

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan Bank Syariah terbesar di Indonesia hasil penggabungan (merger) tiga Bank Syariah dari Himpunan Bank Milik Negara (Himbara) yaitu: PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS). Terobosan kebijakan pemerintah untuk melakukan merger tiga Bank Syariah ini diharapkan dapat memberikan pilihan lembaga keuangan baru bagi masyarakat sekaligus mampu mendorong perekonomian nasional. Tujuan penggabungan bank syariah yaitu untuk mendorong Bank Syariah lebih besar sehingga dapat masuk ke pasar global dan menjadi katalis pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Selain itu, merger Bank Syariah dinilai dapat lebih efisien dalam penggalangan dana, operasional, dan belanja.

Pada tanggal 1 Februari 2021, yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H, Presiden Republik Indonesia Joko Widodo telah meresmikan PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI), yang merupakan penggabungan dari 3 entitas Bank Syariah, yaitu BNI Syariah (BNIS), BRI Syariah (BRIS), dan Bank Syariah Mandiri (BSM). Penggabungan ini diharapkan oleh Pemerintah akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Dengan dukungan sinergi dari perusahaan induk (Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia, Bank Rakyat Indonesia) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan industri jasa (Service Industries) yang bergerak dalam bidang pelayanan atau jasa, baik untuk melayani maupun menunjang aktivitas industri yang lain serta dapat juga memberikan pelayanan langsung terhadap masyarakat (kosumen). Fokus bisnis yang dijalankan BSI saat ini adalah menggarap bisnis wholesale, konsumen dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Visi yang diemban oleh Bank Syariah Indonesia adalah untuk menjadi *Top 10 Global Islamic Bank in The World*, dan misi yang akan dijalankan oleh Bank Syariah Indonesia adalah:

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

2. Menjadi Bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

Sebagai perusahaan yang menyediakan layanan keuangan perbankan di Indonesia, Bank Syariah Indonesia harus menghadapi tantangan perubahan yang signifikan dan belum pernah terjadi sebelumnya. Tingginya mobilitas kehidupan manusia saat ini telah mempengaruhi perkembangan teknologi industri perbankan di Indonesia. Seiring dengan peningkatan penggunaan teknologi pada masyarakat, peningkatan pada aksesibilitas saluran digital juga tengah diterapkan oleh bank di seluruh dunia (Carbo-Valverde et. al, 2020). Oleh karena itu, transformasi digital pada industri perbankan menjadi salah satu tantangan utama yang dihadapi saat ini (Saarikko et. al, 2020)

Pandemi Covid-19 juga telah mendorong percepatan transformasi pada industri perbankan. Pandemi Covid-19 telah memaksa perubahan perilaku dan orientasi masyarakat dari sebelumnya *Physical Economy* menjadi ke arah *Virtual Economy*. Kondisi ini secara tidak langsung menjadi momentum perubahan pada berbagai aspek kehidupan masyarakat secara menyeluruh dan menciptakan sebuah *Digital Behaviour*, termasuk bertransaksi keuangan. Pada titik ini, Bank dipaksa untuk melakukan akselerasi transformasi digital, melakukan inovasi yang luar biasa, bekerja lebih efektif, lebih efisien, dan lebih produktif agar dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan nasabah di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

OJK telah mengeluarkan Master Plan Sektor Jasa Keuangan Indonesia (MPSJKI) 2021-2025, yang telah mengarahkan perbankan untuk melakukan akselerasi transformasi digital. Hal itu terlihat dari 3 pilar yang dituangkan didalam MPSJKI 2021-2025, dimana akselerasi transformasi digital menjadi salah satu pilar penting yang harus diperhatikan oleh industri perbankan di Indonesia.



Gambar 1.1 3 Pilar MPSJKI 2021-2025

Sumber: www.ojk.go.id, 2022

1.2 Latar Belakang Penelitian

Kinerja perusahaan adalah ukuran seberapa baik perusahaan dapat memenuhi tujuan dan sasarnya dibandingkan dengan pesaing utamanya (Cao & Zhang, 2011). Secara umum, kinerja perusahaan yang unggul biasanya ditandai dengan profitabilitas, pertumbuhan dan nilai pasar (Cho & Pucik, 2005). Seperti yang diharapkan, banyak perhatian ilmiah telah diarahkan untuk memahami struktur kausal dari kinerja perusahaan dan menjelaskan variasi kinerja di antara bisnis yang bersaing (March & Sutton, 1997). Menurut (Muhammad Ibnu R et al., 2021) kinerja keuangan mencerminkan bagaimana kondisi perusahaan pada saat ini, apabila kinerja keuangan perusahaan bagus maka perusahaan dapat menghasilkan keuntungan untuk perusahaan dengan maksimal, namun apabila terjadi penurunan pada kinerja keuangan hal ini mencerminkan bahwa terdapat penurunan dari penghasilan yang dibandingkan dengan kepemilikannya.

Terkait dengan kinerja perusahaan, di tahun pertama pasca merger, Bank Syariah Indonesia mampu menorehkan kinerja positif, dengan perolehan laba bersih mencapai Rp

3,03 Triliun atau naik sebesar 38,42% secara year on year (YoY). Kinerja perusahaan Bank Syariah Indonesia yang terdiri dari dimensi laba, aset, ekuitas, ROA dan ROI juga berada dalam kriteria baik. Hal ini ditunjang pula dengan keseriusan perusahaan dalam berinovasi untuk transformasi digital, terlihat dari keseriusan dalam menggarap kanal digital BSI Mobile dan E-Channel. Per desember 2021, transaksi kumulatif BSI Mobile mencapai 124,54 juta transaksi atau tumbuh sebesar 169% secara year on year (YoY) (bsi.co.id, 2022). Berkat keberhasilannya tersebut, Bank Syariah Indonesia mendapatkan penghargaan mobile banking terbaik untuk kategori bank umum syariah dari Infobank Digital Brand Awards 2022.

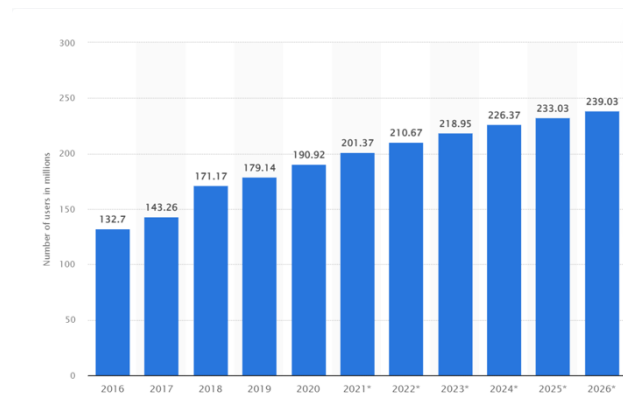
Langkah ini terbilang berhasil dalam mengontrol performa usaha Bank Syariah Indonesia yang salah satunya untuk meningkatkan *fee based income* perseroan. Keberhasilan digitalisasi layanan ini juga turut berkontribusi terhadap kesuksesan Bank Syariah Indonesia dalam mencatatkan tren pertumbuhan positif di tengah pandemi Covid-19. Strategi perusahaan yang sejak awal fokus pada digitalisasi, baik digitalisasi produk maupun layanan kepada seluruh nasabahnya pasca penggabungan (merger) tiga bank syariah milik BUMN pada 1 Februari 2021, ternyata mampu mendorong pertumbuhan laba dan kinerja Bank Syariah Indonesia.

Adanya upaya Bank Syariah Indonesia dalam mengembangkan BSI Mobile dan E-Channel menunjukkan telah dimulainya transformasi digital dalam tubuh perusahaan. Transformasi digital adalah istilah komperhensif yang menggambarkan kemampuan organisasi untuk memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasi (Vial, 2019). Transformasi digital juga dapat mendorong inovasi diluar batas organisasi ke dalam jaringan inovasi eksternal (Westergren et al, 2019). Maka dalam pelaksanaannya, terdapat dua faktor yang menentukan kelangsungan transformasi digital, yakni pengaruh internal dan pengaruh eksternal.

Industri perbankan menjadi salah satu industri yang harus bergerak cepat dalam melakukan transformasi digital, karena perkembangan teknologi & digitalisasi telah menimbulkan sebuah trend baru di berbagai sektor industri, termasuk di industri perbankan. Saat ini terdapat banyak institusi keuangan baik perbankan maupun non perbankan di Indonesia yang menyediakan layanan digital banking. Hal ini harus dilakukan agar institusi keuangan tersebut bisa mendapatkan nasabah-nasabah baru, khususnya pada generasi muda dan milenial yang cukup *concern* terhadap perkembangan teknologi.

Geliat perusahaan dalam melakukan transformasi digital sejalan dengan berbagai fakta yang ada di lapangan saat ini, salah satunya adalah angka jumlah pengguna internet. Dari

tahun ke tahun, jumlah pengguna Internet di Indonesia terus mengalami peningkatan, yang menandakan bahwa berkembangnya era informasi dan teknologi telah mencapai hampir seluruh penjuru wilayah Indonesia. Seperti disajikan pada Gambar 1.2 berikut ini:



Gambar 1.2 Grafik pertumbuhan pengguna internet di Indonesia

Sumber: www.statista.com, 2022

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Statista.com, terlihat bahwa pengguna internet di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2020 pengguna internet di Indonesia sebanyak 190,92 juta. Pada tahun 2021 jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan tumbuh 5,47% menjadi 201,37 Juta pengguna. Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, diikuti dengan pertumbuhan jumlah pemakai *smartphone*. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Kominfo, hingga Maret 2021 terdapat 167 juta jiwa pengguna *smartphone* atau telah mencapai 89% dari total jumlah penduduk Indonesia. (Kominfo, 2021)

Oleh karena itu, penerapan transformasi digital di industri perbankan dinilai sangat penting untuk dijadikan prioritas dan dilakukan secepatnya. Berdasarkan riset yang dikeluarkan oleh McKinsey pada tahun 2020 pada bank-bank di Asia, transformasi digital dapat meningkatkan efisiensi sebesar 15 sampai 20 persen melalui penyederhanaan proses operasional dalam sektor perbankan. McKinsey juga mengatakan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan produktivitas dan optimalisasi modal perbankan. Penerapan transformasi digital yang baik dapat mengurangi biaya operasional bank sebesar 30 sampai 40 persen dan pada akhirnya mampu meningkatkan efisiensi dan profitabilitas dari sektor perbankan itu sendiri.

Transformasi digital dalam industri perbankan merupakan sektor riset yang akan memiliki potensi signifikan di tahun-tahun mendatang karena semakin banyak wirausaha dan semakin banyak perusahaan yang terlibat di dalamnya (Karagiannaki et al, 2018).

Secara umum, transformasi digital merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk mendefinisikan perubahan organisasi yang dipengaruhi oleh teknologi digital, serta didorong oleh perkembangan teknologi pada lingkungan dan organisasi (Widnyani et al. 2021).

Beberapa ahli berpendapat bahwa inovasi teknologi dan keuangan sangat berkorelasi, dan pertumbuhan ekonomi akan menurun secara bertahap kecuali pemodal berinovasi (Laeven et al 2015). Intervensi antara inovasi keuangan dan teknologi ini semakin meningkat karena teknologi informasi telah memungkinkan terciptanya skala ekonomi (Sironi, 2016). Dengan melakukan transformasi digital diharapkan industri perbankan dapat terus melakukan inovasi yang akhirnya dapat meningkatkan kinerja perusahaan di masa mendatang.

Bank Syariah Indonesia merespon kebutuhan transformasi digital perusahaan dengan terus meningkatkan kualitas layanan agar mampu menghadapi kompetitor dalam memperebutkan pangsa pasar nasabah yang lebih besar. Bank Syariah Indonesia menyediakan jasa perbankan berbasis biaya (*fee based*) dan teknologi dengan meluncurkan aplikasi BSI mobile, yang diluncurkan bertepatan dengan peresmian Bank Syariah Indonesia pada 1 Februari 2021.

BSI Mobile memiliki 3 fungsi unggulan, yaitu:

1. Sahabat Finansial, dimana nasabah dapat mengatur keuangan nya dengan fitur Info Rekening, Transfer, Pembayaran, Pembelian, dan lain lain.
2. Sahabat Spiritual, Layanan islami yang dihadirkan seperti fitur Lokasi Masjid, Waktu Shalat, dan Arah Kiblat yang membuat ibadah menjadi lebih mudah.
3. Sahabat Sosial, untuk memudahkan nasabah berbagi dengan orang terdekat melalui fitur Berbagi-Ziswaf.



Gambar 1.3 Tampilan BSI Mobile

Aplikasi BSI Mobile dapat langsung diunduh pada *Play Store* untuk Android dan *Apps Store* untuk para pengguna *gadget* dengan sistem operasi iOS. Aplikasi BSI Mobile diharapkan dapat memudahkan para nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menikmati layanan perbankan di mana saja.

Selain dalam bentuk pengembangan aplikasi BSI Mobile, langkah-langkah lain Bank Syariah Indonesia dalam merespon transformasi digital adalah dengan menyiapkan hal-hal yang dibutuhkan untuk dapat beradaptasi dengan transformasi digital, baik sebelum, saat melakukan transformasi maupun setelah transformasi. Persiapan Bank Syariah Indonesia dalam merespon transformasi digital termasuk mempersiapkan kapabilitas SDM dalam penggunaan teknologi, serta persiapan sarana dan prasarana atau investasi dalam bidang teknologi informasi.

Agar dapat membentuk sebuah transformasi digital yang baik, setidaknya perlu disiapkan tiga hal, yakni *digital-savvy skills*, *conditions for action and interaction*, serta *digital intensity* (Sousa-Zomer & Neely, 2020). Laporan tahunan Bank Syariah Indonesia pada tahun 2021 secara eksplisit menyatakan adanya beberapa kegiatan untuk penyelarasan strategi berbasis Teknologi Informasi dan untuk mendukung proses bisnis dan pengambilan keputusan *IT Strategy* di BSI.

Dalam hal persiapan kapabilitas SDM, Bank Syariah Indonesia telah melakukan berbagai pelatihan untuk pegawai dari berbagai lapisan jabatan. Dihimpun dari rilis yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) pada tahun 2021, diketahui bahwa telah diselenggarakan pelatihan yang di dalamnya terdapat materi

pemahaman teknologi yang diberikan kepada para kepala cabang. Hal ini tentu menunjukkan bahwa secara internal, Bank Syariah Indonesia telah mempersiapkan transformasi digital untuk seluruh lapisan pegawai, termasuk para direksi, kepala cabang, *officer* maupun pekerja di lapangan.

Selain dalam persiapan SDM, disebutkan juga pada laporan tahunan yang sama, tepatnya pada halaman 263-265, tentang seluruh pengembangan dan inovasi IT yang dilakukan Bank Syariah Indonesia sepanjang tahun 2021, termasuk pengadaan dan *upgrade* sarana dan prasarana. Hal ini dapat disebut juga sebagai upaya investasi digital yang dilakukan Bank Syariah Indonesia, guna mendukung meningkatnya intensitas digital di lingkungan perusahaan. Kedua faktor yang dijelaskan barusan menunjukkan langkah-langkah yang telah dilakukan Bank Syariah Indonesia dalam melakukan transformasi digital.

Fenomena transformasi digital telah mulai berlangsung sejak menjamurnya e-commerce dan marketplace. Pelaku UMKM di Indonesia berbondong-bondong beralih dari cara pemasaran dan penjualan konvensional menuju cara-cara digital dengan mendaftarkan usahanya ke berbagai marketplace. Bahkan sebagai bentuk dukungan, pemerintah Indonesia secara khusus mengagendakan akselerasi transformasi digital sebagai sebuah program, khususnya bagi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (Kominfo, 2021). Kementerian Kominfo pada tahun 2021 telah menyiapkan Roadmap Digital Indonesia 2021-2024 yang mencakup empat sektor strategis yakni infrastruktur, pemerintahan, ekonomi dan masyarakat digital. Keempat sektor tersebut bermuara kepada prioritas utama kementerian yakni untuk membantu mendigitalisasi UMKM Indonesia sebagai penyumbang PDB terbesar. Langkah-langkah pemerintah tersebut secara tidak langsung telah mempermudah akses digital bagi banyak pihak termasuk nasabah bank yang selama ini menggunakan jalur konvensional dan orang-orang yang belum memiliki rekening maupun produk perbankan (*unbanked*). Potensi inilah yang kemudian harus dimaksimalkan oleh seluruh pihak khususnya pelaku usaha dan juga pihak perbankan di Indonesia, khususnya Bank Syariah Indonesia.

Literatur sebelumnya tentang transformasi digital menunjukkan bahwa beberapa tantangan manajerial terkait dengan inovasi dan transformasi digital. Pengenalan teknologi digital dapat membawa restrukturisasi proses bisnis, perubahan arsitektur sistem, masalah framing masalah, dan interaksi antara mitra rantai nilai (Abrell et al., 2016). Penelitian dari (Nwankpa & Roumani, 2016) mengungkapkan bahwa transformasi digital memainkan peran yang lebih bernuansa dengan memediasi pengaruh kapabilitas TI dan kinerja

perusahaan. Perusahaan harus menyadari pentingnya transformasi digital dan bagaimana memanfaatkan pengaruh kapabilitas TI dalam menciptakan dan mendorong kinerja perusahaan. Penelitian dari (Henfridsson et al., 2018) dan (Nambisan et al., 2017) telah menyoroti bagaimana sifat unik dari teknologi digital memungkinkan jenis baru inovasi dan kewirausahaan yang berbeda dari proses analog industri. Hasil dari penelitian (Karagiannaki et al., 2017) mengungkapkan bahwa inovasi merupakan factor yang sangat penting yang mendorong kelangsungan hidup perusahaan.

Transformasi digital adalah proses sosiokultural dalam mengadaptasi perusahaan dengan bentuk organisasi baru dan keahlian yang dibutuhkan agar tetap dapat bertahan dan relevan dalam lanskap digital. Ini melampaui konsepsi sebelumnya seperti perubahan yang dimungkinkan melalui teknologi informasi (TI) (Benjamin & Levinson, 1993) atau melalui rekayasa ulang proses bisnis (Grover et al., 1995), yang berusaha untuk memperbaiki proses yang ada. Sebaliknya, transformasi digital dapat digambarkan sebagai "proses yang bertujuan untuk meningkatkan entitas dengan memicu perubahan signifikan pada propertinya melalui kombinasi teknologi informasi, komputasi, komunikasi, dan konektivitas" (Vial, 2019). Transformasi digital mengacu pada perubahan dan transformasi yang didorong dan dibangun di atas fondasi teknologi digital. Dalam suatu perusahaan, transformasi digital didefinisikan sebagai pergeseran organisasi ke platform data besar, analitik, cloud, seluler, dan media sosial. Sementara organisasi terus berubah dan berkembang dalam menanggapi lanskap bisnis yang berubah, transformasi digital adalah perubahan yang dibangun di atas fondasi teknologi digital, mengantarkan perubahan unik dalam operasi bisnis, proses bisnis dan penciptaan nilai (Libert et al., 2016). Misalnya, Libert et al. (2016) membedakan antara peningkatan digital, yaitu penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses bisnis perusahaan, dan transformasi digital, yang terjadi ketika teknologi digital digunakan untuk secara radikal mengubah keseluruhan operasi bisnis, penciptaan nilai dan dalam beberapa hal. Melalui transformasi digital, organisasi dapat mengintegrasikan teknologi digital dalam banyak aspek operasi mereka dan juga mampu melibatkan pelanggan dengan inovasi digital yang muncul (Aral & Weill, 2007). Memiliki kemampuan IT tradisional menyiratkan kemampuan untuk beralih ke transformasi digital yang muncul (Anand et al., 2010).

Berdasarkan dari beberapa hasil penelitian terdahulu dan fenomena yang telah dijabarkan sebelumnya, menarik untuk diteliti terkait bagaimana transformasi digital dapat mempengaruhi kinerja perusahaan pada Bank Syariah Indonesia sebagai peraih penghargaan mobile banking terbaik untuk kategori bank umum syariah dari Infobank

Digital Brand Awards 2022. Berdasarkan laporan tahunan Bank Syariah Indonesia tahun 2021, sebaran cabang BSI sudah mencakup seluruh Indonesia dengan digolongkan sebagai kantor *Regional Office (RO)*.



Gambar 1.4 Distribution Channel Bank Syariah Indonesia

Tersebar nya cabang-cabang Bank Syariah Indonesia di seluruh Indonesia menjadi tantangan tersendiri untuk meneliti fenomena transformasi digital di tubuh Bank Syariah Indonesia beserta pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan. Agar tetap dapat memberikan hasil yang lebih baik, maka penelitian ini akan fokus kepada salah satu *Regional Office (RO)* yang dianggap paling representatif. Dari seluruh RO yang tersebar di 34 provinsi di Indonesia, diketahui bahwa RO VI Bandung memiliki kelolaan cabang paling banyak, terbesar di Indonesia. Oleh sebab itu, penelitian ini akan menjadikan RO VI Bandung sebagai objek penelitian, berdasarkan pertimbangan bahwa kelolaan cabang RO VI Bandung adalah yang terbanyak, sehingga lebih representatif untuk meneliti fenomena transformasi digital dan pengaruhnya terhadap kinerja Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan penjabaran yang telah diuraikan di penelitian ini mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk membuktikan apakah terdapat hubungan yang signifikan antara Transformasi Digital terhadap kinerja Bank Syariah Indonesia. Oleh sebab itu, penulis mengambil topik

“Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Kinerja Bank Syariah di Indonesia (Studi Empiris Terhadap Bank Syariah Indonesia Regional Vi Bandung)”.

1.3 Perumusan Masalah

Pertumbuhan positif kinerja Bank Syariah Indonesia khususnya pada tahun 2021 perlu diteliti lebih mendalam agar dapat menentukan ada atau tidaknya pengaruh signifikan dari transformasi digital yang dilakukan perusahaan pada kurun waktu tersebut. Berdasarkan penjabaran latar belakang penelitian, dapat dikemukakan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara transformasi digital dengan kinerja perusahaan?
 - a. Apakah terdapat pengaruh antara *digital-savvy skills* dengan kinerja perusahaan?
 - b. Apakah terdapat pengaruh antara *conditions for action and interaction* dengan kinerja perusahaan?
 - c. Apakah terdapat pengaruh antara *digital intensity* dengan kinerja perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis dan mengungkapkan pengaruh antara transformasi digital dengan kinerja perusahaan
 - a. Menganalisis dan mengungkapkan pengaruh antara *digital-savvy skills* dengan kinerja perusahaan.
 - b. Menganalisis dan mengungkapkan pengaruh antara *conditions for action and interaction* dengan kinerja perusahaan.
 - c. Menganalisis dan mengungkapkan pengaruh antara *digital intensity* dengan kinerja perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yaitu:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terhadap pengembangan transformasi digital di Bank Syariah Indonesia yang dipengaruhi oleh Inovasi dan Kinerja Perusahaan.

2. Bagi Telkom University

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur penelitian dalam bidang manajemen strategi digital terutama dalam hal transformasi digital dengan faktor yang mempengaruhinya yaitu Inovasi dan Kinerja Perusahaan.

3. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya yang melakukan penelitian dengan tema yang sejenis.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Dengan tujuan keefektifan dan keefisienan penelitian, maka peneliti membatasi hal-hal tertentu terkait dengan penelitian. Pembatasan ini terbagi keadalam beberapa aspek, yaitu:

1. Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada perusahaan Bank Syariah Indonesia, khususnya kantor cabang yang berada di Regional VI Bandung (Jawa Barat) yang berjumlah 86 cabang, dan yang menjadi objek penelitian adalah 86 cabang yang berada di Bank Syariah Indonesia Regional VI Bandung, yang akan pengambilan datanya akan disampaikan kepada masing-masing Kepala Cabang.

2. Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan selama 2 bulan. Waktu penelitian ini terhitung dimulai sejak bulan Juni 2022 dan diperkirakan akan berakhir pada bulan Agustus 2022.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tesis ini terbagi dalam lima bab, dengan urutan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum yang meliputi gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

2. BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai teori umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis. Dalam bab ini akan diuraikan secara lengkap mengenai Transformasi Digital secara internal, Transformasi Digital secara eksternal, dan Kinerja Perusahaan.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan meliputi jenis penelitian, operasionalisasi Variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai pengolahan, pengujian, dan analisa terhadap data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan. Penjelasan secara detil mengenai hasil penelitian yang diperoleh dan analisa serta pembahasan terhadap hasil pengolahan data.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian akan disampaikan saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian