

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan ekonomi tidak terlepas dari peran penting sektor jasa keuangan khususnya perbankan. Perbankan memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin baik kondisi perbankan suatu negara, maka semakin baik pula kondisi perekonomian suatu negara tersebut (Sulhan & Siswanto, 2008, hal. 3)

Perbankan merupakan lembaga yang mempunyai peran utama dalam pembangunan suatu negara. Peran ini terwujud dalam fungsi bank, yaitu sebagai intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*), yakni menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 berdasarkan prinsip operasionalnya bank dibedakan menjadi dua, yaitu bank yang berdasarkan prinsip syariah dan bank konvensional (Umam, 2016, hal. 1).

Perekonomian suatu negara memiliki tujuan untuk merealisasikan ekonomi yang sehat. Dengan memberdayakan dana dan investasi yang ada pada masyarakat dapat disalurkan dalam berbagai kegiatan produktif. Sehingga dapat terwujud pertumbuhan ekonomi yang sehat dan terhindar dari riba.

Allah berfirman dalam Qs. Al-Baqarah/ 3 : 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ
بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ
فَأَنْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



“orang-orang yang Makan (mengambil) riba[174] tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila[175]. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu[176] (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”

Peranan bank syariah menjawab ayat tersebut yang menjalankan fungsi intermediasinya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam dan bebas riba. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah pasal 1 ayat 7 disebutkan bahwa, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Pasal 1 Angka 12 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syariah (Anshori, 2010, hal. 38).

Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin cepat berkembang. Hal ini terlihat dari banyaknya perusahaan yang bermunculan. Semakin banyak merek dan produk semakin ketat pula persaingan dalam dunia bisnis (Cahyono, 1996,

hal. 1). Begitu juga dalam perekonomian dan sistem teknologi khususnya di Indonesia yang saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Semakin maju perekonomian di Indonesia diiringi pula dengan pesatnya daya saing antar perusahaan. Perusahaan berkompetisi untuk memberikan produk dan pelayanan terbaik kepada konsumen atau nasabah (Kotler, 1995, hal. 38). Keadaan konsumen yang sangat cepat berubah menuntut perusahaan agar lebih siap menghadapi tantangan-tantangan yang ada dipasar. Dengan perkembangan teknologi yang semakin modern menjadikan para konsumen lebih pandai dan selektif dalam memilih produk dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Sekarang ini persaingan dalam dunia perbankan semakin ketat, khususnya persaingan dalam pemberian fasilitas pelayanan jasa. Terbukti dari beberapa bank yang mengeluarkan inovasi layanan digital sesuai dengan kebutuhan masyarakat seperti E-Banking (*Electronic Banking*), yang terdiri dari ATM (*Automatic Teller Machine*), uang elektronik, *Mobile Banking* dan sebagainya. Hal ini membuat setiap perbankan berlomba-lomba untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan agar terpenuhi keinginan dan kepuasan nasabah serta terjaganya kepercayaan para nasabah kepada bank, agar menjadikan nasabah tetap loyal kepada bank (Hasibuan, 2007, hal. 152). Membuat nasabah tetap loyal adalah senjata utama yang harus dilakukan oleh suatu bank.

Pada dasarnya salah satu tujuan pelayanan perbankan adalah mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi. Pihak bank berusaha meningkatkan jasa pelayanan guna mempertahankan dan meningkatkan

nasabahnya. Bagi nasabah, pelayanan adalah alasan yang paling penting. Nasabah dapat mempercayai suatu bank karena pelayanan yang diberikan bank terhadap mereka (Kotler, 1995, hal. 59). Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan, memuaskan nasabahnya adalah hal yang sangat penting yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah adalah aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan dimasyarakat luas. Dengan adanya perbankan syariah yang telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi kuat.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Dengan meningkatkan kualitas layanan oleh suatu perusahaan bank merupakan suatu cara yang nyata dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan nasabah. Sehingga kepuasan nasabah dalam bidang jasa merupakan faktor penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan (Hasibuan, 2007, hal. 152). Perkembangan dunia usaha khususnya perbankan yang penuh dengan persaingan menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan orientasi terhadap cara mereka melayani nasabahnya, menangani pesaing, dan mengeluarkan produk (Huda, Hudori, Fahlevi, & dkk, 2017, hal. 2).

Perkembangan kualitas layanan menjadi hal yang harus diperhitungkan oleh perusahaan atau organisasi. Baik itu dalam perusahaan yang bergerak

dibidang jasa maupun perusahaan yang bergerak dibidang sektor industri. Di era sebelum 1980, faktor pelayanan nasabah atau pelanggan kurang mendapatkan perhatian dari berbagai perusahaan. Pelayanan nasabah masih dianggap sepele dan tidak diperdulikan dengan anggapan nasabahlah yang memerlukan perusahaan. Seiring dengan perkembangan perekonomian di Indonesia khususnya dan global umumnya serta kemajuan pola pikir dan perilaku masyarakat, pola tersebut menjadi semakin ditinggalkan. Kemajuan ekonomi telah mengakibatkan tingkat persaingan menjadi semakin tinggi sehingga perusahaan yang mampu memberikan kepuasan terhadap nasabahlah yang akan memperoleh simpati. Demikian pula halnya dengan nasabah, mereka telah pandai memilah-milah produk mana yang akan memberikan keuntungan lebih, serta pelayanan yang paling memuaskan. Sebagian perusahaan sengaja memanjakan nasabahnya melalui pelayanan yang diberikan (Kasmir, Etika Customer Service, 2005, hal. v).

Kualitas pelayanan menjadi salah satu cara atas keberhasilan dalam memberikan jaminan atas kepuasan bagi nasabah, melalui kualitas pelayanan pula seorang nasabah dapat memberikan penilaian secara obyektif dalam usaha menciptakan kepuasan nasabah. Dalam rangka untuk menciptakan kepuasan nasabah pada produk perbankan maka secara langsung terkait dengan dimensi kualitas pelayanan atau *service quality*. *Service Quality* (ServQual) merupakan salah satu konsep layanan perusahaan yang bisa diandalkan untuk bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat (Marketeers Editor, 2013). ServQual memiliki 5 dimensi utama menurut Parasuraman, et. Al. Dalam Tjiptono (2005:70) adalah bukti fisik atau bukti nyata (*tangibles*), reliabilitas/keandalan

(*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Jika kelima dimensi ini dapat terpenuhi, nasabah akan mendapatkan apa yang dinamakan *Customer Satisfaction* (Sunyoto, 2014, hal. 242).

Menurut Parasuraman et.l. (1985) mendefinisikan penilaian kualitas pelayanan sebagai suatu pertimbangan global atau sikap yang berhubungan dengan keunggulan (*superiority*) dari suatu pelayanan (jasa). Dengan kata lain, penilaian kualitas pelayanan adalah sama dengan sikap individu secara umum terhadap kinerja perusahaan. Selanjutnya ditambahkan bahwa penilaian kualitas pelayanan adalah tingkat dan arah perbedaan antara persepsi dan harapan nasabah dan atau calon nasabah. Dalam pengukuran kualitas pelayanan menurut Kotler dalam Ranguti (2003), harus bermula dari mengenali kebutuhan/kepentingan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah. Hal ini berarti bahwa gambaran kualitas harusnya mengacu pada pandangan nasabah dan bukan pada pihak penyedia jasa, karena nasabahlah yang membutuhkan dan menikmati jasa. Nasabah layak menentukan pelayanan itu berkualitas baik atau tidak (Hardiyansyah, 2018, hal. 109-110)

BNI Syariah merupakan bank syariah yang mempunyai visi menjadi bank syariah pilihan yang unggul dalam layanan dan kinerja, BNI Syariah melakukan inovasi untuk menguatkan produk dan layanan guna menjadi yang terdepan di industri perbankan syariah. PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin mengeluarkan inovasi pelayanan berbasis digital, karena peran teknologi digital saat ini sangat penting bagi perbankan syariah. Dengan adanya teknologi digital di perbankan syariah dapat memudahkan nasabah dan memberikan kenyamanan

serta transaksinya lebih cepat. Hal ini dinamakan dengan *Financial Technology* (*Fintech*). Di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin banyak mengeluarkan inovasi berupa layanan produk digital yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, seperti ATM (*Automatic Teller Machine*), E-Banking (*Electronic Banking*), SMS Banking, Aplikasi Wakaf Hasanah, *Life style* Hasanah, dan inovasi lainnya yang berbasis digital. Dari 100% nasabah yang menabung di BNI Syariah, sekitar 80% bahkan 90% yang menggunakan *Fintech* (Yuni, 2019).

Pesatnya perkembangan teknologi yang membuka secara geografis dan bergesernya frekuensi masyarakat dalam mengakses layanan keuangan, maka perbankan syariah hendaknya harus benar-benar mengetahui pentingnya peran teknologi dalam layanan perbankan. Mengingat semakin pesatnya persaingan didunia perbankan yang tidak dapat dihindari maka PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin harus terus berusaha memberikan dan mengembangkan inovasi-inovasi yang bagus untuk meningkatkan ketertarikan nasabah yaitu dengan mampu tampil modern dan memiliki layanan berbasis digital.

Berdasarkan paparan diatas dan melihat belum ada yang meneliti tentang hal ini, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Digital Produk Perbankan”**

B. Rumusan Masalah

Sebagaimana yang diterangkan diatas maka peneliti akan merumuskan masalah sebagai berikut, yaitu:

1. Bagaimana strategi PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan kualitas pelayanan digital produk perbankan?
2. Bagaimana analisis SWOT dari kualitas pelayanan digital produk perbankan di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin?

C. Tujuan Penulisan

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penulisan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Strategi PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan kualitas pelayanan digital produk perbankan.
2. Analisis SWOT dari kualitas pelayanan digital produk perbankan di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

D. Signifikansi Penulisan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Diharapkan mampu menambah dan memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan.

2. Diharapkan dapat bermanfaat untuk semua kalangan, baik itu para pelajar, mahasiswa, dan akademis lainnya.
3. Menambah referensi pada perpustakaan Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin pada umumnya dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan batasan istilah sebagai berikut.

1. Strategi Kualitas Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai kegiatan khusus. Dalam perkembangannya kata strategi sering dipakai dengan pengertian yang lebih luas sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (Poerwadarminta, 1993, hal. 964). Menurut George Steiner, *Strategic Planning*, 1979, Free Press secara umum, strategi adalah sebuah cara, rencana jangka panjang untuk mencapai suatu tujuan. Strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan (Rachmat, 2014, hal. 2).

Chandler mengemukakan bahwa “Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut”. Artinya rencana yang telah dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai sebuah tujuan yang penting (Rangkuti, 2008, hal. 4).

Kata kualitas mengandung banyak pengertian, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kualitas berarti: tingkat baik buruknya sesuatu, derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan, dsb), atau mutu (Hardiyansyah, 2018, p. 54) Dikemukakan oleh Tjiptono (2005) kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah “suatu penyajian produk dan jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen (Sunyoto, 2014, hal. 240).

Pelayanan (Brata, 2004) adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu meyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang (Admadjati, 2013, hal. 1).

Kualitas pelayanan telah hampir menjadi faktor yang menentukan dalam menjaga keberlangsungan suatu organisasi birokrasi pemerintah maupun organisasi perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa, sangat penting dalam upaya mewujudkan kepuasan pengguna jasa.

Menurut Martin (2001,p.6), Kualitas Pelayanan adalah suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal nasabah/pelanggan secara konsisten sesuai prosedur. Dalam hal ini penyedia jasa dituntut untuk berusaha mengerti apa yang diinginkan dan diharapkan nasabah/pelanggan, sehingga mempunyai harapan mendapatkan kualitas pelayanan yang baik.

Sedangkan menurut Kotler (2006,p.139), kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa. Dari kedua penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa didalam dunia bisnis transportasi yang menjual jasa, kualitas layanan itu sangat penting. Hal ini disebabkan kualitas layanan memberikan peluang kepada nasabah/pelanggan untuk mendapatkan nilai produk (barang dan layanan berupa jasa) yang sesuai dengan yang dibayar konsumen. Nasabah/pelnggan sangat ingin keberadaannya dihargai atau dilayani dengan sebaik mungkin oleh perusahaan. Itulah sebabnya kualitas pelayanan sangat penting untuk nasabah/pelanggan menjadi puas (Admadjati, 2013, hal. 21).

2. Layanan Digital Produk Perbankan

Layanan perbankan digital adalah suatu 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 nasabah atau calon nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan rekening melalui media digital (Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

Dapat disimpulkan bahwa digital produk perbankan merupakan sebuah terobosan layanan baru yang memanfaatkan teknologi digital sebagai media layanan perbankan bagi para nasabah. Hal ini bertujuan agar nasabah dan/atau calon nasabah dalam mengakses layanan perbankan dapat lebih mudah dan cepat,

disisi lain juga dapat meningkatkan kualitas layanan perbankan agar semakin menarik nasabah dan lebih baik.

F. Kajian Pustaka

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, baik mengenai kekurangan atau kelebihan yang sudah ada. Selain itu, peneliti juga menggali informasi dari buku-buku maupun skripsi untuk mendapatkan informasi yang ada sebelumnya tentang teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah.

Tabel 1.1
Kajian Pustaka

No	Nama/ NIM/ Jur/ Fak.	Judul Skripsi, Tesis, Jurnal/ Tahun.	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Rabiatul Adawiyah/ 1401160344/ Perbankan Syariah/ Ekonomi dan Bisnis Islam.	Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> dan ATM Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri/ 2018.	Sama-sama merupakan penelitian lapangan dan membahas tentang kualitas layanan digital produk perbankan syariah.	Penelitian yang diteliti oleh saudara Rabiatul Adawiyah bersifat statistik kuantitatif dan lebih membahas tentang pengaruh dimensi kualitas layanan <i>Mobile Banking</i> dan ATM terhadap	Hasil penelitian dari Rabiatul Adawiyah menunjukkan bahwasanya dimensi kualitas layanan meliputi <i>tangible</i> (X_1), <i>reliability</i> (X_2), <i>empathy</i> (X_3), <i>responsiveness</i> (X_4), <i>assurance</i> (X_5), secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP A. Yani Banjarmasin. Sedangkan secara persial dimensi

				<p>loyalitas nasabah, sedangkan peneliti dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan membahas tentang strategi bank syariah dalam meningkatkan kualitas pelayanan digital produk perbankan dan bukan hanya <i>Mobile Banking</i> dan ATM. Kemudian perbedaannya juga dilihat dari lokasi penelitian. Saudari Rabiatul Adawiyah melakukan penelitian pada Bank Syariah Mandiri Banjarmasin sedangkan peneliti di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.</p>	<p><i>reliability</i> (X_2), <i>empathy</i> (X_3), <i>responsiveness</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Yang lebih dominan berpengaruh adalah variabel <i>tangible</i> (X_1).</p>
2	Nurhalipah/	Minat Mahasiswa	Sama-sama membahas	Penelitian yang	Semua variabel kemudahan

	130116030/Perbankan Syariah/ Ekonomi dan Bisnis Islam.	a Perbankan Syariah (S.1) dalam Menggunakan Layanan SMS <i>Banking/</i> 2018.	tentang layanan digital perbankan.	dilakukan oleh saudara Nurhalipah merupakan penelitian lapangan yang bermetode kuantitatif, untuk memperoleh data yang diperlukan saudara menyebarkan kuesioner kepada para mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin dan hanya fokus membahas layanan SMS <i>Banking</i> . Sedangkan peneliti melakukan penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan untuk memperoleh data peneliti melakukan wawancara dengan para karyawan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin,	penggunaan (X1), kegunaan (X2), dan ketersediaan fitur (X3) berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan layanan <i>SMS Banking</i> , dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($31,90 > 3,07$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil analisis secara persial variabel kemudahan penggunaan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah, dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,981 > 1,65744$) yang dengan tingkat signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$, variabel kegunaan (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah (Y), dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($91,880 > 1,65744$) dengan tingkat signifikansi $0,063 < 0,05$ variabel ketersediaan fitur (X3) yang juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah (Y) yang dapat
--	--	---	------------------------------------	---	--

				dan pembahasannya bukan fokus pada SMS <i>Banking</i> .	ditunjukkan dengan nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($4,546 < 1,65744$) dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$.
3	Ahmad Riza/ 1401160395/ Perbankan Syariah/ Ekonomi dan Bisnis Islam.	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna <i>e-Banking</i> pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin/ 2018.	Sama-sama membahas tentang layanan digital produk perbankan dan sama-sama berlokasi di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.	Penelitian yang dilakukan oleh saudara Ahmad Riza membahas tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah <i>e-Banking</i> dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sedangkan penulis membahas tentang strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan digital produk perbankan yang bukan hanya <i>e-Banking</i> , tetapi beberapa inovasi layanan digital	Hasil penelitiannya adalah: <i>pertama</i> , semua variabel <i>e-Banking</i> , yaitu: <i>visibility</i> , <i>service</i> , <i>reliability</i> , <i>security</i> , <i>ease of use</i> dan <i>subjective norm</i> berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin. Dilihat dari nilai F_{hitung} 37,104 dimana nilai ini lebih besar dari nilai F_{tabel} 2,072 ($37,104 > 2,072$), nilai signifikansi F 0,000, nilai ini lebih kecil dari nilai α 0,05 ($0,000 < 0,05$). <i>Kedua</i> , variabel bebas yang paling berpengaruh secara parsial adalah variabel <i>subjective norm</i> (X_7), ini dapat dilihat dari nilai H_a sebesar 2,599 lebih besar dari nilai H_o yaitu 1,666 serta dilihat dari hasil terendah <i>significance</i> sebesar 0,013.

				lainnya juga dan teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu dengan wawancara.	
--	--	--	--	--	--

(Sumber: Data diolah tahun 2019)

G. Sistematika Penulisan

Penulisan ini ditulis dalam 5 bab yang dilakukan secara sistematis sesuai dengan pola penulisan karya tulis ilmiah dan secara umum merujuk kepada petunjuk penulisan skripsi yang diatur oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan. Dalam bab ini memuat latar belakang masalah yang menguraikan alasan mengangkat judul skripsi dan gambaran atau penyelesaian dari permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan yang sudah tergambar dan dirumuskan dalam bentuk rumusan masalah dan tujuan dari penelitian tersebut untuk mengetahui apa yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah. Signifikasi menguraikan kegunaan dari hasil penelitian karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi. Definisi operasional dirumuskan untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna luas. Kajian pustaka disajikan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain yang mempunyai perbedaan dengan penelitian yang dilakukan.

Bab II adalah landasan teori yang menerangkan, menguraikan dan menjabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan strategi Bank Syariah dalam meningkatkan kualitas pelayanan digital produk perbankan melalui teori-

teori yang mendukung dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Bab III adalah metode penelitian, yang memuat jenis, sifat, dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisa data, serta tahapan penelitian.

Bab IV yaitu penyajian data dan analisis data yang memuat hasil penelitian dan analisisnya yang berhubungan langsung dengan rumusan masalah dalam penelitian yang dilakukan.

Bab V merupakan penutup yang meliputi penarikan kesimpulan yang menjawab pertanyaan pada rumusan masalah dan memberikan saran-saran berdasarkan hasil dari penelitian sebagai rekomendasi kepada pihak-pihak yang terkait dengan permasalahan ini, dan diakhir penulisan skripsi dilengkapi dengan daftar pustaka sebagai rujukan.