

Optimalisasi Penerapan Akad-Akad dalam Produk Digital Perbankan Syariah

Dimas Herliandis Shodiqin¹
Salahuddin Rijal Arifin²

¹Dosen Program Studi Ekonomi Syariah
Universitas Islam Negeri Antasari
e-mail: dherliandis@unmuhjember.ac.id

²Dosen Program Studi Ekonomi Syariah
Universitas Muhammadiyah Jember
e-mail: salahuddin.rizal@unmuhjember.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui optimalisasi yang dilakukan oleh Perbankan Syariah dalam penerapan Akad-akad produk digital Perbankan Syariah. Hal ini perlu dilakukan mengingat bahwa pertumbuhan teknologi dan informasi menuntut Perbankan untuk meningkatkan model pelayanan secara digital. Berbagai model aplikasi digital sudah dapat diakses oleh masyarakat dalam berbagai transaksi perbankan. Aplikasi yang digunakan dapat meningkatkan pelayanan masyarakat secara cepat dan tepat. Guna penerapan produk digital Perbankan syariah yang aman dan sesuai dengan ketentuan Syariah, maka pihak Perbankan syariah berupaya mendesain model aplikasi yang sesuai dengan penerapan akad-akad syariah. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *studi pustaka*, dengan menggunakan pendekatan *studi literatur* dalam mengkaji berbagai fenomena yang ada di masyarakat. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan produk digital banking menjadi salah satu inovasi yang mendukung Perbankan syariah dalam meningkatkan kualitas layanan bagi nasabah. Selain itu optimalisasi penerapan akad-akad syariah dapat memberikan jaminan bagi nasabah dalam menggunakan produk *Digital Banking* karena sesuai dengan tuntutan syariah serta mengikuti perkembangan produk digital lainnya.

Kata Kunci: *Optimalisasi; Penerapan Akad; Produk Digital; Perbankan Syariah*

PENDAHULUAN

Seiring dengan pertumbuhan teknologi yang semakin berkembang dalam berbagai aktifitas kegiatan, Hal ini membuat manusia mulai terbiasa memanfaatkan teknologi dalam berbagai hal ataupun aktifitas lainnya, antara lain aktifitas pendidikan, sosial, maupun kegiatan ekonomi. Tingkat penggunaan teknologi yang tinggi serta penguasaan penggunaan informasi yang luas membuat masyarakat mampu melakukan berbagai kegiatan termasuk baik jual beli maupun transaksi secara online.

Tingginya populasi masyarakat muslim di Indonesia ternyata berbanding terbalik dengan pangsa pasar dan arah pertumbuhan ekonomi dan keuangan syariah. dapat dilihat dari hasil survey yang dilaksanakan oleh OJK yang menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia dalam kurun waktu 2016-2019 mengalami stagnan. Hal ini juga diperparah dengan menurunnya indeks literasi ekonomi syariah di Indonesia yang berkisar sekitar 17 ribu warga muslim yang memahami prinsip dasar ekonomi syariah maupun memahami perkembangan produk-produk digital Perbankan syariah (Lahilla, 2020).

Jika dipandang pada cakupan dan manfaat besar yang diterima oleh masyarakat. tentu hal ini menjadi peluang dan tantangan tersendiri bagi lembaga Perbankan maupun lembaga keuangan lainnya. Sebagian besar lembaga keuangan berupaya menyiapkan diri dalam mengikuti perkembangan zaman. Kemudahan layanan teknologi informasi mendorong Perbankan berinovasi dalam mencetuskan produk-produk digital yang mudah digunakan oleh masyarakat.

Kemudahan layanan *Digital Banking* mampu membantu masyarakat dalam bertransaksi sesuai dengan fitur yang dimiliki. Jangkauan dan nilai efisiensi menjadi salah satu alasan proposional yang diambil oleh masyarakat dalam menggunakan produk digital banking. Sepertihalnya kegiatan

menabung pada mulanya harus datang ke kantor dan menunggu antrian, sekarang masyarakat dapat melakukan kegiatan transaksi lewat mesin ATM atau aplikasi *Mobile Banking* yang dimiliki. Hal ini juga termasuk dalam kegiatan transfer maupun transaksi pembelian lainnya.

Produk digital banking dianggap sebagai salah satu model inovatif pengenalan produk Perbankan dalam bentuk digital. Produk-produk ini memberikan kemudahan bagi masyarakat khususnya dalam bertansaksi maupun kegiatan Perbankan lainnya. Selain itu, maraknya model perusahaan pinjaman online yang semakin banyak membuat Perbankan harus beralihfungsi dari penerapan produk konvensional menjadi produk *Digital Banking*.

Beberapa kurun waktu terakhir, dapat diketahui bahwa Perbankan syariah mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat. salah satu faktor perkembangan pangsa pasar Perbankansyariah di Indonesia salah satunya adalah kebijakan merger Bank BUMN syariah atau Himpunan Bank Negara (himbara) Syariah menjadi satu lembaga Perbankan Syariah terbesar yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Melalui program merger ini, ternyata mampu menjadikan Perbankansyariah memiliki *Market Share* terbesar khususnya di Indonesia. Tak ayal, prospek perkembangan Perbankan Syariah dapat dipastikan dari tahun ke tahun semakin meningkat. tingkat persaingan dan kompetensi antar Perbankan menjadikan Bank syariah harus lebih inovatif dalam mengembangkan produk-produk maupun program unggulan lainnya.

Perlu difahami, penerapan produk Perbankan Syariah haruslah berlandaskan pada akad-akad syar'i dan sesuai dengan keputusan DSN MUI. Penerapan akad-akad syar'i diwujudkan dalam berbagai bentuk kegiatan perbankan. Seperti halnya kegiatan tabungan, dan kegiatan pembiayaan. Perlu diperhatikan, bahwa Perbankan Syariah mulai mengenalkan produk *Digital Banking*, maka harus dilihat pada kesesuaian akad yang melatarbelakangi adanya produk digital tersebut. Penerapan akad-akad tersebut untuk memberikan jaminan kehalalan bagi masyarakat khususnya bagi masyarakat muslim dalam menggunakan produk digital banking dengan aman dan nyaman. Secara tidak langsung, dapat meningkatkan pemahaman dan literasi digital dan keuangan syariah di tengah-tengah masyarakat. Harapannya, masyarakat akan memilih menggunakan produk digital banking daripada menggunakan model pinjaman online yang seringkali merugikan bagi masyarakat sendiri (Anshori,2016).

Beberapa waktu terakhir, banyak sekali model penelitian maupun literasi yang membahas terkait model pengembangan digitalisasi ekonomi dan Perbankansyariah. Berbagai artikel yang telah dipublikasikan salah satunya yang berjudul digitalisasi ekonomi syariah yang ditulis oleh Aan Anshori. Dalam artikel ini menjelaskan bahwa pengembangan digitalisasi ekonomi syariah telah mencakup dalam berbagai aspek ekonomi khususnya di dunia Perbankansyariah. Model pengembangan layanan teknologi diupayakan untuk membangun system informasi manajemen Perbankanyang didesain dengan berbagai model aplikasi khusus yang dapat digunakan dan mempermudah proses-proses transaksi yang ada di Perbankan (Aan,2016).

Model perkembangan digital di Perbankansyariah khususnya dalam meningkatkan hubungan dan loyalitas nasabah dikaji oleh Rika Mawarni DKK. Penelitian ini menitikberatkan pada penerapan digital banking syariah sebagai upaya Customer Retention pada masa Covid 19. Adapun hasil penelitian ini mendeskripsikan gambaran mengenai penerapan produk digital Perbankansyariah serta upayanya dalam mempertahankan nasabah selama terjadi pandemi. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan penggunaan produk digital yang dilakukan oleh masyarakat. Upaya ini memberikan dampak positif antara lain tumbuhnya volume transaksi digital di Perbankansyariah mencapai Rp 2,775,5 triliun atau tumbuh 13,91 % dari periode tahun sebelumnya. Maka dapat dikatakan bahwa proyeksi potensi produk digital Perbankansyariah meningkat dan dapat diterima secara cepat di masyarakat. Dari beberapa kajian yang telah diulas, belum ada penelitian yang secara spesifik membahas terkait beberapa akad yang diterapkan dalam produk digital Perbankansyariah.

Berdasarkan dari latar belakang yang diungkapkan diatas, maka penelitian ini menitikberatkan pada penerapan akad-akad syariah dalam produk digital banking serta perkembangan produk digital Perbankan syariah saat ini.

METODOLOGI PENELITIAN

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian studi pustaka. Pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan *studi literatur* dalam mengkaji berbagai fenomena yang ada di masyarakat. Selain itu model pendekatan ini untuk menggambarkan peran akad-akad tersebut serta penerapannya dalam produk digital banking yang dikembangkan oleh Perbankan Syariah saat ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengenalan dan Penerapan Produk Digital Perbankan Syariah

Beberapa literature menjelaskan, bahwa produk digital banking merupakan salah satu layanan Perbankan digital atau model integrasi kegiatan Perbankan ke dalam sarana elektronik atau platform digital bank. Layanan *Digital Banking* telah diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor, 12/ POJK.3/2018 tentang penyelenggaraan layanan Perbankandigital yang dilaksanakan oleh Bank umum. Produk digital banking yang dikeluarkan merupakan salah satu inovasi khususnya Perbankan Syariah dalam peningkatan kualitas layanan kepada nasabah akan lebih efektif dan efisien (Apriyanti,2018).

Adapun definisi digital banking yang diatur dalam peraturan BankIndonesia (PBI) Nomor 9/15/PBI/2007 menjelaskan tentang penerapan manajemen resiko dalam poenggunaan teknologi informasi yang diselenggarakan oleh Bank Umum. Adapun penerapan layanan *Digital Banking* yang diatur dalam peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor.12 /POJK.3/2018 tentang penyelenggaraan layanan Perbankan digital bagi Bank umum (Susanti,2019). Adapun beberapa layanan digital yang dapat diselenggarakan oleh Perbankan Syariah antara lain:

- a. *Internet Banking*, Produk layanan Perbankandigital yang mampu melakukan transaksi Perbankan melalui perangkat yang terhubung dengan jaringan internet Perbankan tersebut. Beberapa jenis transaksksi *Internet Banking* diantaranya:
 1. Kegiatan transfer dana
 2. Fitur informasi saldo, mutasi rekening, dan informasi nilai tukar
 3. Penyediaan layanan pembayaran tagihan (PLN, Kartu Kredit, Telepon, maupun PDAM)
 4. Fitur pembelian yang dapat digunakan nasabah seperti halnya: isi ulang pulsa, pembelian tiket pesawat, pembelian saham dan reksadana)
- b. *Phone banking*, produk layanan transaksi Perbankanyang dilakukan melalui perangkat telepon dengan menghubungkn dengan *contact center* Bankyang bersangkutan. Dalam penggunaan produk ini, Banktelah menyediakan tenaga staf khusus yang akan menjalankan transaksi nasabah atau dapat dilakukan dengan progam otomatis secara langsung dapat berinteraksi dengan nasabah. Adapun model transaksi yang digunakan dalam *Phone Banking* sama hal nya dengan *Internet Banking* dengan model dan prosedur yang berbeda.
- c. *Mobile Banking*, adalah layanan Perbankanyangb dapat diakses langsung melalui perangkat smartphone dengan kualifikasi kecanggihan yang lebih tinggi. Dalam menjalan produk *Mobile Banking*, Bankbekerjasama dengan oprator seluler, sehingga dalam SIM Card didesain untuk mampu mengaplikasikan progam khusus dalam melakukan transaksi pembayaran. Adapun model transaksi yang digunakan sama dengan produk *Internet Banking* dan *Phone Banking*. Namun saat ini banyak model fitur yang disediakan aplikasi Mobile Banking sepertihalnya:

1. Fitur pengetahuan keislaman
 2. Fitur informasi waktu sholat yang secara otomatis mengumandangkan adzan sesuai dengan jadwal dan waktu sholat
 3. Sandi pengaman di masing-masing fitur
 4. Fitur pembayaran zakat
 5. Fitur pembayaran infaq
- d. *QRIS Banking*. Produk digital ini memberikan solusi pembayaran yang mudah dan aman tanpa melakukan kontak fisik hanya dengan fitur QR Code Indonesia Standart (QRIS) yang telah diterbitkan oleh BankIndonesia.
- e. ATM, layanan digital Perbankan dalam bentuk kartu elektronik untuk memudahkan nasabah Perbankandalam melakukan transaksi baik dengan menggunakan mesin ATM (Authomated Teller Machine) maupun mesin EDC (Electronic Data Capture).
- f. Tabungan e-mas dan gadai emas. Produk layanan kepemilikan emas baik dimulai dari nilai RP 50.000. selain itu nasabah juga dapat melakukan transaksi jual, beli, transfer, tarik fisik emas dan gadai online emas melalui *Mobile Banking* tanpa harus datang ke kantor cabang.
- g. Produk *Cardless Withdrawal*, kemudahan untuk tarik tunai tanpa kartu dengan menggunakan *mobile banking* dan dilakukan di seluruh ATM Bank tersebut.

Berdasarkan pemaparan tersebut diatas, maka dapat diketahui, berbagai model produk digital Perbankan yang telah disebutkan di atas sebagian besar diterapkan di masing-masing Perbankan baik Perbankan konvensional maupun syariah. Namun dalam Perbankan syariah dilengkapi dengan berbagai fitur islami sebagai komponen pendukung. Karena mengingat prinsip-prinsip Perbankansyariah yang mendukung kegiatan dan meningkatkan amal kebaikan bagi nasabah. Adapun produk yang memiliki nilai preferensi yang tinggi dari nasabah adalah produk *Mobile Banking* dan ATM. Produk *Mobile Banking* dapat digunakan secara cepat karena langsung terkoneksi dengan *Smartphone* nasabah sehingga dapat digunakan setiap saat. Sedangkan ketersediaan mesin ATM ataupun berbagai macam mesin EDC yang berada di pusat perbelanjaan maupun fasilitas publik menjadi kemudahan bagi nasabah dalam menggunakan kartu ATM dengan mudah dan cepat.

Adapun manfaat utama dalam penerapan dan penggunaan produk digital di Perbankan, antara lain (Susanti,2019):

1. Penerapan efisiensi bisnis, efisiensi bisnis yang ditawarkan dalam penggunaan produk digital banking memudahkan Perbankandalam memberikan kebutuhan nasabah dengan cepat.
2. Upaya meminimalisir biaya, salah satu upaya Perbankansyariah dalam meminimalisir biaya yang dikeluarkan adalah model aplikasi otomatis yang menggantikan tenaga kerja manual yang cenderung berlebihan.
3. Pelaksanaan layanan dapat diakurasi secara meningkat. Pada umumnya, Perbankansecara tradisional hanya mengandalkan pemrosesan manual dengan menggunakan berbagai persyaratan di atas kertas yang cenderung memiliki tingkat kesalahan dan pengerjaan ulang. Namun dalam bentuk layanan digital akan memudahkan pihak Bank dalam menginput ke sistem secara efisien.

Pihak Perbankan Syariah dalam hal ini berupaya memberikan kemudahan akses layanan Perbankan berbasis teknologi informasi tanpa batasan tempat dan waktu. Selain itu penyediaan layanan digital banking memberikan dampak positif dalam peningkatan kualitas pengelolaan keuangan nasabah menjadi lebih baik. Namun seiring dengan penyediaan layanan digitalisasi Perbankan syariah, tetap saja banyak menimbulkan resiko di kemudian harinya, terutama pada resiko operasional, resiko strategi, dan resiko reputasi yang tentu harus segera dimitigasi dengan baik dan efektif oleh Perbankan Syariah itu sendiri (Lahila,2020).

Kemudahan yang ditawarkan dalam penggunaan produk digital Perbankan syariah tentunya disertai dengan kewaspadaan bagi nasabah dalam melakukan berbagai transaksi secara non tunai. Untuk itu perlunya edukasi secara menyeluruh bagi masyarakat terkait berbagai panduan yang aman dalam bertransaksi secara non tunai serta bijak dalam menggunakan berbagai produk digital banking, antara lain:

1. Masyarakat dihimbau untuk menjaga data pribadi seperti nomor PIN, User ID, OTP (*one time password*), maupun data pribadi kartu debit maupun kartu kredit.
2. Masyarakat dihimbau untuk mengecek keamanan mesin ATM sebelum melakukan transaksi.
3. Masyarakat dihimbau untuk tidak meminjamkan kartu APMK (Alat pembayaran menggunakan kartu) seperti ATM, Debit card, credit card kepada orang lain.
4. Mengutamakan transaksi dengan menggunakan PIN secara pribadi. Dan mengganti nomor PIN minimal 3 bulan sekali.
5. Masyarakat perlu mengupdate No ponsel yang digunakan agar sesuai dengan No ponsel yang tertera pada data nasabah di masing-masing rekening.
6. Masyarakat perlu mengaktifkan fitur SMS notifikasi yang berguna untuk mengetahui perubahan saldo nasabah atau mutasi rekening.

Dengan adanya inovasi produk digital yang diterapkan, maka Perbankan syariah berkesempatan membangun inklusi keuangan digital di tengah-tengah masyarakat. Selain itu, ketersediaan SDM yang kreatif dan inovatif menjadi faktor penting isu penggunaan digteknologi digital 4.0 saat ini. Model rancangan produk digital yang bersadingan dengan konsep akad-akad syariah menjadikan produk ini mampu diterima di kalangan masyarakat. Penggunaan produk digital tentu dapat mendorong terjalannya bentuk kerjasama dan daya saing yang sehat baik dari sesama lembaga Bank syariah, dengan lembaga konvensional, maupun lembaga fintech yang ada di Indonesia saat ini.

Penerapan Akad-Akad Syariah dalam Produk Digital Perbankan Syariah

Produk-produk keuangan yang diterapkan dalam Perbankan syariah terbagi dalam berbagai bentuk dan nama produknya. Bentuk produk digital yang ditawarkan haruslah dikemas sesuai dengan konsepsi akad yang telah diatur dalam prinsip-prinsip syariah. Adapun akad sendiri memiliki pengertian yaitu pertalian atau keterikatan antara ijab dan qobul sesuai dengan kehendak syariah (Allah dan Rasulnya) yang berakibat adanya suatu hukum dalam kegiatan perikatan (Sahroni, 2020). Adapun akad-akad yang atau transaksi yang berhubungan dengan kegiatan usaha Bank Syariah dapat dibedakan dalam dua jenis, yaitu akad yang berorientasi dalam mencari keuntungan (tjarah) dan satunya terkait dengan akad yang berorientasi pada sosial (*tabarru'*). Beberapa akad-akad yang diterapkan dalam produk digital Perbankan syariah, diantara yaitu:

1. Akad Wakalah, merupakan akad pelimpahan kuasa dari pemberi kuasa (muwakil) kepada penerima kuasa (wakil) untuk melakukan perbuatan hukum tertentu yang boleh diwakilkan. Wakalah merupakan salah satu layanan pembiayaan yang lazimnya digunakan dalam kegiatan transfer uang baik dalam negeri maupun luar negeri. Selain itu juga dapat digunakan dalam model lalu lintas pembayaran antara lain kliring dan inkaso. Model akad wakalah yang diterapkan dalam produk *Mobile Banking* menjadikan produk *Mobile Banking* menggantikan peran bank dalam melakukan berbagai kegiatan transaksi. Keseuaian akad wakalah dengan proses transaksi nasabah dalam menggunakan produk *Mobile Banking* dapat dilihat dari proses transaksi secara system sesuai dengan dengan fitur yang telah disiapkan. Dalam akad wakalah ini, perbankan sebagai pihak wakil pelaksanaan akad wakalah, akan melaksanakan perintah dan tugas yang secara otomatisasi dan dilengkapi dengan berbagai system keamanan yang memadai. Model penerapan wakalah dalam aplikasi tersebut bertujuan untuk memudahkan nasabah secara langsung melakukan transaksi pembayaran kapan saja dan dimana saja.

2. Akad Murabahah adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dan jasa dalam waktu tertentu dengan pembayaran ujuh maupun upah. Model pembiayaan ini digunakan dalam bentuk pengadaan barang pelaku usaha yang berjualan secara daring dengan model pembayaran melalui jasa penyelenggaraan yang disediakan dalam produk digital Perbankan Syariah. Model pembayaran dilakukan melalui penyedia jasa otorisasi pembayaran secara daring (digital payment). Model pembayaran secara daring juga dapat membantu konsumen atau pembeli dalam melakukan kegiatan pembelian barang secara online. Berbagai model *Marketplace* atau *onlinestore* yang tersedia dapat memanjakan nasabah untuk membeli barang secara online. Model *Digital Payment* telah terkoneksi dapan dapat digunakan pada di aplikasi produk *Internet Banking*, *Phone Banking* dan *Mobile Banking*.
3. Akad Qardh, akad Qardh merupakan suatu akad pinjaman kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah akan mengembalikan dana yang diterima kepada pihak perbankan sebagai penerbit kartu elektronik. Model akad ini diterapkan pada penggunaan kartu kredit yang dikeluarkan oleh perbankan yang selanjutnya digunakan oleh nasabah dengan batas dan limit yang disepakati (Anam,2018).

Perkembangan Produk Digital Banking Perbankan Syariah di Indonesia

Guna menjawab tantangan dan kebutuhan masyarakat saat ini, maka Perbankan Syariah diharuskan dalam memberikan layanan berbasis digital secara optimal. Adaptasi penerapan digital banking disesuaikan dengan pengelolaan dana berbasis syariah sebagai salah satu keunggulan Bank Syariah. Dalam menghadapi berbagai persaingan tidak hanya dari Perbankan konvensional maupun lembaga Fintech. Perubahan digitalisasi layanan Perbankan Syariah menjadi sebuah keharusan yang harus dioptimalkan. Kebutuhan akan penggunaan teknologi layanan digital menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat khususnya nasabah Perbankan syariah. Atas dasar itulah, Bank Syariah harus memulai menciptakan layanan berbasis teknologi yang lebih Advanced serta mampu beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital saat ini.

Dalam kurun tahun 2020, berdasarkan data yang dikeluarkan oleh kementerian koordinator bidang perekonomian menunjukkan bahwa kinerja asset Industri Keuangan Syariah mampu mencapai pertumbuhan 21, 48 % dalam kisaran angka Rp. 1.770,32 triliun. Meskipun nilai pangsa pasar hanya mencapai 6,55 % dari total aset Perbankan di Indonesia dalam laporan per Januari 2021. Hal ini menggambarkan potensi sektor keuangan syariah semakin bertumbuh hingga mencapai pangsa pasar 20% pada tahun 2023. Potensi sektor keuangan syariah mampu memberikan peluang yang mampu mendorong perkembangan produk digital Perbankan Syariah. Dimana Bank Syariah memiliki komitmen mendasar untuk terus berupaya menyediakan ekosistem komprehensif dalam megembangkan komunitas dengan layanan digital Perbankan Syariah.

Dalam menjawab potensi dan upaya mentransformasi produk digital Perbankan Syariah. Tidak lepas dari model penggabungan teknologi digital dengan interaksi nasabah. Interaksi nasabah dimaksudkan untuk memberikan kenyamanan bagi nasabah dalam menggunakan layanan Perbankan. Peluang dan tantangan dalam mengembangkan produk digital tentu harus dihadapi Perbankan Syariah sebagai langkah strategis mewujudkan layanan digital dan memproyeksikannya sebagai salah satu pendorong utama pertumbuhan industri Perbankan secara berkelanjutan (Tahliani,2020).

Sebagai upaya meningkatkan pangsa pasar pengembangan digitalisasi Perbankan Syariah, maka Perbankan Syariah dapat meningkatkan empat strategi model digitalisasi, yaitu:

1. Bank Syariah menargetkan pangsa pasar konsumen sesuai dengan tujuang pengembangan produk digital banking. Diantaranya bagi masyarakat dan generasi milenal muslim yang cakap dengan penguasaan layanan digital namun belum terlayani oleh Bank sebelumnya. Berbagai model cara strategi antara lain mengkolaborasi model jasa pembayaran digital dan jasa pembayaran lainnya.

2. Bank Syariah perlu mengoptimalkan pendekatan ekosistem ekonomi syariah, diantaranya ekosistem basis pesantren maupun organisasi keagamaan. Model pengenalan ekosistem ekonomi syariah dapat dimulai dari sumber dana, transaksi dan data pembayaran, serta penyaluran pembiayaan.
3. Bank Syariah meningkatkan eksplorasi di berbagai media sosial yang sedang digemari oleh kalangan generasi milenial. Model digitalisasi ini dimanfaatkan untuk memberikan profil pengembangan dan pengenalan produk bagi masyarakat melalui kegiatan media sosial. Selain itu, media sosial juga memudahkan bagi masyarakat untuk mengungkapkan keluhan maupun pengaduan dalam segi layanan dan jasa yang diberikan dan dapat direspon perbankan secara cepat.
4. Bank Syariah perlu membentuk bisnis kolaboratif yang bersinergi dengan pihak lain yang memiliki kapabilitas teknologi. Upaya ini dalam meningkatkan Perbankan Syariah mampu bersaing tidak hanya dalam dunia keuangan konvensional maupun keuangan digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan diatas, dapat diartikan bahwa penerapan produk digital banking menjadi salah satu inovasi yang mendukung Perbankansyariah dalam meningkatkan kualitas layanan bagi nasabah. Model penerapan teknologi yang digunakan dapat memberikan dampak positif antara lain: (1) memberikan kemudahan bertransaksi bagi nasabah, (2) menekan biaya operasional, (3) mampu menjangkau kebutuhan masyarakat secara cepat dan tepat, (4) menjadi daya saing bagi Perbankan dalam menghadapi persaingan *Fintech* saat ini. Penggunaan teknologi yang dimunculkan dalam bentuk produk-produk digital yang diterapkan dalam Perbankan syariah tidak lepas dari upaya mengoptimalkan akad-akad syariah. Sepertihalnya penggunaan akad Wakalah dalam produk *Mobile Banking*, penggunaan akad ijarah dalam produk *Digital Payment* beberapa akad-akad pendukung lainnya. Optimalisasi penerapan akad-akad syariah dapat memberikan jaminan bagi nasabah dalam menggunakan produk *Digital Banking* karena sesuai dengan tuntutan syariah serta mengikuti perkembangan produk digital lainnya. Perkembangan produk digital Perbankan Syariah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, meskipun demikian masih banyak kendala yang dihadapi dalam penerapannya. Untuk itu, berbagai macam strategi dikembangkan oleh Perbankan Syariah diantaranya: (1) upaya digitalisasi produk Perbankan baik dalam penghimpunan dana maupun pembiayaan, (2) memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk digital banking, (3) meningkatkan literasi digital keuangan syariah secara massif kepada masyarakat.

Adapun saran dan rekomendasi yang dapat diberikan dalam penelitian ini antara lain: Perlunya formulasi hukum akad-akad kontemporer yang dicetuskan oleh lembaga MUI dalam memberikan kesempatan bagi perbankan untuk mengembangkan inovasi produk digital perbankan Syariah; Adanya penelitian lanjutan baik dari akademisi maupun praktisi untuk melihat kesesuaian produk digital dengan akad-akad syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, C. (2018). E-money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari'ah. *Qawānīn*, 2(1), 288214.
- Ansori, A. (2016). *Digitalisasi Ekonomi Syariah*. ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam, 7(1).
- Apriyanti, H. W. (2018). *Model Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia*. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 83-104.
- Lahila, A. F., Jumarni, J. J., & Amalia, I. R. (2020). *Optimalisasi Produk Bank Syariah dalam Menghadapi Digital banking (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kota Palopo)*. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 3(1).
- Mawarni, R. (2021). *Penerapan Digital Banking Bank Syariah sebagai Upaya Customer Retantion Pada Masa Covid-19*. *AL IQTISHOD: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(2), 39-54.
- Nuhyatia, I. (2013). *Penerapan dan Aplikasi Akad Wakalah pada Produk Jasa Bank Syariah*. *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 3(2).
- Sahroni, O. (2020). *Fikih Muamalah Kontemporer: Jilid 3*. Republika Penerbit.
- Susanti, E. (2019). *Inovasi Digital Banking Dan Kinerja Perbankan Di Indonesia*.
- Tahliani, H. (2020). *Tantangan Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19*. *Madani Syari'ah*, 3(2), 92-113.