



DIGITALISASI MOBILE BANKING BSI DI ERA DIGITAL : STRATEGI, TANTANGAN, DAN PELUANG

Zulkipli

Magister Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Mataram
Email: 240404004.mhs@uinmataram.ac.id

Riduan Mas'ud

Universitas Islam Negeri Mataram, Indonesia
Email: riduanmasud@uinmataram.ac.id

Ahmad Amir Aziz

Universitas Islam Negeri Mataram, Indonesia
Email: ahmadamiraziz@uinmataram.ac.id

Muh. Azkar

Universitas Islam Negeri Mataram, Indonesia
Email: azkarmuh@uinmataram.ac.id

Farid Wajdi

Universitas Islam Negeri Mataram
Email: 240404010.mhs@uinmataram.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the digitalization strategies of mobile banking services implemented by Bank Syariah Indonesia (BSI) and to identify the challenges and opportunities arising from the digital transformation process grounded in Sharia principles. This research employs a qualitative method with a literature review approach, drawing from scholarly journals, reputable articles, and official documents from relevant financial institutions. The findings reveal that BSI adopts three primary strategies in its digitalization efforts: (1) post-merger technology integration, (2) service innovation through the BSI Mobile application, and (3) internal business process transformation. However, several challenges persist, including low levels of digital literacy among the population, limited infrastructure in frontier, outermost, and underdeveloped (3T) regions, competition with conventional digital banks, and the need to ensure Sharia compliance in technological features. On the other hand, BSI holds strategic opportunities to enhance financial inclusion, target the millennial demographic, and actively contribute to the development of a halal digital economic ecosystem through the innovation of Sharia-compliant financial products. With proper management, this digital transformation has the potential to position BSI as a pioneering, adaptive, competitive, and sustainable digital Islamic bank.

Keywords: Bank Syariah Indonesia, digitalization, mobile banking, digital transformation, Islamic banking

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi digitalisasi layanan mobile banking oleh Bank Syariah Indonesia (BSI), serta mengidentifikasi tantangan dan peluang yang muncul dalam proses transformasi digital berbasis nilai-nilai syariah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan literature review, yang bersumber dari jurnal ilmiah, artikel terpercaya, dan dokumen resmi lembaga keuangan terkait. Temuan penelitian menunjukkan bahwa BSI menerapkan tiga strategi utama dalam digitalisasi layanan: (1) integrasi teknologi pascamerger, (2) inovasi layanan berbasis aplikasi BSI Mobile, dan (3) transformasi proses bisnis internal. Meski demikian, terdapat sejumlah tantangan seperti rendahnya literasi digital masyarakat, keterbatasan infrastruktur di wilayah 3T, persaingan dengan bank digital konvensional, serta kebutuhan menjaga kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam fitur teknologi. Di sisi lain, BSI memiliki peluang strategis untuk memperluas inklusi keuangan, menasar generasi milenial, dan berperan aktif dalam penguatan ekosistem ekonomi digital halal melalui pengembangan produk-produk keuangan syariah inovatif. Dengan pengelolaan yang tepat, digitalisasi ini berpotensi menjadikan BSI sebagai pelopor bank syariah digital yang adaptif, kompetitif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci : Bank Syariah Indonesia, digitalisasi, mobile banking, transformasi digital, perbankan syariah

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini Indonesia telah mengalami perkembangan teknologi yang semakin pesat telah merubah *lanscape* industri jasa keuangan secara fundamental (Dwi Lestari & Merthayasa, 2023). Dengan meningkatnya penggunaan internet dan smartphone di Indonesia membuat lembaga jasa keuangan dapat memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau masyarakat secara luas dalam menawarkan produk ataupun layanan mereka dengan secara online. Dimana industri perbankan syariah merupakan salah satu lembaga jasa keuangan yang mengalami dampak atas kehadirannya era digital saat ini. Perbankan syariah sendiri merupakan segala sesuatu yang menyangkut tentang kegiatan usaha syariah, unit syariah, serta cara dan prosesnya dalam melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan dari prinsip-prinsip syariah (Purwanto et al., 2024).

Secara sosial, masyarakat Indonesia semakin terbiasa dengan layanan digital dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam bidang finansial. Indonesia adalah negara *technology user country* yang perkembangan teknologi informasinya sangat cepat (Andini & Apriani, 2022). Perbankan syariah harus mengikuti trend perbankan dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan pasar keuangan Indonesia

yang terus berkembang dan sangat dinamis. Dalam dunia jasa finansial, pelayanan bank syariah ini harus mampu menyediakan perangkat terintegrasi yang dapat menyajikan lintas layanan yang dapat diakses oleh berbagai media digital seara 24 jam. Layanan perbankan dengan menggunakan teknologi dapat diaplikasikan secara online pada tablet dan handpone, sehingga memungkinkan *wealth managers* mengakses kebutuhan nasabah mereka dimana saja dan kapan saja. Bank syariah misalnya dapat memperkuat *advisor workstation* bagi advisor di bank syariah dalam menyediakan layanan financial planning dan portofolio manajemen.

Seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi, sektor perbankan terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas layanannya melalui pengembangan sistem perbankan digital. Akses terhadap layanan ini dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja, sehingga mengurangi kebutuhan interaksi langsung antara nasabah dan petugas bank. Inisiatif ini bertujuan untuk mendorong efisiensi operasional sekaligus meningkatkan efektivitas serta mutu pelayanan kepada nasabah. Dalam konteks tersebut, perbankan digital menawarkan peluang strategis bagi lembaga keuangan untuk memperluas model bisnis mereka, dengan tetap mengedepankan aspek kenyamanan, keamanan, dan keandalan layanan. Hal ini mencakup berbagai fungsi seperti penyediaan informasi, komunikasi layanan, proses registrasi, pembukaan dan penutupan rekening, hingga pelaksanaan transaksi secara mandiri oleh nasabah (Suhayati et al., 2022).

Namun demikian, dari sisi literatur, masih terdapat keterbatasan kajian mendalam mengenai bagaimana bank syariah, khususnya Bank Syariah Indonesia (BSI), merespons tantangan dalam implementasi digitalisasi secara komprehensif di tengah rendahnya literasi digital masyarakat. Meskipun perkembangan digitalisasi perbankan telah memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah, nyatanya sebagian masyarakat Indonesia belum memahami secara utuh layanan digital banking. Data menunjukkan bahwa hanya sekitar 54% masyarakat Indonesia yang memiliki akses ke layanan perbankan, sedangkan sisanya belum tersentuh layanan formal (Nurfadilla, 2021). Generasi milenial sekarang berpikir bahwa ATM *mobile banking*, *internet banking*, *SMS banking*, yang menjadi arus

utama saat ini. Orang berpikir bagaimana membuka rekening, menabung, mengajukan kredit atau pinjaman dan layanan perbankan lainnya tanpa harus di bank terkait secara langsung. Bank melihat hal ini sebagai potensi dan peluang yang dapat meningkatkan minat calon nasabah dan menjadikan mereka nasabah bank untuk memberikan layanan yang dibutuhkan sehingga nasabah menjadi loyal kepada bank (Andini & Apriani, 2022).

Digitalisasi perbankan dalam konteks industri perbankan syariah dapat dipahami sebagai upaya pemanfaatan teknologi untuk mendukung aktivitas transaksi keuangan yang lebih fleksibel, mudah diakses, dan efisien. Melalui penerapan layanan digital, masyarakat termasuk mereka yang belum familiar dengan sistem keuangan didorong untuk lebih terlibat dalam layanan perbankan. Inovasi ini tidak hanya menyederhanakan proses transaksi, tetapi juga membuka akses yang lebih luas terhadap produk-produk keuangan serta kemudahan dalam pengajuan pembiayaan (Setyaningrat et al., 2023).

Transformasi digital mencerminkan perubahan signifikan dalam cara masyarakat dan pelaku industri memanfaatkan teknologi dalam aktivitas sehari-hari. Perkembangan teknologi yang semakin pesat, khususnya dalam satu dekade terakhir, telah mendorong berbagai sektor, termasuk perbankan, untuk menyesuaikan diri. Di tengah pola hidup yang semakin serba cepat, masyarakat mulai beralih dari layanan konvensional menuju layanan digital yang lebih praktis. Perubahan ini menuntut bank untuk tidak lagi bersifat pasif, melainkan lebih responsif dan adaptif terhadap kebutuhan nasabah. Dalam konteks ini, digitalisasi menjadi strategi penting untuk membentuk layanan yang lebih relevan dengan dinamika zaman (Kurniati & Febrianti, 2024).

BSI (Bank Syariah Indonesia) merupakan bank syariah terbesar di Indonesia hasil penggabungan tiga bank syariah, diantaranya PT Bank BRI Syariah, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT BNI Syariah. Bank Syariah Indonesia senantiasa berupaya memberikan layanan terbaik bagi nasabahnya. Saat ini Bank Syariah Indonesia berkomitmen untuk terus melakukan inovasi dan transformasi digital untuk dapat

bersaing dengan perbankan lain. Salah satu inovasi tersebut adalah dengan menerapkan transformasi digital di berbagai produk dan layanan BSI.

Penerapan transformasi digital menjadi sangat penting, sehingga memiliki potensi ekonomi digital untuk mendorong perkembangan digital. Transformasi digital mendorong Bank Syariah Indonesia untuk dapat terus tumbuh dan bersaing di industri perbankan Indonesia. Nasabah saat ini membutuhkan layanan perbankan yang lebih praktis, aman, dan memberikan pengalaman terbaik. Oleh karena itu, transformasi digital harus segera dilakukan agar BSI dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya. Sistem perbankan yang baik dalam bidang digital menjadi sangat penting, sehingga memiliki potensi ekonomi digital untuk mendorong perkembangan digital (Purwanto et al., 2024).

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, artikel ini bertujuan untuk menganalisis strategi digitalisasi BSI Mobile dalam dinamika teknologi yang terus berkembang. Permasalahan yang diangkat dalam kajian ini adalah bagaimana BSI menghadapi tantangan dalam memperluas inklusi keuangan syariah melalui layanan digital, di tengah tingkat literasi digital yang belum merata dan persaingan antar platform digital perbankan. Oleh karena itu, artikel ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan yang dihadapi serta menggali peluang pengembangan layanan BSI Mobile agar lebih adaptif dan inklusif di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengayaan literatur digitalisasi perbankan syariah dan menjadi referensi dalam perumusan strategi layanan keuangan berbasis syariah yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

B. Metodologi Penelitian

Model penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *literature review* sebagai pendekatan utama dalam menganalisis strategi digitalisasi layanan mobile banking oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) di era digital. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis berbagai studi dan informasi relevan guna

memperoleh pemahaman yang komprehensif terkait strategi, tantangan, dan peluang dalam transformasi digital sektor perbankan syariah (Snyder, 2019).

Dari sisi jenis data, penelitian ini menggunakan data kualitatif sekunder yang diperoleh melalui penelaahan dokumentasi, termasuk buku akademik, jurnal ilmiah, artikel terpercaya, situs web resmi (termasuk milik BSI, OJK, dan BI), serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan digitalisasi mobile banking dan pengembangan perbankan syariah. Pendekatan ini mendukung analisis yang sistematis dan mendalam atas isu-isu strategis yang dihadapi BSI dalam mengimplementasikan digitalisasi berbasis nilai-nilai syariah.

C. Pembahasan

1. Strategi Digitalisasi Mobile Banking BSI

Transformasi digital pada sektor perbankan syariah merupakan langkah strategis yang tidak hanya berkaitan dengan adopsi teknologi, tetapi juga perubahan paradigma dalam memberikan layanan keuangan yang inklusif, efisien, dan sesuai prinsip-prinsip Islam. Bank Syariah Indonesia (BSI), yang merupakan hasil merger dari tiga bank syariah milik BUMN, hadir sebagai pionir dalam pengembangan digitalisasi layanan keuangan berbasis prinsip syariah. Strategi digitalisasi mobile banking yang diimplementasikan oleh BSI didasarkan pada tiga pilar utama, yaitu: integrasi layanan, inovasi teknologi, dan transformasi proses bisnis. Ketiga pilar ini dikembangkan secara terpadu dan tetap menjaga kesesuaian dengan nilai-nilai syariah sebagai landasan operasional utama.

a. Integrasi Layanan perbankan syariah

Merger BSI pada 2021 menjadi tonggak penting dalam sejarah perbankan syariah nasional. Penggabungan antara BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri menciptakan entitas keuangan baru yang secara struktur memiliki kapasitas teknologi dan keuangan lebih besar untuk menjangkau masyarakat secara digital. Dalam penelitian Sulistyaningsih & Shultan, (2021) menyatakan bahwa integrasi ini tidak sekadar konsolidasi institusi, melainkan penyatuan visi untuk menciptakan bank syariah modern yang unggul secara digital. Mereka menyebutkan, Sinergi antar bank tidak hanya

memperkuat daya saing, tetapi juga mempercepat adopsi teknologi dan pembaruan layanan berbasis mobile.

Dalam konteks digitalisasi, integrasi ini memungkinkan penyatuan infrastruktur *core banking system*, pengembangan single mobile app untuk seluruh segmen nasabah, serta optimalisasi *cross-selling* antar produk dari ketiga bank sebelumnya.

b. Inovasi Teknologi Layanan

1) Layanan Mobile Banking Berbasis Aplikasi

Aplikasi BSI Mobile menjadi simbol utama dari transformasi digital bank ini. Melalui satu platform, BSI menghadirkan lebih dari 50 layanan finansial yang mencakup pembukaan rekening digital, transfer antarbank, zakat digital, *QRIS*, serta fitur investasi dan pembiayaan berbasis syariah. Diperkuat dengan penelitian Arifin & Fasa, (2024) yang menyatakan bahwa BSI Mobile merupakan manifestasi dari digital banking generasi keempat yang terintegrasi dengan ekosistem ekonomi Islam. Aplikasi ini telah dilengkapi dengan *biometric verification*, fitur *customer journey* interaktif, serta sistem keamanan berlapis berbasis enkripsi digital.

Inovasi ini memungkinkan pengguna menikmati pengalaman finansial yang seamless, cepat, dan tetap patuh pada prinsip syariah. Keberadaan fitur-fitur seperti kalkulator zakat, informasi sertifikasi halal, serta wakaf digital memperkuat posisi BSI sebagai bank yang tidak hanya teknologis tetapi juga spiritual.

2) Penguatan Advisor Workstation

Dalam rangka mengembangkan layanan yang personalized, BSI mengembangkan sistem *advisor workstation* yang membantu petugas perbankan untuk memberikan saran berbasis data kepada nasabah. Ini mencakup simulasi portofolio investasi syariah, rekomendasi pembiayaan berdasarkan profil risiko, hingga perencanaan keuangan untuk haji dan umrah.

Dalam penelitian Aulia & Nasution, (2022) menilai bahwa penguatan teknologi ini merupakan bagian dari strategi bank berbasis *knowledge management* untuk meningkatkan interaksi antara bank dan nasabah secara digital namun tetap humanis.

3) Transformasi Proses Bisnis

a) Pergeseran dari Layanan Konvensional ke Digital

Transformasi yang dilakukan BSI tidak hanya mencakup digitalisasi produk, tetapi juga transformasi model bisnis dan sistem kerja. Perubahan ini mencakup digital onboarding, otomatis proses internal, pelatihan SDM berbasis *digital literacy*, serta implementasi *virtual teller services* yang memungkinkan pelayanan berbasis AI. Penelitian Siregar et al., (2025) mencatat bahwa sistem informasi digital yang dikembangkan BSI telah memungkinkan bank mengotomatisasi 70% proses manual, mulai dari pembukaan rekening, analisis kredit, hingga persetujuan pembiayaan.

Selain itu, pelatihan karyawan berbasis sistem digital learning dan internalisasi budaya kerja “*Fastabiqul Khairat*” dalam inovasi digital menjadikan SDM BSI lebih adaptif terhadap perubahan teknologi.

b) Efisiensi Operasional dan Peningkatan Aksesibilitas

Transformasi digital BSI juga ditujukan untuk menciptakan efisiensi biaya dan memperluas akses layanan keuangan hingga ke lapisan masyarakat paling bawah. Melalui penerapan teknologi seperti *cloud computing*, integrasi API dengan platform fintech, serta penguatan layanan QRIS, BSI menjangkau UMKM, pesantren, petani, hingga komunitas rural. Dalam penelitian Nafiah, (2024) menekankan bahwa peta jalan digitalisasi BSI berbasis *financial inclusion roadmap* yang menargetkan 90% layanan dapat diakses tanpa harus ke cabang fisik.

Digitalisasi ini tidak hanya menjadi bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi, tetapi juga membuka peluang signifikan bagi perluasan penetrasi pasar yang selama ini sulit dijangkau. Wilayah-wilayah dengan keterbatasan infrastruktur fisik serta komunitas dengan

tingkat literasi keuangan yang rendah menjadi tantangan yang selama ini menghambat inklusi keuangan..

Jadi dari 3 strategi di atas dapat disimpulkan bahwa BSI tidak sekadar mendigitalisasi layanan, melainkan mengubah total paradigma layanan keuangan syariah melalui tiga strategi utama: (1) integrasi teknologi pascamerger, (2) inovasi layanan digital berbasis syariah, dan (3) transformasi proses bisnis internal. Strategi ini menjadikan BSI bukan hanya sebagai pemain dominan di sektor perbankan syariah nasional, tetapi juga pionir dalam ekonomi digital syariah yang inklusif dan berkelanjutan.

2. Tantangan yang Dihadapi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Digitalisasi pada sektor perbankan syariah membawa banyak manfaat, tetapi implementasinya tidak lepas dari sejumlah tantangan struktural, teknologis, dan sosial. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI), keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada bagaimana tantangan-tantangan ini diidentifikasi, direspons, dan dikelola dengan pendekatan berbasis nilai-nilai syariah dan inklusi digital.

a. Rendahnya Literasi Digital Masyarakat

Salah satu kendala utama yang dihadapi BSI adalah tingkat literasi digital yang belum merata di kalangan masyarakat, terutama di daerah pedesaan, kelompok usia lanjut, dan kalangan yang belum familiar dengan perbankan modern. Rendahnya pemahaman ini menyebabkan ketergantungan pada transaksi manual dan menimbulkan resistensi terhadap layanan digital. Dalam penelitian Yudhira, (2024), menegaskan bahwa literasi digital bukan hanya berkaitan dengan kemampuan teknis, tetapi juga mencakup kesadaran terhadap keamanan digital, perlindungan data pribadi, dan prinsip keuangan syariah. Ia menyarankan pendekatan dakwah digital dan edukasi berbasis komunitas sebagai solusi strategis untuk meningkatkan adopsi layanan digital berbasis syariah.

b. Keterbatasan Infrastruktur Teknologi dan Konektivitas

Digitalisasi BSI sangat tergantung pada infrastruktur teknologi yang memadai, kualitas jaringan internet yang tidak merata, terutama di wilayah 3T

(terdepan, terluar, tertinggal) menghambat efektivitas aplikasi mobile banking. Masalah ini juga berdampak pada keandalan transaksi real-time, pembaruan aplikasi, serta akses fitur layanan keuangan.

Dalam penelitian Ramzy et al., (2024) menjelaskan bahwa keterbatasan konektivitas menyebabkan layanan digital tidak stabil, bahkan tidak tersedia di banyak wilayah rural. Mereka menyoroti pentingnya kolaborasi antara bank dan operator telekomunikasi dalam membangun *branchless ecosystem* dan mendukung integrasi satelit atau jaringan VSAT untuk menjangkau area terpencil.

c. Kompetisi Dinamis di Industri Perbankan Digital

BSI harus berhadapan dengan dinamika persaingan dari bank digital murni seperti Bank Jago, SeaBank, dan Blu BCA Digital, yang menawarkan pengalaman pengguna intuitif dan kecepatan layanan tinggi. Di sisi lain, bank konvensional yang telah mendigitalisasi layanan mereka turut memperketat arena kompetitif.

Penelitian Putra et al., (2025), menekankan bahwa keunggulan kompetitif bank syariah tidak cukup hanya mengandalkan layanan keuangan syariah, tetapi harus dibarengi dengan inovasi berbasis teknologi dan nilai tambah spiritual. Fitur seperti “*zakat automation*”, “*sadaqah on-demand*”, serta *real-time halal investing* dinilai sebagai pembeda utama yang dapat memperkuat daya saing.

d. Kepatuhan Syariah dalam Sistem Digital

Dalam konteks digitalisasi, BSI dihadapkan pada tantangan menjaga kehalalan sistem dan mekanisme digital yang digunakan. Banyak fitur teknologi modern seperti *auto-debit*, *integrasi API* dengan *fintech*, atau *e-wallet* berpotensi mengandung unsur gharar (ketidakpastian), maisir (spekulasi), atau riba jika tidak dikawal secara ketat. Di penelitian Arifin & Fasa (2024), memperingatkan bahwa banyak pengembang sistem digital tidak memiliki pemahaman mendalam terhadap fikih muamalah. Oleh karena itu, mereka merekomendasikan model kolaboratif antara pengembang teknologi,

Dewan Pengawas Syariah (DPS), dan regulator untuk menyusun kerangka *sharia digital compliance* yang ketat dan futuristik.

Strategi digitalisasi BSI membutuhkan pendekatan holistik yang tidak hanya menekankan aspek teknologi, tetapi juga memperhatikan ekosistem sosial, kultural, dan syariah. Tantangan literasi digital, keterbatasan infrastruktur, tekanan kompetitif, serta kompleksitas kepatuhan syariah perlu dikelola melalui sinergi lintas sektor antara regulator, pengembang teknologi, dan pemangku kepentingan syariah.

3. Peluang yang Dapat Dimanfaatkan BSI

Transformasi digital tidak hanya menghadirkan tantangan bagi lembaga keuangan syariah seperti Bank Syariah Indonesia (BSI), tetapi juga membuka sejumlah peluang strategis yang dapat dioptimalkan untuk memperluas layanan, memperkuat basis nasabah, dan mendorong pertumbuhan ekonomi syariah nasional. Dengan mengadopsi teknologi digital secara progresif dan tetap berpijak pada nilai-nilai syariah, BSI memiliki peluang signifikan untuk menjadi pionir dalam ekosistem keuangan Islam digital.

a. Peningkatan Inklusi Keuangan Syariah

Digitalisasi memungkinkan BSI menjangkau segmen masyarakat yang sebelumnya tidak terakses layanan keuangan formal (*unbanked* dan *underbanked*), seperti pelaku UMKM mikro, komunitas pesantren, serta masyarakat di wilayah 3T. Penelitian Widjaya & Fasa, (2024) menyatakan bahwa teknologi keuangan berbasis digital dapat mengatasi hambatan fisik dan administratif yang selama ini menghambat inklusi. Produk seperti *BSI Mobile*, *QRIS syariah*, dan *tabungan digital* mendekatkan layanan keuangan syariah ke akar rumput. Selain itu, kolaborasi dengan lembaga zakat, koperasi syariah, dan pesantren digital berpotensi menjadi *entry point* inklusi yang tidak hanya finansial, tetapi juga spiritual dan edukatif.

b. Preferensi Generasi Milenial dan Gen Z terhadap Value-Based Banking

Generasi muda Indonesia cenderung lebih selektif dalam memilih layanan keuangan yang tidak hanya cepat dan mudah, tetapi juga selaras dengan nilai pribadi mereka termasuk nilai keislaman. BSI dapat memanfaatkan tren ini dengan membentuk *value-driven banking* melalui pendekatan dakwah digital, gamifikasi aplikasi, dan desain produk yang ramah anak muda.

Dalam penelitian Farah Qalbia & M. Reza Saputra (2023) menunjukkan bahwa generasi milenial dan Gen Z terbuka pada layanan keuangan syariah asalkan dikemas dalam bahasa digital yang relevan dan praktis. Strategi pemasaran berbasis media sosial, kolaborasi dengan influencer halal, serta kampanye literasi keuangan halal menjadi taktik yang efektif untuk membangun loyalitas segmen ini.

c. Potensi Perluasan Ekosistem Ekonomi Digital Halal

Indonesia adalah negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia dan sedang membangun ekosistem halal secara sistemik—mulai dari produk makanan, fashion, pariwisata, hingga keuangan. BSI berpotensi menjadi *financial backbone* dari seluruh ekosistem halal digital tersebut.

penelitian Yasin et al., (2021) menyebut bahwa bank syariah dapat berperan penting dalam pembiayaan halal marketplace, integrasi dengan fintech syariah, dan kolaborasi lintas sektor (logistik, zakat, B2B e-commerce halal). Kontribusi ini akan memperkuat posisi bank syariah dalam struktur PDB nasional serta menjadikannya bagian tak terpisahkan dari transformasi digital ekonomi umat.

d. Inovasi Produk Keuangan Syariah Berbasis Teknologi

Era digital membuka ruang untuk inovasi layanan keuangan yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan secara manual. BSI memiliki peluang besar untuk mengembangkan produk seperti *e-mudharabah* (investasi berbagi risiko), *digital waqf platform*, *robo advisory syariah*, serta *crowdfunding zakat dan sosial*. Diperkuat oleh penelitian Setiawan et al., (2025), mencatat bahwa transformasi digital memungkinkan pengembangan produk keuangan syariah yang lebih inklusif, transparan, dan efisien. Produk seperti *e-sukuk retail* yang

dipasarkan melalui mobile app dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam pembiayaan negara yang sesuai syariah.

e. Kolaborasi Strategis dengan Ekosistem Digital

BSI dapat memperluas cakupan layanannya melalui sinergi dengan aktor-aktor digital lain seperti fintech P2P lending syariah, platform UMKM, marketplace halal, hingga startup zakat-wakaf. Ekosistem ini memperluas sumber akuisisi nasabah sekaligus membuka jalur distribusi produk keuangan syariah berbasis digital.

Penelitian dari Susanti & Lubis (2021), menyebut kolaborasi ini sebagai bentuk *open Islamic banking*, yang menempatkan BSI bukan sebagai penyedia tunggal, tetapi bagian dari ekosistem digital terbuka yang memberdayakan seluruh umat.

BSI memiliki peluang besar untuk tidak hanya menjadi pemain dominan dalam sektor perbankan syariah, tetapi juga sebagai enabler utama dalam ekonomi digital berbasis Islam di Indonesia. Melalui pendekatan strategis terhadap inklusi keuangan, inovasi produk halal, dan optimalisasi generasi digital-native, BSI dapat mengokohkan perannya sebagai pelopor transformasi keuangan Islam digital yang berkelanjutan dan berorientasi pada kemaslahatan umat.

D. Penutup

Transformasi digital yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan respons strategis terhadap perkembangan teknologi finansial dan dinamika kebutuhan nasabah di era digital. Melalui integrasi tiga bank syariah milik BUMN dan peluncuran aplikasi BSI Mobile, BSI menegaskan komitmennya untuk menyediakan layanan keuangan yang efisien, aman, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Strategi ini tidak hanya meningkatkan daya saing institusi, tetapi juga memperkuat peran BSI dalam mendukung ekosistem ekonomi syariah nasional.

Meski demikian, proses digitalisasi tidak berjalan tanpa hambatan. Tantangan seperti rendahnya literasi digital masyarakat, keterbatasan infrastruktur teknologi, dan persaingan yang semakin intens dengan bank digital konvensional maupun murni menjadi perhatian utama. Selain itu, kompleksitas dalam menjaga kepatuhan syariah terhadap fitur-fitur digital menuntut pengawasan yang ketat dan kolaborasi erat antara tim IT dan Dewan Pengawas Syariah. Keseluruhan tantangan ini menunjukkan bahwa transformasi digital dalam konteks syariah memerlukan pendekatan multidisipliner dan berkelanjutan.

Di sisi lain, BSI memiliki peluang besar untuk memperluas inklusi keuangan syariah, terutama bagi kelompok unbanked dan underbanked melalui kanal digital. Preferensi generasi milenial terhadap layanan berbasis nilai, pertumbuhan ekonomi digital halal, serta berkembangnya inovasi produk seperti *e-sukuk* dan *digital waqf* merupakan ruang strategis yang dapat dimaksimalkan. Kolaborasi dengan *fintech syariah*, marketplace halal, dan lembaga sosial Islam dapat memperkuat posisi BSI sebagai pusat gravitasi ekonomi syariah digital di Indonesia.

E. Daftar Pustaka

- Andini, M., & Apriani, E. S. (2022). *Peluang Dan Tantangan Bank Syariah Dalam Menghadapi Era Digital Banking (Studi Pada BSI KCP Balikpapan Baru 1)*. <https://ejournal.poltekba.ac.id/index.php/jmap/article/view/394>
- Arifin, B. D., & Fasa, M. I. (2024). Transformasi Digital Era Industri 4.0 Revolusi Layanan Yang Mengubah Lanskap Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 2(3). <https://ciptakind-publisher.com/jumati/index.php/ojs/index>
- Aulia, M., & Nasution, S. D. (2022). *Analisis Praktik Merger Tiga Bank Syariah Perspektif Pojk NO. 41/POJK.03/2019*. 6(41). <https://ejurnal.iiq.ac.id/index.php/almizan/article/view/626>
- Dwi Lestari, A. A., & Merthayasa, A. (2023). Peran Teknologi dalam Perubahan Bisnis di Era Globalisasi. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(11), 16706–16711. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i11.13517>
- Farah Qalbia & M. Reza Saputra. (2023). Transformasi Digital dan Kewirausahaan Syariah di Era Modernitas: Peluang dan Tantangan dalam Ekonomi Syariah di Indonesia. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS EKONOMI*, 2(2), 389–406. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v2i2.2665>

- Kurniati, R. R., & Febrianti, A. (2024). *Peluang Dan Tantangan Transformasi Digital Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi)*. <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jbi/article/view/4902>
- Nafiah, P. A. (2024). *Pengembangan Layanan Perbankan Digital Dalam Perbankan Syariah Di Indonesia*. <https://ejournal.uluwiyah.ac.id/index.php/maisai/article/view/145>
- Nurfadilla, N. (2021). *Peluang Dan Tantangan Bank Syariah Dalam Menghadapi Era Digital Banking (Studi Pada Bank Muamalat Kota Palopo)*. *Peluang Dan Tantangan Bank Syariah Dalam Menghadapi Era Digital Banking (Studi Pada Bank Muamalat Kota Palopo)*. <http://repository.umpalopo.ac.id/1625/>
- Purwanto, N. L. V., Aisyah, N. N., Salsabila, D., & Setianingrum, N. (2024). *Transformasi Digital Sebagai Inovasi Layanan Prima BSI Kepada Nasabah*. 01(03).
- Putra, Y. A., Istiqamah, N., & Sani, C. (2025). *Pengembangan Produk Perbankan Syariah Yang Inovatif*.
- Ramzy, A., Sibuea, P., Salim, Z., Latipah, S., & Ramadani, P. (2024). *Sistem Teknologi Informasi Dalam Mendukung Operasional Bank Syariah Modern*. 9(5).
- Setiawan, A., Diadani, P. S., Masyita, R., Putri, S. R. A., & Nurbaiti, N. (2025). *Strategi Digitalisasi di Bank Syariah untuk Meningkatkan Daya Saing*. *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 2(1), 260–270. <https://doi.org/10.62335/6v1maz65>
- Setyaningrat, D., Mushlihin, I. A., & Zunaidi, A. (2023). *Strategi Digitalisasi untuk Mendorong Inklusi Keuangan Nasabah Bank Syariah: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*.
- Siregar, F. N., Khairunnisa, S. Z., & Miera, Z. F. (2025). *Transformasi Digital Dalam Sistem Informasi Perbankan Syariah*. 2(1).
- Snyder, H. (2019). *Literature review as a research methodology: An overview and guidelines*. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Suhayati, Y. F., Maulina, A. N., & Adji, W. H. (2022). *Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI dan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1681–1695. <https://journal.laaroiba.com/index.php/alkharaj/article/view/1054>

- Sulistiyaningsih, N., & Shultan, S. T. A. (2021). Potensi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Nasional. *Al-Qanun: Jurnal Pemikiran dan Pembaharuan Hukum Islam*, 24(1), 33–58. <https://doi.org/10.15642/alqanun.2021.24.1.33-58>
- Susanti, D., & Lubis, H. (2021). Strategi Pemasaran Bank Syariah Dalam Meningkatkan Minat Generasi Milenial di Era Digital. *Islamic Business and Finance*, 2(2). <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/IBF/article/view/16317>
- Widjaya, M. A., & Fasa, M. I. (2024). Strategi Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah dalam Mendukung Transisi ke Ekonomi Hijau. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5), 7429–7442. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn/article/download/1285/1517>
- Yasin, R. M., Lailiyah, N., & Edris, M. (2021). Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(1), 75. <https://doi.org/10.29300/ba.v6i1.4117>
- Yudhira, A. (2024). Peran Dakwah dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah: Studi pada Pasar Sukuk di Indonesia. *JURNAL SYIAR-SYIAR*, 4(2), 86–101. <https://doi.org/10.36490/syiar.v4i2.1561>