakukan transaksi secara langsung dan tidak memiliki waktu untuk datang kekantor.

BMT permata mobile ini mulai diresmikan dan diperkenalkan kepada anggota pada tanggal 19 juli 2018 pada saat milad ke-9 KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR. Dalam aplikasi tersebut memuat berbagai fitur diantaranya: Informasi simpanan, mutasi simpanan, riwayat pembiayaan, transfer, pembelian dan pembayaran E-commerce (PLN prepaid, PLN potspaid, BPJS, PDAM, pulsa dan voucher data, saldo gopay, OVO, LinkAja,

[9] Ibid.,

Dana, Shopee pay, topup game online) dan juga ada fitur donasi (zakat, infaq dan sedekah).[10] Dengan ini anggota lebih dimudahkan dalam melakukan kegiatan diatas dan tidak perlu untuk datang ke kantor BMT.

Adanya BMT permata mobile, juga menjadi daya tarik tersendiri bagi anggota dan calon anggota untuk bergabung dan loyal dengan KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR, hal ini bisa dilihat dari perbandingan dan peningkatan jumlah anggota aktif dari tahun ke tahun sebelum dan setelah diresmikan nya layanan digital BMT permata mobile.[11]

Tabel 1. 1
Jumlah Anggota Aktif BMT Permata 2010 - 2023

Sebelum ada BMT Permata Mobile 2010 – 2017		Sesudah ada BMT Permata Mobile 2010 – 2017	
2010	512 anggota aktif	2018	5.194 anggota aktif
2011	694 anggota aktif	2019	6.692 anggota aktif
2012	864 anggota aktif	2020	7.841 anggota aktif
2013	1.365 anggota aktif	2021	9.359 anggota aktif
2014	1.721 anggota aktif	2022	11.572 anggota aktif
2015	2.229 anggota aktif	Mei/2023	12.201 anggota aktif
2016	2.657 anggota aktif		
2017	3.634 anggota aktif		

Sumber: Data Arsip KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR.

Jika melihat tabel diatas, perbandingan peningkatan jumlah anggota aktif sangat signifikan setelah hadirnya BMT permata mobile, hal ini menunjukkan bahwasannya pengembangan layanan itu sangat penting bagi perusahaan atau lembaga. Pesatnya perkembangan teknologi yang membuka secara geografis serta bergesernya frekuensi masyarakat dalam mengakses layanan keuangan, maka BMT hendaknya harus benar-benar mengetahui akan pentingnya peran teknologi digital dalam mengembangkan layanan. Maka BMT harus mampu

[10] Ibid,.
[11] Ibid.,

tampil modern, mempunyai prespektif global, dan memiliki layanan berbasis digital.

Akan tetapi meskipun jumlah anggota KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR meningkat setiap tahunnya, masih banyak anggota yang belum menggunakan layanan digitalisasi BMT PERMATA MOBILE, hal ini bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. 2
Jumlah Anggota Pengguna BMT Permata Mobile

TAHUN	JUMLAH ANGGOTA PENGGUNA BMT Permata Mobile
2018	433 Anggota
2019	985 Anggota
2020	1.978 Anggota
2021	2.937 Anggota
2022	3.356 Anggota
2023	3.749 Anggota

Sumber: Data Arsip KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR.

Jika melihat tabel diatas maka kita akan mengetahui bahwa masih ± 40% anggota aktif KSPPS BMT PERMATA yang mengakses layanan digitalisasi BMT Permata Mobile, angka disini masih terbilang sedikit untuk jumlah anggota yang memanfaatkan digitalisasi layanan.

Oleh karena itu dengan adanya fenomena diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitin tentang, strategi-setrategi pengembangan layanan melalui digitalisasi yang dilakukan oleh KSPPS BMT PERMATA, faktor penghambat dan pendukung digitalisasi layanan ini dan juga bagaimana kesiapan KSPPS BMT PERMATA dalam menghadapi faktor faktor tersebut. Dengan mengangkat judul “ANALISA STRATEGI LAYANAN DIGITALISASI (BMT PERMATA MOBILE) DALAM PENGEMBANGAN LAYANAN

PADA KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR KOTA MOJOKERTO".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di gambarkan di atas, maka dapat ditentukan pokok masalah yang akan di teliti yaitu :

1. Bagaimana strategi pengembangan layanan melalui digitalisasi (BMT Permata Mobile) pada KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR Kota Mojokerto?
2. Bagaimana upaya kesiapan KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR Kota mojokerto dalam menghadapi faktor pendukung dan penghambat pengembangan layanan digitalisasi (BMT Permata Mobile)?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Bagaimana strategi pengembangan layanan melalui digitalisasi (BMT Permata Mobile) pada KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR Kota Mojokerto
2. Untuk mengetahui bagaimana upaya kesiapan KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR Kota mojokerto dalam menghadapi faktor pendukung dan penghambat pengembangan layanan melalui digitalisasi (BMT Permata Mobile).

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak di capai, maka penulis berharap dalam penelitian nya membuahkan sebuah kemanfaatan baik secara langsung maupun tidak langsung, adapaun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan bisa memberi tambahan wawasan dan pengetahuan penulis mengenai strategi layanan digitalisasi yang di lakukan oleh sebuah lembaga keuangan syariah non bank yang bernama KSPPS BMT PERMATA JAWATIMUR MOJOKERTO dalam meningkatkan dan mengembangkan pelayanannya. Sekaligus penulis berharap agar penelitian nya ini bisa bermanfaat bagi pembaca dan dapat di jadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

   Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi KSPPS BMT PERMATA JAWA TIMUR MOJOKERTO dalam pelaksanaan strateginya terkait pengembangan layanan secara digital.