

KEBERLANJUTAN *FINANCIAL TECHNOLOGY SYARIAH* PASCA ERA PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA

Elok Fitriya

Universitas Muhammadiyah Jember
elokfitriya@unmuhjember.ac.id

Ardhi Fathonisyam P.R.

Universitas Muhammadiyah Jember
ardhifathonisyam@unmuhjember.ac.id

Wahyu Bagus Putra

Universitas Muhammadiyah Jember
bagusputra225@gmail.com

Abstrak: Inovasi teknologi mengakibatkan perusahaan mengubah konsep dalam bisnisnya sehingga perusahaan bisa survive dan kompetitif. Finansial teknologi syariah merupakan terobosan baru dalam era digitalisasi revolusi industri 4.0. Pada akhirnya, perusahaan dihadapkan pada keharusan digital: beradaptasi dengan keadaan yang baru atau risiko keusangan kompetitif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara literasi dengan melakukan tinjauan pustaka yang sistematis pada kumpulan jurnal yang dipilih untuk mengeksplorasi apa yang memerlukan finansial teknologi syariah dan teknologi informasi serta kegunaannya yang dibuktikan secara empiris saat ini untuk mengusulkan kerangka kerja untuk penelitian masa depan tentang bagaimana kedua faktor ini dapat mempengaruhi dan kinerja perusahaan. Pertama makalah ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang digitalisasi, kematangan digital, Inovasi IT serta kemajuan digital. Kedua mengubah fundamental ekonomi setelah digitalisasi dijelaskan. Ketiga gambaran umum tentang digital teknologi dalam kinerja perusahaan.

Kata Kunci : *Financial Technology, Kinerja, Syariah, Teknologi Informasi,*

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah membuat masyarakat beradaptasi, melalui gaya hidup yang sangat berbeda. Hal ini tidak dapat dihindari dan bahkan perlu kita pacu inovasi yang memberikan manfaat dan keunikan tersendiri dalam ekosistem dan keuangan syariah. Sekarang ini, telah lahir banyak aplikasi digital dan pertumbuhan startup yang memberikan peluang besar dalam merealisasikan potensi ekonomi syariah secara nasional maupun global. Oleh karena itu, keduanya harus diberdayakan agar ekonomi dan keuangan syariah memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat. Masyarakat Indonesia sudah mulai terbiasa bertransaksi secara digital, namun demikian secara kuantitas penggunaan transaksi digital baru mencapai hal-hal yang berkaitan dengan

kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu kehadiran fintech dan layanan elektronik lainnya perlu diperluas lagi agar dapat mendorong inklusif keuangan syariah di Indonesia.

Dua dekade terakhir ini digitalisasi telah berubah dari konsep yang agak abstrak dan futuristik menjadi kekuatan transformatif yang membentuk kembali perekonomian di Dunia dan bertindak sebagai faktor yang sangat menentukan dalam kelangsungan usaha (Dincer and Dincer, (2016); Martínez-Caro, Cegarra-Navarro and Alfonso-Ruiz (2020); deloitte (2019); Wroblewski (2018); Khin and Ho (2019). Keterbaruan teknologi digital sangat cepat berubah dari waktu ke waktu. Pertama kali teknologi digital pada era informasi ditandai dengan adanya inovasi teknologi yang berupa penggunaan komputersasi (Kwon and Park, 2017). Awalnya, gagasan tentang apa yang disebut kesenjangan digital diciptakan kadang-kadang selama munculnya teknologi informasi di tahun 1990-an. Hal ini digunakan untuk menjelaskan perbedaan ketidaksetaraan informasi, yaitu menggunakan komputer atau Internet (Dincer and Dincer, 2016). Seiring waktu, kemajuan teknologi informasi membuat komputer, interaksi online menjadi kebiasaan.

Pemahaman modern tentang digitalisasi bergeser dari sekadar bekerja dengan komputer hingga konsensus bahwa teknologi digital mengubah bentuk bagaimana bisnis berinteraksi dalam bisnis ke bisnis dan pengaturan bisnis ke pelanggan (Bouwman, et al., (2018); OECD (2018)). Transformasi digital tidak hanya terbatas pada perusahaan dan perusahaan baru yang paham teknologi dalam beroperasi di sektor teknologi tinggi, perusahaan yang besarpun memulai perjalanan formasi transportasi digital (Deloitte; 2019). Digitalisasi mewakili pergeseran paradigma yang sangat mempengaruhi bisnis yang paling tradisional dan bahkan berdampak pada masyarakat secara keseluruhan (Gimpel dan Röglinger, 2015; Sambamurthy dkk., 2003).

Pada akhirnya, perusahaan dihadapkan pada keharusan digital: beradaptasi dengan keadaan yang baru atau risiko keusangan kompetitif (Chen and Srinivasan, 2019). Bahkan tampaknya karena perubahan yang disebabkan oleh teknologi digital maka konsep perusahaan yang sudah mapan tidak lagi berlaku. Menurut adopsi teknologi tradisional model oleh Rogers (1963), inovasi atau produk baru mendapatkan popularitas secara berurutan dengan segmen pasar, mulai dari inovator dan pengadopsi awal hingga yang paling tinggi.

Berdasarkan data dari OECD (2018) bahwa perusahaan yang tidak melakukan

ekspansi teknologi digital akan dapat bertahan dibandingkan dengan perusahaan yang sangat mudah beradaptasi dengan digital teknologi. Selain itu dalam proses digital transformasi mencakup difusi pengganggu digital yang belum pernah terjadi sebelumnya yaitu perusahaan yang relatif kecil dan muda tetapi sangat inovatif yang bersaing secara tiba-tiba perusahaan mapan (Nwaiwu, 2018). Digitalisasi dan perubahan tersiratnya tidak hanya memengaruhi cara perusahaan beroperasi tetapi juga berdampak besar pada konsumen (Kwon and Park, 2017). Semakin banyak pebisnis dan konsumen yang bertindak online sejak seluler dan layanan internet menjadi lebih luas tersedia (Koch and Windsperger, 2017). Baik itu untuk pembelian online, aktivitas santai seperti mengkonsumsi media, atau mencari informasi, pengguna meninggalkan jejak data yang dapat dianalisis dan dieksploitasi oleh perusahaan (Bouwman et al., 2017). Semakin banyak perusahaan melihat data sebagai bentuk modal dan sebagai aset (Bygren, 2016).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara literasi dengan melakukan tinjauan pustaka yang sistematis pada kumpulan jurnal yang dipilih untuk mengeksplorasi apa yang memerlukan digital teknologi dan teknologi informasi serta kegunaannya yang dibuktikan secara empiris saat ini untuk mengusulkan kerangka kerja untuk penelitian masa depan tentang bagaimana kedua faktor ini dapat mempengaruhi dan kinerja perusahaan. Untuk menentukan arah dalam makalah ini sehingga memperoleh pemahaman yang mendalam terkait dengan digital transformasi dengan kinerja perusahaan. Pertama makalah ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang digitalisasi, kematangan digital, Inovasi IT serta kemajuan digital. Kedua mengubah fundamental ekonomi setelah digitalisasi dijelaskan. Ketiga gambaran umum tentang digital teknologi dalam kinerja perusahaan. Ini berfungsi untuk memberikan gambaran ringkas tentang digitalisasi dalam arti yang lebih luas dan membantu untuk menentukan tujuan makalah ini dalam suatu kerangka kerja.

Setelah sampai pada definisi digitalisasi dan atributnya makalah ini mengikat aspek teoritis digital dan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan secara bersama-sama. Untuk metode yang digunakan data makalah ini adalah metode studi literatur dari berbagai jurnal yang kemudian dianalisis dan memberikan gambaran secara mendalam tentang keterkaitan antara digital teknologi dengan kinerja perusahaan.

2. LITERATUR REVIEW

The Unified Theory of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT)

merupakan salah satu model penerimaan teknologi yang mensintetiskan elemen-elemen pada delapan model penerimaan teknologi yang pernah ada yaitu theory of reasoned action (TRA), technology acceptance model (TAM), motivation model (MM), theory of planned behavior (TPB), combined TAM & TPB, model of PC utilization (MPTU), innovation diffusion theory (IDT) dan social cognitive theory (SCT) untuk memperoleh kesatuan pandangan mengenai penerimaan teknologi terkini (Morris et al., 2003).

Dalam model penelitian UTAUT, niat untuk berperilaku (behavioral intention) dan perilaku untuk menggunakan teknologi (use behavior) dipengaruhi oleh persepsi orang-orang terhadap ekspektasi kinerja (performance expectancy), ekspektasi usaha (effort expectancy), pengaruh sosial (social influence), dan kondisi yang mendukung (facilitating condition) yang dimoderatori oleh jenis kelamin (gender), usia (age), pengalaman (experience), dan kesukarelaan (voluntariness).

UTAUT terbukti lebih berhasil dibandingkan kedelapan teori yang lain dalam menjelaskan hingga 70 persen varian pengguna (Venkatesh et al., 2016). Menurut (Morris et al., 2003) model UTAUT adalah model yang baru dimana model ini dikembangkan karena adanya keterbatasan pada model TAM yang kurang komprehensif dalam mempertimbangkan beberapa aspek yang berpengaruh pada perilaku penerimaan pengguna terhadap penerapan teknologi. Setelah mengevaluasi kedelapan model, menemukan tujuh konstruk yang tampak menjadi determinan langsung yang signifikan terhadap behavioral intention atau use behavior dalam satu atau lebih di masing-masing model. Konstruk-konstruk tersebut adalah performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, attitude toward using technology, dan self-efficacy. Setelah melalui pengujian lebih lanjut, ditemukan empat konstruk utama yang memainkan peran penting sebagai determinan langsung dari behavioral intention dan use behavior yaitu, performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating conditions.

1. Performance Expectancy

Performance expectancy merupakan representasi dari lima konstruk antara lain perceived usefulness (technology acceptance model), external motivation (motivational model), work correlation (model of personal computer utilization), relative advantage (innovation diffusion theory) and expectancy to the achievement (social cognitive theory) (Onaolapo and Oyewole, 2018).

2. Effort Expectancy

Effort expectancy adalah tingkatan upaya setiap individu dalam penggunaan sebuah sistem untuk mendukung melakukan pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003). Menurut Dincer and Dincer (2016) effort expectancy mengacu pada seberapa mudah seseorang berpikir dalam menggunakan sebuah sistem.

3. Social Influence

Social influence merupakan tingkat dimana seseorang menganggap penting untuk orang lain meyakinkan dirinya dalam menggunakan sistem baru (Morris et al., 2003). Social influence mengacu kepada perasaan seseorang untuk merasa bahwa orang yang penting untuk dirinya berpikir bahwa dia harus menggunakan sebuah aplikasi (Morris et al., (2003); Onaolapo and Oyewole (2018)). Pada Social influence menurut Morris et al. (2003) merupakan representasi dari tiga konstruk antara lain subjective norm (theory of reasoned action, technology acceptance model and theory of planned behavior), public image (innovation diffusion theory) dan social factor (model of personal computer utilization). Social influence tergantung kepada pengaruh lingkungan yang di dalamnya termasuk kesukarelaan, dan konteks lainnya antara individu ataupun pengaruh pada organisasi.

4. Facilitating Conditions

Facilitating conditions adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa infrastruktur perusahaan dan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan sistem (Morris et al., 2003). Selain itu, Facilitating conditions juga termasuk dalam keyakinan seseorang terhadap fasilitas dilingkungannya termasuk jangkauan, jaringan dan ketersediaan perangkat untuk menjadikan keyakinan seseorang menerima sebuah teknologi (Martín-Peña, Sánchez-López and Díaz-Garrido, 2019); (Kwon and Park, 2017); (Venkatesh et al., 2016).

5. Behavior Intention

Minat pemanfaatan suatu sistem merupakan niat pemakai menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka mempunyai akses terhadap sistem tersebut (Morris et al., 2003). Behavioral intention didefinisikan sebagai ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Dalam konsep dasar model-model user acceptance yang telah dikembangkan, behavioral intention menjadi konstruk perantara dari persepsi atas penggunaan teknologi informasi dan actual use (use behavior). Peran

behavioral intention sebagai prediktor use behavior telah diterima secara luas dalam berbagai model user acceptance (Khin and Ho, 2019).

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dalam makalah ini adalah SLR (Systematic Literatur Review) dengan melakukan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Kami melakukan tinjauan pustaka secara sistematis pada jurnal sistem informasi yang terkemuka untuk jurnal yang terbit dari tahun 2010 sampai 2020.
2. Kami melakukan pencarian dengan menggunakan tiga kata kunci untuk melakukan penelusuran judul, abstrak dan kata kunci masing-masing makalah adalah digital teknologi, teknologi informasi dan kinerja perusahaan.
3. Kami membaca semua makalah secara detail, dan menyoroti kalimat yang tampaknya relevan untuk pertanyaan penelitian dan ruang lingkup penelitian. Kemudian kami membaca kutipan tersebut berulang kali dan dicatat dalam buku catatan harian untuk referensi di masa mendatang
4. Tahap terakhir dari pengkodean selektif ini melibatkan identifikasi dari dimensi inti. Dimensi inti merepresentasikan fenomena sentral di balik penelitian. Terakhir, proses analisis komparatif berlangsung, di mana menghubungkan dan pemetaan dimensi yang relevan dengan atribut dilakukan. Tahapan kemudian yaitu melakukan pengembangan kerangka pemikiran dari atribut yang sudah terseleksi.

4. HASIL PENELITIAN

Perbankan syariah di Indonesia diharapkan menjadi perbankan syariah yang modern, universal dan terbuka bagi seluruh lapisan masyarakat. Perbankan syariah diharapkan memiliki sistem yang aplikatif dengan rumusan bijaksana menghadapi permasalahan kekinian di tanah air dengan tidak mengabaikan kondisi sosio-kulturalnya.

Dalam rangka mewujudkan harapan tersebut, Bank Indonesia (BI) telah merumuskan dan menjalankan strategi pengembangan perbankan syariah sejak tahun 2008 yang dimulai dengan penetapan visi baru pembangunan perbankan syariah. Langkah tersebut diikuti dengan program pencitraan baru perbankan syariah meliputi aspek posisi, diferensiasi dan merek. Selanjutnya pemerataan layanan perbankan

syariah bagi semua lapisan masyarakat, pengembangan produk kearah variasi produk dengan keunikan tersendiri dan peningkatan kualitas layanan lewat penyediaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang kompeten, serta penyediaan teknologi informasi yang sesuai dengan perubahan zaman. Seiring perkembangannya, perbankan syariah tidak luput dari sejumlah tantangan yang harus dihadapi agar terus maju dan memajukan perekonomian tanah air. Berbagai tantangan tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu tantangan internal dan tantangan eksternal. Tantangan internal merupakan tantangan yang berasal dari dalam “diri” perbankan syariah itu sendiri yang mencakup sejumlah poin antara lain :

1. Persoalan kelembagaan mulai dari manajemen, tugas, wewenang, peraturan dan struktur organisasi terutama dalam hal penegasan hubungan antara bank konvensional dan unit usaha syariah. Diperlukan penyempurnaan dual banking system yang telah dijalankan selama ini.
2. Promosi dan sosialisasi yang perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk membentuk imej dan menarik pasar.
3. Perluasan jaringan kantor hingga ke pelosok daerah.
4. Peningkatan SDM yang professional, amanah dan berkualitas.
5. Peningkatan modal agar perbankan syariah mampu bersaing dalam rangka pendanaan proyek besar dan meningkatkan kemampuan pembiayaan.
6. Peningkatan kualitas pelayanan dengan prinsip ramah, mudah, cepat dan murah.

Sementara itu, tantangan eksternal merupakan tantangan yang berasal dari luar perbankan syariah yang mencakup beberapa poin antara lain :

1. Kerangka hukum yang belum memadai yang dapat menghambat pengembangan perbankan syariah.
2. Kedua, dukungan pemerintah belum penuh yang terlihat pada kebijakan dan keseriusan yang belum optimal.
3. Sinisme masyarakat yang menganggap perbankan syariah bersifat eksklusif, khusus Muslim.

Dan masih banyak masyarakat yang meragukan kemurnian perbankan syariah dan beralih untuk mengelak memanfaatkan perbankan syariah.

Fintech berkembang sangat pesat sejak kemunculannya selama sepuluh tahun

belakangan. Perkembangan ini dilandasi oleh kelebihan dan keuntungan yang ditawarkan Fintech. Keuntungan tersebut berkaitan dengan perlindungan konsumen dan investor, integritas pasar serta inklusi kompetisi dan keuangan. Terdapat beberapa keuntungan yang ditawarkan oleh financial technology yang ada di Indonesia antara lain :

1. Fintech adalah akses modal bagi konsumen menjadi lebih besar terutama bagi usaha kecil dan menengah yang selama ini tidak bisa mengakses modal melalui perbankan.
2. Inklusi keuangan melalui jaringan yang lebih luas dan kemudahan transaksi.
3. Dapat membantu layanan perbankan menjadi lebih baik dalam hal biaya dan fleksibilitas.
4. Keuntungan biaya yang mana perusahaan Fintech menawarkan transaksi dengan biaya yang lebih rendah dan lebih cepat dibandingkan perbankan.
5. Berdampak positif terhadap stabilitas keuangan karena keberadaan Fintech meningkatkan kompetisi antar institusi keuangan terutama perbankan.
6. Memicu teknologi regulasi untuk menjamin keamanan transaksi dengan pemanfaatan teknologi.

Keuntungan dan kelebihan yang dimiliki Fintech tentunya menjadikan Fintech sebagai instrumen keuangan baru yang jamak dimanfaatkan orang-orang di zaman sekarang. Tentu saja, memanfaatkan Fintech tersebut harus diikuti dengan kesadaran bahwa Fintech juga memiliki kelemahan yang harus menjadi perhatian. Terdapat beberapa kelemahan yang ditawarkan oleh financial technology antara lain :

1. Kontinuitas dana yang sulit didapatkan menjadi penyebab utama kegagalan sebuah perusahaan Fintech.
2. Euforia dan antusiasme di awal menjadikan Fintech cenderung ambisius yang tidak diiringi dengan potensi yang terus meningkat.
3. Kompetisi yang begitu ketat dapat memicu kegagalan perusahaan Fintech.
4. Strategi pemasaran yang salah dengan memanfaatkan semua media yang ada tanpa memperhitungkan dampak pesan pemasaran yang ingin disampaikan.
5. Risiko operasional yang tinggi karena kompleksitas layanan keuangan berbasis teknologi.
6. Risiko kepatuhan terkait privasi data konsumen dan ancaman siber.

Fintech di Indonesia berkembang semakin pesat karena menghasilkan produk,

layanan dan model bisnis yang bermanfaat bagi konsumen, pelaku usaha dan perekonomian tanah air secara luas. Mengutip fintech in ASEAN 2021 melalui kata data, pada tahun 2018 jumlah perusahaan fintech bertambah 586 perusahaan, namun sayangnya berkurang 411 perusahaan pada tahun 2019. Kemudian pada tahun 2021 hanya 107 perusahaan.

Menurut Global Fintech Islamic Report 2021, layanan fintech syariah di Indonesia berada pada urutan kelima. Dalam laporan tersebut, pasar fintech di Indonesia mencapai Rp. 41,7 triliun atau \$2,9 miliar. Asosiasi Fintech Syariah Indonesia (AFSI) saat mencatat saat jumlah fintech syariah terdapat 17 fintech yang sudah berizin operasional terdiri atas peer-to-peer lending, inovasi keuangan digital, dan securities crowdfunding. Jumlah tersebut masih cukup sedikit mengingat fintech syariah masih termasuk baru di Indonesia.

Perkembangan Fintech syariah diyakini mampu menjangkau masyarakat luas dan meningkatkan pangsa ekonomi syariah, terutama perbankan syariah. Untuk itu, Fintech syariah harus terhubung dengan perbankan syariah agar dapat meningkatkan portofolio syariah secara berkelanjutan. Masa depan Fintech syariah tentunya tidak akan berjalan mudah. Ada tantangan yang harus dihadapi seperti literasi keuangan di Indonesia yang masih rendah, infrastruktur yang kurang menunjang, dan kebijakan yang belum matang. Agar mampu berkompetisi dan melayani masyarakat secara luas, setidaknya tiga tantangan ini harus diselesaikan oleh Fintech syariah.

Industri keuangan terutama perbankan dapat memanfaatkan keuntungan yang diberikan Fintech untuk meningkatkan inklusi keuangan. Salah satu langkah yang dapat dilakukan untuk itu adalah melalui kerjasama antara perbankan dan Fintech. Di antara bentuk kerjasama yang dilakukan perbankan dengan Fintech adalah sebagai berikut:

- 1) Perbankan bekerjasama dengan Fintech untuk meningkatkan layanan pinjaman. Bentuk kerjasama ini memungkinkan perbankan menyediakan layanan pinjaman yang fleksibel dan mudah diakses.
- 2) Perbankan menggunakan produk Fintech lewat pembelian lisensi produk Fintech agar bisa digunakan oleh perbankan. Cara ini dipandang lebih menarik bagi sejumlah bank daripada membangun kerjasama atau merger yang akan memakan waktu dan menimbulkan beragam kendala seperti prioritas yang berbeda dari

masing-masing institusi.

- 3) Perbankan melakukan akuisisi terhadap perusahaan Fintech. Bank-bank yang tergolong besar dan memiliki banyak dana akan memilih untuk mengakuisisi Fintech agar dapat memperluas jangkauan layanan mereka.
- 4) Perbankan berinvestasi pada perusahaan Fintech untuk meningkatkan layanan mereka. Sebagian bank justru memilih untuk berinvestasi dan mendukung inovasi perusahaan Fintech untuk kemudian diakuisisi ataupun bekerjasama membangun ekosistem keuangan yang lebih baik.

Beberapa bentuk kerjasama sudah dilakukan oleh perbankan konvensional dengan Fintech untuk meningkatkan kinerja perbankan dan memenuhi permintaan konsumen. Perbankan syariah sebagai bagian dari ekosistem ekonomi juga mulai meninggalkan metode tradisional dan beradaptasi agar tetap kompetitif. Langkah paling cepat bagi perbankan syariah untuk berkembang saat ini adalah dengan melakukan kerjasama dan berkolaborasi dengan perusahaan Fintech syariah yang akan menunjang kinerja perbankan syariah dengan pemanfaatan teknologi. Bentuk kerjasama yang dapat dilakukan perbankan syariah dan Fintech syariah antara lain:

- 1) Inovasi terbuka yang merupakan metode kebalikan dari inovasi tertutup (pendekatan tradisional) yang selama ini digunakan perbankan syariah yang hanya memanfaatkan sumber daya terbatas secara internal. Inovasi terbuka menjadikan perbankan syariah melampaui batasan internalnya untuk membuka diri pada jalan pengetahuan, teknologi dan kesempatan yang datang dari luar perbankan. Hal ini akan berdampak pada efisiensi operasional dalam pengembangan produk perbankan.
- 2) Sistem perbankan terbuka di mana data, proses dan fungsi bisnis disediakan secara terbuka bagi ekosistem keuangan yang terdiri dari konsumen, pihak ketiga, Fintech atau pihak lain yang terlibat kerjasama dengan perbankan syariah.

Perbankan syariah menjadi pemilik platform. Perbankan syariah bisa mengembangkan dan memiliki platform mereka sendiri di mana produk dan jasa keuangan yang ditawarkan berasal dari perbankan sendiri. Pada model ini, perbankan syariah harus menguasai integrasi teknis aplikasi, proses dan analisis data konsumen.

Perkembangan perbankan syariah didukung oleh bentuknya yang berbeda dari perbankan konvensional yakni berdasarkan prinsip-prinsip yang mengutamakan keseimbangan aspek ekonomi dan sosial masyarakat. Mengutamakan kepentingan individu dan sosial serta keseimbangan antara individu, keluarga, masyarakat dan Negara. Kepercayaan masyarakat mulai tumbuh dan berkembang terhadap perbankan syariah dikarenakan perbankan syariah tidak hanya bertujuan profit melainkan juga mengemban tujuan sosial. Tujuan sosial ini memberikan tanggung jawab kepada perbankan syariah untuk mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat dalam hal layanan keuangan terutama pembiayaan.

Bentuk kerjasama kerjasama terbaik bagi perbankan syariah adalah kerjasama dengan Fintech syariah untuk meningkatkan layanan pembiayaan sehingga dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat sebagaimana yang diharapkan. Kerjasama perbankan syariah dan Fintech syariah dapat memberikan kemudahan akses pembiayaan bagi usaha kecil dan menengah sehingga dalam jangka panjang akan mendorong pertumbuhan industri keuangan syariah secara keseluruhan sekaligus mendorong kemapanan ekonomi masyarakat secara luas.

Fintech syariah menjadi pilihan karena akan lebih memudahkan perbankan syariah dalam hal kesesuaian prinsip dan aturan operasional berbasis syariah. Kerjasama dalam bentuk peningkatan layanan menjadi bentuk paling terbaik karena pada dasarnya, persoalan utama perbankan syariah adalah lambatnya pertumbuhan pembiayaan (yang notabene merupakan salah satu upaya mencapai tujuan sosial) perbankan syariah karena persoalan akses. Masalah ini dapat diatasi dengan luasnya cakupan wilayah kerja Fintech. Selain itu, layanan Fintech yang paling banyak digunakan masyarakat dan tumbuh pesat adalah peer to peer (P2P) lending yakni layanan pinjaman.

Di Indonesia, bentuk kerjasama ini telah mulai dilakukan. Salah satu perusahaan Fintech syariah bekerjasama dengan 13 bank umum syariah. Perusahaan tersebut bernama Fintech Syariah ALAMI yang merupakan Fintech aggregator syariah pertama di Indonesia. Fintech syariah ini memberikan layanan pembiayaan syariah berbasis skema peer to peer lewat platform yang disediakan. Langkah permulaan ini tentunya akan memotivasi Fintech syariah lainnya bekerjasama dengan bank syariah untuk meningkatkan layanan pembiayaan kepada konsumen.

Namun, sebelum metode kerjasama ini berkembang lebih jauh, terdapat sejumlah

poin yang perlu menjadi perhatian bagi perbankan syariah dan pemangku kebijakan agar kerjasama yang dibentuk antara perbankan syariah dan Fintech syariah tetap menguntungkan bagi semua pihak. Terdapat dua keuntungan fintech syariah antara lain :

1. Terputusnya sistem karena sebab di luar kendali perusahaan tidak menjadi tanggung jawab perusahaan dan tidak menjadi tanggung jawab siapapun.
2. Perusahaan dibebaskan dari segala ganti rugi akibat pemanfaatan situs, dan pelanggaran pengguna situs terhadap hak orang lain.

Di satu sisi, dua poin tersebut adalah upaya bagi perusahaan untuk melindungi diri dari kerugian yang dapat timbul karena sebab-sebab di luar kendali perusahaan. Namun di sisi lain, poin-poin tersebut dapat menyebabkan kerugian baik bagi perbankan syariah yang bekerjasama ataupun bagi konsumen yang memanfaatkan layanan perusahaan. Pada titik inilah diperlukan regulasi dan kebijakan yang akan mencegah atau setidaknya meminimalisir kerugian bagi perbankan syariah dan konsumen serta kemungkinan kerugian bagi perusahaan Fintech jika terdapat sebab-sebab yang merugikan perusahaan. Berikut ini merupakan fintech syariah resmi yang ada di Indonesia pada tahun 2023 yang telah diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) :

1. PT. Pasar Dana Pinjaman
2. PT. Lunaria Annua Teknologi
3. PT. Danakita Data Prima
4. PT. Amaritha Mikro Fintek
5. PT. Mitra Usaha Indonesia Group
6. PT. Investree Radhika Jaya
7. PT. Pendanaan Teknologi Nusa
8. PT. SimpleFi Teknologi Indonesia
9. PT. Aman Cermat Tepat
10. PT. Meditor Komunitas Indonesia
11. PT. Akseleran Keuangan Inklusif Indonesia
12. PT. Digital Alpa Indonesia
13. PT. Indofintek
14. PT. Indonesia Bara Sejahtera
15. PT. Dynamic Credit Asia
16. PT. Fintega Homindo Indonesia

17. PT. Sol Mitra Fintek
18. PT. Creative Mobile Adventure
19. PT. Digital Tunai Kita
20. PT. Progo Puncak Group
21. PT. Relasi Perdana Indonesia
22. PT. iGrow Resources Indonesia
23. PT. Qredit Indonesia
24. PT. Cicil Solusi Mitra Teknologi
25. PT. Intekno Raya
26. PT. Kas Wagon Indonesia

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Tulisan ini membahas tentang peluang kerjasama yang dapat dilakukan perbankan syariah dengan Fintech syariah untuk meningkatkan layanan kepada konsumen. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh bahwa kerjasama terbaik bagi perbankan syariah dan Fintech syariah adalah kerjasama dalam peningkatan layanan pembiayaan. Perbankan syariah dapat memanfaatkan jaringan Fintech syariah untuk menyalurkan pembiayaan kepada konsumen yang selama ini tidak bisa dijangkau oleh perbankan syariah.

Di Indonesia, bentuk kerjasama ini sudah mulai dipakai oleh Fintech syariah dan sejumlah bank umum syariah. Hanya saja diperlukan regulasi dan kebijakan yang jelas dan rinci untuk melindungi setiap pihak yang terlibat dalam kerjasama tersebut, terutama konsumen.

Penulis mengharapkan pemangku kebijakan dapat menyiapkan payung hukum kerjasama antara perbankan syariah dan Fintech syariah untuk meningkatkan layanan pembiayaan. Kerjasama perbankan syariah dan Fintech syariah tersebut memerlukan aturan yang jelas agar setiap pihak yang terlibat di dalamnya, terutama konsumen tidak dirugikan. Selain itu, untuk menjaga agar perbankan syariah dan Fintech syariah tetap on the track sesuai dengan prinsip yang melandasi aktivitas keduanya (syariah compliance) dan prinsip yang dipakai tidak menghambat kinerja keduanya agar tetap mampu berkompetisi dalam industri keuangan.

REFERENSI

- Bettiol, M. et al. (2019) 'Impacts of industry 4.0 investments on firm performance Evidence From Italy', (June), pp. 0–31.
- Bouwman, H. et al. (2017) 'The Impact of the Digital Workforce', p. 18. Available at: <https://i.forbesimg.com/forbesinsights/vmware/impact-of-digital-workforce.pdf>.
- Bouwman, H. et al. (2018) 'The impact of digitalization on business models', *Digital Policy, Regulation and Governance*, 20(2), pp. 105–124. doi: 10.1108/DPRG-07-2017-0039.
- Bruskin, S. N. et al. (2017) 'Business performance management models based on the digital corporation's paradigm', *European Research Studies Journal*, 20(4), pp. 264–274.
- Bygren, K. (2016) 'The digitalization impact on accounting firms business models', Thesis, p. 79.
- Chen, W. and Srinivasan, S. (2019) 'Going Digital: Implications for Firm Value and Performance', *SSRN Electronic Journal*, pp. 1–56.
- Chu, Y. et al. (2019) 'The impact of information technology capabilities of manufacturing enterprises on innovation performance: Evidences from SEM and fsQCA', *Sustainability (Switzerland)*, 11(21), pp. 1–17. doi: 10.3390/su11215946.
- Deloitte (2019) 'The performance of Small and Medium Sized Businesses in a digital world', Deloitte Touche Tohmatsu Limited.
- Dincer, B. and Dincer, C. (2016) 'Literature Review on the Use of Technology and Information Systems in SMEs', *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(12), pp. 678–684. doi: 10.6007/ijarbss/v6-i12/2528.
- Freitas Jr, J. C. da S. (2018) 'the Relationship Between Digital Capabilities and', <https://lume.ufrgs.br/Handle/10183/184955#>, pp. 1–188. Available at: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/184955/001081875.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Khin, S. and Ho, T. C. F. (2019) 'Digital technology, digital capability and organizational performance: A mediating role of digital innovation', *International Journal of Innovation Science*, 11(2), pp. 177–195. doi: 10.1108/IJIS-08-2018-0083.
- Koch, T. and Windsperger, J. (2017) 'Seeing through the network: Competitive advantage in the digital economy', *Journal of Organization Design*. *Journal of Organization Design*, 6(1). doi: 10.1186/s41469-017-0016-z.
- Kwon, E. H. and Park, M. J. (2017) 'Critical factors on firm's digital transformation capacity: Empirical evidence from Korea', *International Journal of Applied Engineering Research*, 12(22), pp. 12585–12596.
- Martín-Peña, M. L., Sánchez-López, J. M. and Díaz-Garrido, E. (2019) 'Servitization and digitalization in manufacturing: the influence on firm performance', *Journal of Business and Industrial Marketing*, 35(3), pp. 564–574. doi: 10.1108/JBIM-12-2018-0400.
- Martínez-Caro, E., Cegarra-Navarro, J. G. and Alfonso-Ruiz, F. J. (2020) 'Digital

- technologies and firm performance: The role of digital organisational culture’, *Technological Forecasting and Social Change*, 154(May). doi: 10.1016/j.techfore.2020.119962.
- Morris, M. G. et al. (2003) ‘USER ACCEPTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY : TOWARD A UNIFIED VIEW’, 27(3), pp. 425–478.
- Nadeem, A. et al. (2018) ‘Editorial: Digital transformation & digital business strategy in electronic commerce - The role of organizational capabilities’, *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 13(2), pp. i–viii. doi: 10.4067/S0718-18762018000200101.
- Nwaiwu, F. (2018) ‘Review and Comparison of Conceptual Frameworks on Digital Business Transformation’, *Journal of Competitiveness*, 10(3), pp. 86–100. doi: 10.7441/joc.2018.03.06.
- OECD (2018) ‘Implications of the digital transformation for the business sector - summary’, *Conference on implications of the digital transformation for the business sector*, (November), pp. 1–9. Available at: <http://www.oecd.org/sti/ind/digital-transformation-business-sector-summary.pdf>.
- Onaolapo, S. and Oyewole, O. (2018) ‘PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, AND FACILITATING CONDITIONS AS FACTORS INFLUENCING SMART PHONES USAGE FOR MOBILE LEARNING BY POSTGRADUATE STUDENTS OF THE’, 14.
- Sheeran, P. (2017) ‘Intention — Behavior Relations: A Conceptual and Empirical Review *European Review of Social Psychology*’, (February). doi: 10.1080/14792772143000003.
- Venkatesh, V. et al. (2016) ‘Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead’, 17(5), pp. 328–376.
- Wardaya, A. et al. (2019) ‘Mediating effects of digital technology on entrepreneurial orientation and firm performance: Evidence from small and medium-sized enterprises (SMEs) in Indonesia’, *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, 8(5), pp. 692–696. doi: 10.35940/ijeat.E1098.0585C19.
- Wiljén, B. and Khalaf Beigi, R. (2016) ‘Managing digitalization with Dynamic Capabilities-A case study on how incumbent firms are building dynamic capabilities to address digitalization’. Available at: <https://pdfs.semanticscholar.org/28cf/1f9cf107e4f07e0f461bf273de2c9b0b5a1c.pdf>.
- Wroblewski, J. (2018) ‘Digitalization and Firm Performance: Are Digitally Mature Firms Outperforming Their Peers?’, (June), p. 80. Available at: <https://lup.lub.lu.se/student-papers/search/publication/894>