

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Perbankan Syariah

Perbankan *syariah* merupakan bank konvensional tetapi berdasarkan prinsip *syariah*. Prinsip *syariah* ini yang membedakan dengan bank konvensional. Prinsip *syariah* tersebut mengacu pada *al Quran, sunnah rosul serta hadist-hadist* dalam *islam*. Bank *syariah* wajib menjalankan fungsinya sebagaimana mestinya yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat ([www.bankbsi.co.id/](http://www.bankbsi.co.id/)).

Penghimpunan dana di Bank Syariah Indonesia berbentuk tabungan, giro, dan deposito, dengan menggunakan prinsip-prinsip *syariah*. Sistem perbankan *syariah* diperuntukkan untuk masyarakat yang tidak bersedia menggunakan jasa-jasa dari bank konvensional karena menganut kepercayaan, maupun keyakinan. Produk perbankan *syariah* pada dasarnya bersifat *universal* yaitu dapat digunakan semua masyarakat tanpa membeda-bedakan, meskipun sistem perbankan ini menganut hukum-hukum berdasarkan syariat islam. Pelayanan jasa di bank *syariah* dengan berbagai produk perbankan dapat dibagi sesuai dengan jenis akadnya antara lain: *wakalah, kafalah, hawalah, rahn, qard* dan *sharf* (Bank Syariah Indonesia).

Dalam perbankan *syariah* tidak menganut sistem bunga melainkan menggunakan sistem bagi hasil. Dimana dalam sistem bagi hasil akan disesuaikan dengan kesepakatan bersama antara pihak bank dengan nasabah. kesepakatan

yang dibuat oleh bank harus jelas di depan nasabah. Apabila nasabah masih merasa ragu dalam syarat dan ketentuan tersebut maka pihak bank syariah tidak bisa melaksanakan sistem bagi hasil tersebut.

### 2.1.1 Produk dan Jasa Perbankan Syariah

#### 1. Produk Perbankan Syariah

Pada umumnya produk perbankan syariah dibagi menjadi dua yaitu produk pendanaan dan produk pembiayaan. Berikut merupakan penjelasan dari dua produk tersebut

##### a. Produk pendanaan

Produk pendanaan pada bank syariah ditujukan untuk investasi dan tabungan guna membangun perekonomian dengan cara adil. Dalam hal ini bank syariah tidak menggunakan bunga (*riba*), melainkan dengan prinsip yang sesuai dengan syariat islam. Tabel berikut ini menyajikan produk pendanaan Bank Syariah (OJK, 2019:64).

Tabel 2. 1  
Prinsip Produk Pendanaan

	<i>Wadi'ah</i>	<i>Qardh</i>	<i>Mudharabah</i>	<i>Ijarah</i>
<b>Giro</b>	✓	✓		
<b>Tabungan</b>	✓	✓	✓	
<b>Deposito/ Investasi</b>			✓	
<b>Obligasi/ Sukuk</b>			✓	✓

Sumber: Buku 8: Industri Jasa Keuangan Syariah, OJK

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa produk-produk pendanaan bank syariah mempunyai empat jenis dan prinsip yang berbeda.

## b. Produk Pembiayaan

Produk pembiayaan pada bank syariah merupakan bentuk pembiayaan yang secara komersial menguntungkan. Pemilik modal bersedia menanggung risiko kerugian dan nasabah juga memberikan keuntungan yang bertujuan menyalurkan investasi kepada sektor riil dengan tujuan yang produktif. Tabel berikut ini menyajikan produk pembiayaan Bank Syariah (OJK, 2019:70).

Tabel 2. 2  
Produk Pembiayaan

No.	Produk Pembiayaan	Prinsip
1.	Modal Kerja	<i>Mudharabah, Musyarakah, Murabahah, Salam</i>
2.	Investasi	<i>Mudharabah, Musyarakah, Murabahah, Istishna', Ijarah, Ijarah Muntahiya bit Tamlik</i>
3.	Pengadaan barang investasi, aneka barang	<i>Mudharabah, Ijarah Muntahiya bit Tamlik, Musyarakah Mutanaqisah</i>
4.	Properti	<i>Mudharabah, Ijarah Muntahiya bit Tamlik, Musyarakah Mutanaqisah</i>

Sumber: Buku 8: Industri Jasa Keuangan Syariah, OJK

Produk pembiayaan diatas merupakan produk utama yang mendominasi portofolio bank syariah indonesia. *Akad-akad* yang digunakan dalam produk pembiayaan juga bermacam-macam.

## 2. Jasa Perbankan Syariah

Jasa perbankan syariah umumnya menggunakan *akad tabarru'* yang dimaksudkan untuk tidak mencari keuntungan, tetapi ditujukan sebagai fasilitas

pelayanan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan syariah. Oleh karena itu, bank sebagai pihak penyedia jasa hanya membebani biaya administrasi. Tabel 2.3 merupakan contoh jasa perbankan dan *akad* yang digunakan. Tabel berikut ini menyajikan produk-produk jasa perbankan pada Bank Syariah (OJK, 2019:77).

Tabel 2. 3  
Produk-Produk Jasa Perbankan

No	Produk	Prinsip
1.	Dana Talangan	<i>Qardh</i>
2.	Anjak Piutang	<i>Hawalah</i>
3.	Transfer, <i>RTGS</i> , Kliring, dsb	<i>Wakalah</i>
4.	Jual Beli Valuta Asing	<i>Sharf</i>
5.	Gadai	<i>Rahn</i>
6.	<i>Payroll</i>	<i>Ujr/ Wakalah</i>
7.	Bank Garansi	<i>Kafalah</i>

Sumber: Buku 8: Industri Jasa Keuangan Syariah, OJK

### 3. *Akad* Bank Syariah

Menurut OJK (2019:84), terdapat banyak jenis *akad* yang diterapkan oleh Bank Syariah, jenis *akad* tersebut dibagi menjadi enam kelompok *akad*, yaitu:

#### a. *Akad* Titipan

*Akad* titipan (*wadi'ah*) mempunyai dua prinsip, yaitu *yad Amanah* dan *yad Dhamanah*. Pada awalnya *akad* titipan (*wadi'ah*) hanya dengan prinsip tangan amanah (*yad amanah*), seiring berkembangnya waktu terdapat prinsip lain yaitu penanggung (*yad dhamanah*). Berikut merupakan penjelasannya:

### 1) *Wadi'ah yad Amanah*

Prinsip tangan amanah (*yad amanah*) yang berarti pihak penyimpan tidak diharuskan bertanggung jawab jika sewaktu penitipan terjadi kehilangan atau kerusakan barang. Dalam prinsip ini pihak penyimpanan tidak boleh menggunakan atau memanfaatkan aset yang dititipkan melainkan hanya menjaga dan merawatnya. Selain itu barang aset yang dititipkan tidak boleh dicampur dengan aset lain.

### 2) *Wadi'ah yad Dhamanah*

Dengan prinsip tangan penanggung (*yad Dhamanah*) yang berarti pihak penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan barang atau aset yang dititipkan. Dalam prinsip ini penyimpan boleh mencampur barang atau aset penitip lain kemudian dapat digunakan untuk tujuan produktif mencari keuntungan.

## b. *Akad Pinjaman*

*Akad* dalam bentuk pinjaman yang diterapkan dalam dunia perbankan syariah yaitu *qardh* dan *qardhul hasan*. Dalam Islam bunga merupakan dilarang, maka dari itu pinjaman dengan prinsip *qardh* dan *qardhul hasan* merupakan pinjaman tanpa bunga.

### 1) *Qardh*

*Qardh* merupakan pinjaman tanpa imbalan, pinjaman yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain harus dikembalikan sesuai pada waktu yang di perjanjikan.

## 2) *Qardhul Hasan*

*Qardhul Hasan* merupakan pinjaman untuk membantu usaha yang sangat kecil atau untuk sektor sosial. Pinjam ini tidak ada kewajiban untuk mengembalikannya.

### c. *Akad Bagi Hasil*

Sistem bagi hasil merupakan sistem dimana terdapat perjanjian dalam melakukan suatu kegiatan usaha. Di dalam usaha tersebut adanya pembagian hasil atas keuntungan yang didapat antara kedua belah pihak atau lebih.

#### 1) *Mudharabah*

*Akad mudharabah* merupakan *akad* kerjasama antara pihak pertama (bank syariah) dan pihak kedua (nasabah) yang bertindak sebagai pengelola dana dan adanya kesepakatan. Kemudian kerugian ditanggung sepenuhnya oleh bank syariah kecuali jika pihak kedua melakukan kesalahan yang disengaja.

#### 2) *Musyarakah*

*Akad musyarakah* merupakan *akad* kerjasama antara dua pihak atau lebih. Pembagian keuntungan sesuai porsi kontribusi modal dan risiko sesuai dengan kesepakatan.

### d. *Akad Jual Beli*

*Akad* jual beli dalam fikih islam yaitu tukar menukar harta atas dasar saling *ridha* (rela), atau memindahkan kepemilikan dengan imbalan pada sesuatu yang di izinkan.

### 1) *Murabahah*

*Murabahah* merupakan bentuk jual beli ketika penjual menyatakan harga dari suatu barang, dan menjualnya kepada nasabah dengan penambahan tingkat keuntungan yang diinginkan. Kemudian nasabah akan mengembalikan utangnya secara tunai maupun angsur di kemudian hari.

### 2) *Salam*

*Salam* merupakan bentuk jual beli yang pembayarannya dilakukan di muka dan penyerahan barang di kemudian hari dengan harga, kualitas tanggal dan tempat penyerahan yang jelas sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

### 3) *Istishna'*

*Istishna'* merupakan bentuk jual beli dengan memesan suatu barang kepada perusahaan untuk memproduksi atau membuatnya. Agar *akad istishna'* ini sah maka perlu adanya kesepakatan bersama di awal.

## e. *Akad Sewa*

Sewa (*ijarah*), jasa, atau imbalan merupakan *akad* yang dilakukan atas dasar suatu manfaat dengan adanya imbalan jasa. Dalam fikih islam berarti suatu jenis akad yang memberikan sesuatu untuk di sewakan.

### 1) *Ijarah*

*Ijarah* merupakan *akad* penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa, tanpa pemindahan tangan kepemilikan barang tersebut

### 2) *Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik*

*Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik* merupakan transaksi sewa barang dengan kesepakatan untuk menjual atau pemindahan tangan suatu barang di akhir periode, sehingga transaksi ini diakhiri dengan alih kepemilikan suatu barang.

**f. Akad Lainnya**

Selain *akad-akad* yang telah dijelaskan, terdapat akad lainnya yang biasa digunakan dalam dunia perbankan syariah.

**1) Wakalah**

*Wakalah* merupakan pengalihan kekuasaan oleh satu pihak kepada pihak lain. Atas jasanya, maka penerima kekuasaan dapat meminta imbalan tertentu dari pemberi amanah.

**2) Kafalah**

*Kafalah* merupakan pengalihan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin. Atas jasanya, penjamin dapat meminta imbalan tertentu dari orang yang dijamin.

**3) Hawalah**

*Hawalah* merupakan pengalihan utang piutang dari orang yang berutang kepada orang laian yang wajib menanggungnya atau menerimanya.

**4) Ujr**

*Ujr* merupakan imbalan yang diberikan atau yang diminta atas suatu pekerjaan yang dilakukan.

**5) Sharf**



*Sharf* merupakan jual beli suatu valuta dengan valuta lain.

6) **Rahn**

*Rahn* merupakan pelimpahan kekuasaan oleh suatu pihak kepada pihak lain.

Berikut ini menyajikan ringkasan jenis-jenis *akad* di Bank Syariah Indonesia:



Sumber: Buku 8: Industri Jasa Keuangan Syariah, OJK

Gambar 2. 1  
Jenis-jenis *Akad* Bank Syariah

## 2.2 Pelayanan

Kasmir (2017:47) mendefinisikan pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang untuk memberikan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik akan memberikan dampak baik kepada perusahaan. Perusahaan dapat mempertahankan pelanggan yang lama dan dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Kasmir (2017:64) menyatakan pelayanan yang baik merupakan kemampuan perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila kebutuhannya dapat terpenuhi dan dapat meningkatkan transaksi mereka.

Pelayanan secara umum merupakan kegiatan dan atau jasa yang diperuntukkan *customer* dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan mereka dan juga dapat memuaskan *customer*. Pelayanan yang diberikan berupa secara langsung maupun secara *digital*. Pelayanan secara *digital* pada era sekarang dapat mencuri perhatian nasabah, karena pelayanan secara *digital* dirasa dapat memudahkan, mengefisiensi waktu serta kecepatan dalam pelayanan.

Perusahaan tidak hanya memberikan pelayanan yang baik saja, tetapi bank harus tetap memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan. Nasabah akan membandingkan dan menilai kualitas pelayanan setelah mereka merasakan pelayanan dari bank. Nasabah melakukan penilaian secara keseluruhan berdasarkan harapan yang mereka inginkan. Pengamatan dan harapan nasabah serta interaksi pada bank akan mempengaruhi pendapatnya terhadap kualitas layanan suatu bank. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi penilaian kualitas pelayanan bank terhadap nasabah yaitu layanan yang diterima dan harapan tentang layanan yang diberikan.

Menurut Abdullah dan Tantri (2019:44), kualitas pelayanan adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan konsumen. Kualitas pelayanan diharapkan mampu untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Menurut Tatik Suryani (2017:199), nasabah akan menilai kualitas pelayanan dari beberapa dimensi yang dianggap penting dan sesuai dengan keinginan dan harapannya. Berikut merupakan dimensi yang umumnya dinilai oleh nasabah:

### 1. Reliabilitas

Nasabah menilai reliabilitas berdasarkan penilaian, berdasarkan kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang konsisten sesuai dengan yang dijanjikan. Sebagai contoh Bank Syariah menyatakan jam buka layanan pada pukul 08.00-16.00 WIB maka layanan bank akan dinilai *reliabel* jika Bank Syariah konsisten terhadap jam buka sampai berakhirnya pelayanan.

### 2. Daya Tanggap

Dalam menilai kualitas pelayanan, nasabah juga menilai berdasarkan kecepatan pegawai dalam menanggapi atau menindaklanjuti keluhan nasabah. Apabila pihak bank cepat merespon keluhan nasabah, maka nasabah menilai bahwa bank memberikan layanan yang bermutu.

### 3. Kompetensi

Nasabah menilai kompetensi pegawai berdasarkan kemampuan penguasaan produk dan jasa yang ditawarkan serta memahami prosedur, intruksi kerja dalam standar pelayanan.

### 4. Akses

Akses merupakan dimana bank tersebut dapat memudahkan nasabah dalam berkomunikasi dan menghubungi karyawan serta dapat berupaya mendekatkan lokasinya dengan nasabah, maka nasabah akan merasa mendapatkan layanan yang baik. Adanya kemudahan dalam mengakses akan dinilai sebagai bagian penting dari layanan yang bermutu.

## 5. Kesopanan

Sopan santun merupakan dimensi penting yang dinilai nasabah. Nasabah akan merasa senang apabila dilayani secara sopan dan tata krama yang baik. Oleh karena itu, penting bagi karyawan bank untuk memperhatikan sopan santun ketika memberikan layanan kepada nasabah.

## 6. Kemampuan Komunikasi

Karyawan bank diharuskan mampu berkomunikasi dengan nasabah secara baik. Ekspresi wajah dan bahasa tubuh perlu diperhatikan karena mempunyai banyak makna dalam berkomunikasi. Nasabah akan senang ketika disapa disertai dengan senyuman hangat.

## 7. Kredibilitas

Kredibilitas merupakan hal yang penting dalam mendukung layanan yang bermutu. Kredibilitas ini terkait dengan kejujuran dan hal-hal yang sifatnya psikologis yang mengarah pada munculnya ketertarikan dan kepercayaan nasabah terhadap bank.

## 8. Keamanan

Salah satu nasabah memilih bank adalah faktor keamanan. Nasabah menabung dan menyimpan dananya kepada bank karena merasa aman dan bank tersebut dapat dipercaya. Oleh karena itu, keamanan menjadi salah satu faktor yang dinilai nasabah dalam menilai mutu layanan.

## 9. Pemahaman Terhadap Kebutuhan Nasabah

Karyawan yang berinteraksi secara langsung kepada nasabah perlu mendengarkan dan berusaha menggali kebutuhan, serta keinginan nasabah. Jika bank tersebut dapat menggali kebutuhan, serta keinginan nasabah diharapkan dapat menjadi masukan dalam layanan perbankan maupun perbaikan produk dan jasa yang ditawarkan.

#### 10. Faktor Berwujud dan Fasilitas Fisik Lainnya

Lokasi, kondisi tempat, ruangan, tempat parkir serta sarana fisik bank merupakan faktor pertimbangan bagi nasabah. Apabila hal-hal fisik ini tidak baik kondisinya maka nasabah akan menganggap layanan perbankan ini kurang baik. Nasabah sering mengaitkan prinsip ini dengan kredibilitas. Bagaimana akan percaya pada bank apabila tidak mempunyai fasilitas yang memadai.

### 2.3 Kepuasan Nasabah

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa atas kinerja yang telah diterima oleh nasabah. Kepuasan di dapat setelah nasabah membandingkan kinerja karyawan dengan harapan nasabah. Menurut Kasmir (2017:236), kepuasan adalah harapan atau perasaan senang seseorang atas pembelian suatu barang ataupun jasa. Artinya apa yang diharapkan nasabah dapat dicapai oleh nasabah sesuai dengan keinginannya. Harapan dan keinginan inilah yang menentukan tingkat kepuasan nasabah.

Pada umumnya ada beberapa tingkat kepuasan nasabah yaitu, sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas dan tidak puas. Tingkatan tersebut biasanya diperoleh nasabah yang telah membandingkan dengan pengalaman dalam

menggunakan produk atau jasa yang sama dengan pesaing lainnya. Untuk menciptakan kepuasan nasabah, perusahaan harus dapat mengelola suatu sistem untuk memperoleh nasabah yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan nasabah.

Menurut Kurniati (2020:33), pencapaian kepuasan nasabah dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan:

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan nasabah.
2. Bank harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam pelayanan. Termasuk kemampuan, cara berpikir, dan pengetahuan.
3. Memberikan kesempatan pada nasabah untuk menyampaikan saran serta keluhan yang dialami.
4. Mengembangkan dan menerapkan dengan cara pihak bank menghubungi nasabah setelah proses pelayanan, agar dapat mengetahui kepuasan dan harapan nasabah.

#### **2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Pada umumnya kepuasan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh faktor pelayanan, tetapi juga faktor lainnya. Hanya saja faktor pelayanan merupakan faktor utama dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Setiap perusahaan tentunya menginginkan pelayanan yang baik dan dapat memenuhi keinginan nasabah, agar nasabah merasa puas. Namun, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah (andy):

### 1. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan nasabah, karena jika memiliki produk yang mempunyai kualitas bagus tentunya akan menarik perhatian nasabah. Kualitas produk bukan hanya mempunyai kualitas yang baik tetapi tentunya harus juga dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

### 2. Harga

Sebelum nasabah memutuskan untuk membeli suatu produk, nasabah terlebih dahulu pasti melihat harga. Nasabah tentunya membandingkan harga terlebih dahulu dengan produk pesaing. Harga merupakan hal yang penting bagi nasabah dan tentunya dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Perusahaan harus menetapkan harga terjangkau dan mempunyai kualitas yang bagus, agar nasabah tidak merasa kecewa.

### 3. Emosional

Nasabah akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap produk yang dimiliki. Kepuasan diperoleh bukan dari kualitas produk, tetapi nilai sosial yang membuat nasabah merasa puas dengan produk yang dimiliki.

### 4. Kemudahan

Semua nasabah tentunya ingin mendapatkan suatu produk dengan mudah. Banyak perusahaan dalam melayani transaksi nasabah dan menjanjikan bertransaksi lebih mudah dan tidak rumit agar tidak membuang waktu.

#### 5. Pengalaman pribadi

Nasabah akan membandingkan pelayanan dengan pesaing apakah pelayanan yang diberikan dapat memuaskan dan dapat memenuhi kebutuhannya. Nasabah juga akan membandingkan pelayanan pada saat pertama kali dan pelayanan selanjutnya apabila mereka datang kembali. Sehingga nasabah dapat memperhatikan perusahaan tersebut tetap menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanan.

#### 6. Pengalaman orang lain

Sebelum nasabah mengunjungi perusahaan yang akan didatangi, nasabah tentunya pasti mencari informasi beserta *testimonial* terhadap perusahaan tersebut. Kemudian nasabah akan membandingkan dengan pelayanan yang diterima, apakah sesuai ekspektasi atau tidak.

Maka dari itu, untuk memberikan kepuasan terhadap nasabah, perusahaan harus memaksimalkan pelayanan, dan menerapkan enam faktor tersebut. Apabila sudah melakukan pelayanan yang baik kemudian tidak diikuti dengan kualitas produk maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Begitu juga dengan harga, emosional, kemudahan, pengalaman pribadi dan pengalaman orang lain.

### **2.5 Digital Banking**

Perkembangan teknologi menjadikan perubahan pada layanan perbankan *digital (digital banking)*. *Digital banking* atau layanan perbankan *digital* merupakan layanan yang menggunakan media elektronik yang dikembangkan untuk mengoptimalakan layanan perbankan, dan dapat melayani nasabah dengan



cepat, mudah dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Layanan perbankan *digital* dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah dengan memperhatikan aspek pengamanan (Mutiasari, 2020).

Wijaya (2017) menyatakan bahwa *digital banking* merupakan layanan bank kepada nasabah dengan menggunakan *web (website)*. *Web* merupakan suatu kumpulan atau halaman yang dapat menampilkan berbagai macam informasi teks, data, gambar diam maupun bergerak, suara, video maupun gabungan dari semuanya baik itu bersifat statis maupun dinamis. *Digital banking* adalah sebuah layanan yang menggunakan teknologi *web* yang kekinian (*up to date*). Melalui penggunaan teknologi kekinian, pihak perbankan dapat meningkatkan kapasitas layanannya menjadi lebih mudah, cepat dan tentunya diharapkan akan tetap aman serta nyaman.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan, layanan *digital banking* bertujuan untuk meningkatkan efisiensi waktu dan dapat meningkatkan kualitas pelayanan perbankan. Perusahaan harus menyiapkan strategi bisnis yang mengarah pada layanan *digital banking*. Dengan menerapkan layanan *digital banking* akan mudah dalam bersaing pada kompetitor lainnya

Dalam pandemi Covid-19 telah mendorong percepatan transformasi *digital banking*. Pada saat pandemi semua masyarakat beradaptasi dengan digitalisasi, mengingat adanya pembatasan aktivitas secara langsung maupun fisik. Masyarakat dipaksa untuk memahami dan melakukan transaksi melalui *platform digital*, sehingga membuat masyarakat terdorong untuk melakukan transaksi

keuangan secara *digital*. Dalam hal ini tentunya masyarakat ingin pelayanan *digital banking* yang aman, efisien, serta efektif (OJK, 2021:20).

Dalam buku cetak biru transformasi digital OJK, dalam digitalisasi perbankan didorong oleh beberapa faktor pengembangan *digital banking*. Faktor tersebut terdapat tiga aspek utama yaitu (OJK, 2021:34):

1. Peluang *Digital (Digital Opportunity)* meliputi, potensi demografis, keuangan digital dan penggunaan internet.
2. Perilaku *Digital (Digital Behavior)* meliputi, penggunaan aplikasi mobile.
3. Transaksi *Digital (Digital Transaction)* meliputi, transaksi *digital banking*, transaksi uang elektronik dan perdagangan *online (e-commerce)*

## **2.6 Webform**

*Webform* merupakan gabungan dari kata *website* dan formulir. *Website* merupakan kumpulan dari halaman-halaman situs yang terdapat dalam sebuah domain yang berada di dalam *world wide web (www)* di internet. Formulir/*form* merupakan suatu bagian dari halaman *web* yang bertujuan untuk mengizinkan pengunjung mengirim data ke *web server*. Kontrol yang digunakan dalam *webform* memiliki beragam bentuk seperti, *text*, *check box* dan lain-lain sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Dalam menggunakan dan mengakses *webform* cukup mudah dan dapat dipahami. Karena hanya dengan mengunjungi link yang disediakan maka akan muncul data-data yang akan digunakan dalam melakukan transaksi, dan kebutuhan lainnya (wikipedia, 2022).

Penggunaan *webform* diminati oleh banyak perusahaan agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan tentunya agar memudahkan pelanggan dalam mengakses. Perusahaan di bidang perbankan tentunya ingin memberikan pelayanan yang terbaik dan dapat mengefisiensi waktu nasabah. Maka dari itu, perusahaan di bidang perbankan juga menerapkan transaksi melalui *form* dimana nasabah dapat mengunjungi link yang sudah disediakan dan mengisi formulir yang akan digunakan dalam bertransaksi (Suhayati et al, 2022:1670).

Perusahaan dapat menggunakan *webform* sebagai formulir transaksi maupun survei untuk mengumpulkan data pelanggannya. Perusahaan dapat mudah membagikan formulir *online* ini, hanya dengan membagikan *link* tersebut. Setelah terisi formulir *online* tersebut, maka data-data yang diperoleh akan tersimpan rapi dalam *google spreadsheet* (<https://katadata.co.id/safrezi/berita/6200a2a9697ec/pengertian-website-menurut-para-ahli-beserta-jenis-dan-fungsinya>).

Pada zaman sekarang, fasilitas-fasilitas *modern* sangat dibutuhkan untuk mempermudah akses informasi maupun transaksi. Maka dari itu, *webform* pada zaman sekarang sangatlah diperlukan karena dapat mempermudah dalam hal seperti bertransaksi. Tidak hanya mempermudah, tetapi juga akan berkaitan dengan pelayanan. Karena semakin cepat pelayanan akan semakin bagus kualitas pelayanan perusahaan tersebut.

## 2.7 Keunggulan, Kelemahan serta Kendala *Webform*

Banyak hal kemudahan dalam memanfaatkan *webform* untuk meningkatkan *personal branding*, tetapi juga tidak sedikit kelemahan dan kendala yang kerap terjadi dalam memanfaatkan *webform*. Berikut merupakan keunggulan, kelemahan serta kendala pada *webform* (HarmoniPermata, 2016):

### 1. Keunggulan

#### a. Mempunyai jangkauan yang sangat luas

Penggunaan internet pada era sekarang semakin meningkat. Hal ini tentu menjadi peluang yang sangat besar untuk memanfaatkan teknologi seperti ini.

#### b. Dapat diakses siapa saja, kapan saja dan dimana saja

Dalam memanfaatkan internet semua masyarakat dapat mendapatkan berbagai macam informasi yang diinginkan.

#### c. Akses sangat mudah

Hanya dengan menekan *link* yang diinginkan dapat melihat informasi produk perusahaan, berita terkini maupun layanan.

#### d. *Update* informasi baru

Melalui situs *webform*, perusahaan dapat memberikan informasi terbaru baik dari produk, layanan dan informasi perusahaan.

### 2. Kelemahan

#### a. Kredibilitas

Karena *webform* ini dapat dikunjungi sendiri oleh *customer* dan tidak bertemu secara langsung, maka akan sulit untuk mendapatkan

kepercayaan dari *customer*. Maka dari itu pihak perusahaan juga seharusnya melakukan promosi untuk mendapatkan kepercayaan *customer* dalam menggunakan *webform* yang telah disediakan.

b. *Spam*

*Spam* merupakan resiko yang biasa terjadi apabila memasukkan nomor telepon dan *email* ke dalam *webform*.

### 3. Kendala

a. *Webform down* / tidak dapat diakses

Apabila terlalu banyak *customer* yang akses *webform* secara bersamaan maka bisa membuat *webform* tersebut tiba-tiba tidak bisa diakses. Untuk mengatasi masalah tersebut dapat melakukan *refresh webform* dan menunggu beberapa menit sampai tidak *down*.

b. Terjadi *Error 404 Not Found*

Hal ini kerap terjadi ketika salah memasukkan huruf maupun angka maka akan muncul kalimat tersebut. Bukan hanya itu saja, bisa jadi halaman *webform* tersebut sudah dihapus atau sudah dipindahkan ke dalam *URL* lain. Untuk mengatasi masalah tersebut perusahaan bisa membuatkan *URL* agar *customer* hanya perlu menekan *link* tersebut.