

ANALISIS PERBANDINGAN STRATEGI BISNIS DIGITAL BANK SYARIAH DAN KONVENSIONAL TERHADAP KUALITAS PELAYANAN NASABAH DARI TAHUN 2016-2023 DI KOTA JAMBI

Ary Dean Amry¹, Talitha Zahirah², Syafiqahadilah³, Tria Oktafia⁴, Aulia Zulfa Hidayah⁵, Herlina Afrianti S⁶
Universitas Jambi

Correspondence		
Email: arydeanamry@gmail.com 1, talithazahirah30@gmail.com 2 syafiqahadilahsalwa54@gmail.com 3, oktvtriaa@gmail.com 4 hidayahaulia394@gmail.com 5, afriantihelina4@gmail.com 6		No. Telp:
Submitted 7 Juni 2024	Accepted 12 Juni 2024	Published 13 Juni 2024

Abstrak

Indonesia dalam kebijakan perbankannya menganut dual banking system. Perbankan ganda berarti pembentukan dua sistem perbankan yaitu konvensional dan Syariah secara berdampingan, yang pelaksanaannya diatur oleh UU. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hingga 59% Kualitas Pelayanan di kota jambi dipengaruhi oleh tingkat strategi bisnis digital Bank Syariah). Kemudian tingkat strategi bisnis digital bank konvensional 0,39 tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di kota jambi. Ketika tingkat kualitas pelayanan meningkat sebesar 1%, maka tingkat strategi bisnis bank syariah meningkat 1,55, yang tentunya berdampak sangat positif terhadap kualitas pelayanan. Diperlukan upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan tepatnya dengan mengembangkan strategi bisnis digital pada masing masing bank baik bank konvensional maupun bank syariah, membuat catatan kemajuan manusia terus berkembang, dan berdampak lebih baik pada Indeks Iklim pertumbuhan ekonomi dan kualitas pelanannya.

Kata Kunci: Strategi bisnis bank konvensional, strategi bisnis bank syaria, Pelayanan Nasabah.

Abstract

Indonesia adopts a dual banking system in its banking policy. Dual banking system means the formation of two banking systems, namely conventional and Sharia, running side by side, governed by law. This study concludes that up to 59% of Service Quality in Jambi City is influenced by the level of digital business strategy of Shariah Banks. Meanwhile, the digital business strategy level of conventional banks at 0.39 does not affect service quality in Jambi City. When the service quality level increases by 1%, the digital business strategy level of Shariah banks increases by 1.55, which has a significantly positive impact on service quality. Efforts are needed to enhance service quality by developing digital business strategies at each bank, both conventional and Shariah banks, recording human progress ongoing development, and having a better impact on the Economic Growth Climate Index and its service quality.

Keywords: Conventional banking business strategy, sharia banking strategy, customer service

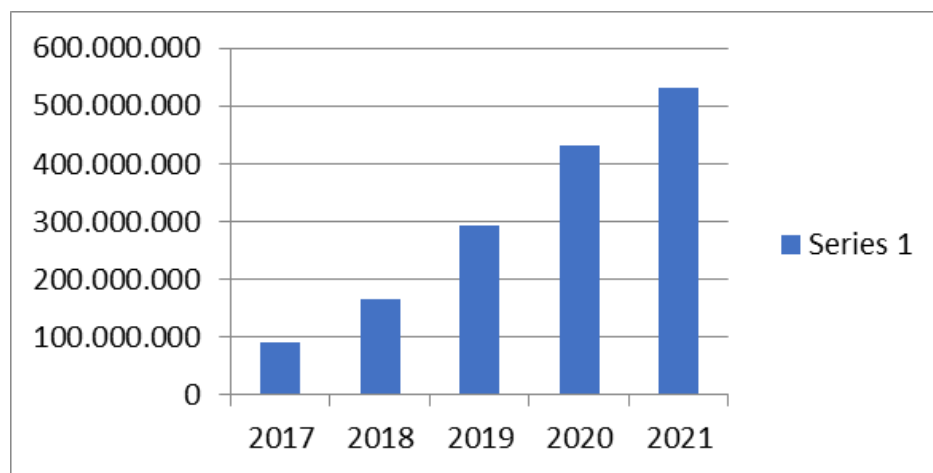
PENDAHULUAN

Indonesia dalam kebijakan perbankannya menganut dual banking system. Perbankan ganda berarti pembentukan dua sistem perbankan yaitu konvensional dan Syariah secara berdampingan, yang pelaksanaannya diatur oleh UU (Ana et al., 2022). Jadi yang terjadi adalah bank syariah tidak otonom (mandiri), sehingga operasionalnya masih berbasis bank konvensional. Jika demikian, perbankan syariah hanya menjalankan program dalam kerangka pengembangan bank konvensional, bahkan jika diinginkan untuk menjadi bank syariah yang

benar-benar mandiri dengan berbagai perangkat dalam kerangka tersebut, bank tersebut diakui secara nasional. Tujuan kehadiran bank syariah secara umum adalah untuk mendorong percepatan kemajuan ekonomi masyarakat dengan melakukan kegiatan perbankan, keuangan, komersial dan investasi sesuai kaidah Syariah (Ana et al., 2022). Hal inilah yang membedakan bank-bank konvensional yang tujuan utamanya adalah untuk mencapai keuntungan yang setinggi-tingginya (*maximizing profit*). Peran lembaga keuangan dalam arus aset tentu penting. Namun, konsep ekonomi Islam selalu mensyaratkan bahwa pergerakan arus uang mengikuti pergerakan di lapangan riil (Agustin, 2021). Dengan konsep ini, biasanya transaksi di sektor keuangan tidak ada hubungannya dengan sektor riil. Lembaga keuangan syariah, baik di Indonesia maupun global, mengalami perkembangan yang menggembirakan baik dari segi kelembagaan maupun produk. Semakin luas jangkauan dan ragam produk yang ditawarkan dan diminati masyarakat, semakin besar peran institusi dalam mendukung perekonomian secara keseluruhan. Semakin beragam jumlah dan jenis produk yang dijual di area yang sama, semakin banyak pelanggan dia juga akan puas jika dia membeli di situs itu dan tidak harus membeli di suatu tempat. Dan dia akan mengulangi hal yang sama untuk pembelian berikutnya. Ke depan, diperlukan formula yang tepat untuk menyinergikan sistem ekonomi tradisional dan syariah guna mencapai solusi optimal untuk menjaga stabilitas makro ekonomi, memperluas lapangan kerja, dan sekaligus mencapai pertumbuhan ekonomi yang seimbang dan berkelanjutan. Peran bank syariah sebagai lembaga keuangan mirip dengan peran bank biasa, yaitu sebagai perantara keuangan. Langkah strategis yang dapat dilakukan bank syariah di Indonesia untuk meningkatkan kinerjanya dalam perekonomian global, salah satunya dengan meningkatkan kinerja keuangan bank syariah di tanah air. Perbedaan Bank Konvensional dengan Bank Syariah Perbedaan utama antara bank konvensional dan bank syariah adalah cara mereka mendekati uang. Bank konvensional memandang uang sebagai komoditas, alat tukar, dan penyimpan nilai, dan dengan demikian, mereka dapat memperdagangkan uang dengan harga lebih tinggi dari nilai nominalnya, menyewakan uang dan menerima bunga saat peminjam membayar kembali, dan berinvestasi dalam usaha berisiko tinggi untuk menghasilkan keuntungan. Di sisi lain, bank syariah memandang uang sebagai alat tukar dan penyimpan nilai saja, dan tidak terlibat dalam aktivitas seperti pinjaman berbasis bunga, spekulasi dan perjudian.

Sebaliknya, bank syariah menawarkan produk seperti profit and loss sharing, mudharabah, dan musyarakah, yang didasarkan pada prinsip pembagian risiko dan saling menguntungkan. Selain itu, bank syariah tunduk pada hukum Islam, yang melarang kegiatan tertentu seperti riba dan investasi dalam industri seperti alkohol dan perjudian. Perbaikan kinerja keuangan tersebut berdampak signifikan terhadap upaya bank untuk menjaga kepercayaan para deposan untuk tetap menggunakan jasa bank. Kemampuan bank syariah dalam mengelola dananya merupakan prinsip utama yang harus dikembangkan oleh bank syariah dalam meningkatkan kinerja keuangan pada bank syariah (Khusna & Pratama, 2021). Peran bank syariah dalam menjalankan segala aktivitasnya berlandaskan pada kaidah al-Qur'an dan hadits (Maharani & Hidayat, 2020). masing-masing memiliki peran penting dalam industri perbankan dengan strategi bisnis yang berbeda-beda (Siregar, 2021).

Untuk melakukan perbandingan yang lebih spesifik di Kota Jambi, penelitian akan memaparkan datanya dari bank syariah dan bank konvensional, analisis data dari media sosial dan platform digital. Analisis ini akan memberikan wawasan tentang bagaimana strategi pemasaran digital dari kedua jenis bank ini berdampak pada persepsi dan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah di Jambi. Perbedaan strategi pemasaran digital antara bank syariah dan konvensional mencerminkan fokus dan nilai yang berbeda dari masing-masing institusi. Bank syariah lebih menekankan pada edukasi dan nilai-nilai islami, sedangkan bank konvensional lebih berfokus pada inovasi teknologi dan efisiensi layanan nasabah.



Tabel 1.1 E-Money di Indonesia
Sumber : Badan Pusat Statistik

Kualitas pelayanan Hermawan Kertajaya memaparkan bahwa teknologi informasi menjadi penetrasi pasar yang semakin berkembang dengan menekankan bahwa pasar telah melakukan transformasi dari era legacy ke era new wave atau biasa dikenal dengan sebutan pendekatan marketing 4.0. pada era new wave akan terjadi perpaduan antara interaksi secara online dan offline. Masyarakat tidak hanya mengenal merk yang bagus saja tetapi adanya perbedaan karakter akan menjadi penilaian bagi nasabah (Kotler, 2019). Implementasi dari new wave marketing akan menjadi tantangan tersendiri bagi Bank Syariah Indonesia KCP Sipin Soemantri, melalui strategi ini Bank Syariah Indonesia tidak hanya berfokus pada penambahan jumlah nasabah tetapi nasabah tersebut harus mengetahui dan memahami

tentang produk yang digunakan (Alderson, J. Charles & Wall, 1992).

Dalam melaksanakan strategi pemasaran di era digital maka Bank Syariah Indonesia KCSipin Soemantri harus mendekati diri pada masyarakat dan mengenalkan brand perusahaan melalui pelayanan sesuai kebutuhan masyarakat di era digital. Pelayanan dalam era new wave marketing akan berubah menjadi kepedulian artinya perbankan tidak lagi memenuhi permintaan nasabah melainkan harus jeli mengetahui kebutuhan nasabah. Nasabah dalam era digital sangat memperdulikan kualitas pelayanan sehingga nasabah lebih memilih kualitas dan menjamin keamanan dalam setiap transaksi (Fitrah, 2017). Kolaborasi yang baik mampu berperan penting pada saat menjalani proses di era new wave marketing, dimana perusahaan memiliki kemampuan untuk menjalin kerjasama dengan mitra yang tepat agar mampu bersaing.

No	Tahun	Mobile Banking	
		Jumlah	Presentase
1	2016	104	9,85
2	2017	115	10,57
3	2018	111	13,47
4	2019	135	16,95
5	2020	122	14,65
5	2021	131	16,50
5	2022	140	17,80
5	2023	145	18,5

Tabel 1.2 Pengguna Mobile Banking Bank Syariah

Sumber : Badan Pusat Statistik

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nasabah baru untuk layanan mobile banking berubah dari tahun ke tahun. Terdapat 104 nasabah mobile banking baru di tahun 2017 dan 115 nasabah baru di tahun 2018, pangsa nasabah baru meningkat sebesar 9,85% di tahun 2017. Namun, hanya ada 111 pelanggan baru di 2019, 13,47% di 2019. Dan nilai tersebut selalu bertambah tiap tahunnya. Dengan demikian strategi yang dilakukan bank syariah di kota Jambi cukup baik, bahkan ditengan pandemi pada tahun 2019-2021 pertumbuhan nasabah baru bisa dikatakan stabil.

Tabel 1.3 Kantor Bank Konvensional

Status Bank	Kantor Bank Umum menurut Status									
	Kantor Pusat		Kantor Cabang		Cab. Pembantu		Kantor Kas		Jumlah	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
- BPD Jambi Syariah (UUS)	1	-	-	1	1	0	-	0	2	1

Status Bank	Kantor Bank Umum menurut Status									
	Kantor Pusat		Kantor Cabang		Cab. Pembantu		Kantor Kas		Jumlah	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
- Bank BNI Syariah	-	-	2	2	4	4	-	0	6	5
- Bank BRI Syariah	-	-	1	1	5	7	-	1	6	9
- Bank CIMB Niaga	-	-	1	1	-	2	-	0	1	3
- Bank CIMB Niaga Syariah	-	-	1	1	-	1	-	0	1	0
- Bank Danamon Indonesia	-	-	1	1	-	18	-	0	1	19
- Bank HSBC Indonesia	-	-	1	1	-	0	-	0	1	1
- Bank Jambi	1	1	12	11	19	20	13	18	45	51
- Bank JTrust Indonesia	-	-	1	1	-	0	-	0	1	1
- Bank Mandiri Taspen	-	-	1	1	-	0	-	2	1	3
- Bank Mayapada International	-	-	-	1	4	0	-	0	6	1
- Bank Maybank Indonesia	-	-	1	2	1	4	-	0	2	6
- Bank Mega Indonesia	-	-	1	1	-	1	-	0	1	2
- Bank Mega Syariah	-	-	1	1	1	1	-	0	2	2
- Bank Mestika Dharma	-	-	1	1	-	0	-	0	1	1
- Bank MNC Internasional	-	-	1	1	-	0	1	0	2	1
- Bank Muamalat Indonesia	-	-	1	1	2	0	-	0	3	1
- Bank Nationalnobu	-	-	1	1	1	0	-	1	2	2
- Bank OCBC NISP	-	-	1	1	7	1	-	0	8	2
- Bank Panin Indonesia	-	-	1	1	-	7	-	0	1	8
- Bank Permata	-	-	1	1	-	0	-	0	1	1
- Bank Rakyat Indonesia Agroniaga	-	-	1	1	-	0	-	0	1	1
- Bank Sinarmas	-	-	1	1	4	4	3	3	8	8
- Bank Sinarmas Syariah (UUS)	-	-	1	1	-	1	-	0	1	2
- Bank Syariah Mandiri	-	-	1	1	6	1	-	0	7	2
- Bank Tabungan Pensiunan Nasional	-	-	1	1	16	0	-	0	17	1
- Bank UOB Indonesia	-	-	1	1	-	6	-	0	1	8
- Bank Artha Graha Internasional, Tbk	-	-	1	1	1	0	-	0	2	1
- Bank Bukopin	-	-	1	1	5	1	5	0	11	2
- Bank Central Asia	-	-	2	1	3	5	-	5	5	11

Status Bank	Kantor Bank Umum menurut Status									
	Kantor Pusat		Kantor Cabang		Cab. Pembantu		Kantor Kas		Jumlah	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
- Bank Commonwealth	-	-	1	1	21	0	1	0	23	1
-BNI	-	0	5	5	12	12	4	5	21	22
-BRI	-	0	9	9	92	92	49	52	150	153
-BTN	-	0	1	1	2	3	64	64	67	68
Bank Pembangunan Daerah	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bank Swasta	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-
Jumlah	1	1	51	61	234	234	140	151	452	455
Mandiri	-	0	2	2	54	42	-	0	44	44
Pemerintah	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan

Sehingga penelitian ini berfokus pada “ANALISIS Perbandingan Strategi Bisnis Bank Syariah Dan Konvensional Terhadap Kualitas Pelayanan Nasabah di Kota Jambi”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif.

Rumusan Masalah

1. Apakah strategi bisnis bank Syariah berpengaruh secara parsial terhadap Kualitas Pelayanan Nasabah di Kota Jambi ?
2. Apakah strategi bisnis Bank Konvensional berpengaruh secara parsial terhadap Kualitas Pelayanan nasabah di Kota Jambi ?
3. Apakah strategi bisnis Bank Syariah Dan Konvensional berpengaruh secara simultan terhadap Kualitas Pelayanan Nasabah di Kota Jambi ?

Tujuan Penelitian

Dalam sebuah penelitian baik penelitian yang bersifat ilmiah maupun penelitian yang bersifat sosial pasti di maksudkan untuk mencapai suatu tujuan penelitian. Pada penelitian ini yang ingin dicapai oleh penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi bisnis bank Syariah terhadap Kualitas Pelayanan Nasabah di Kota Jambi.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi bisnis Bank Konvensional Terhadap Kualitas Pelayanan Nasabah di Kota Jambi.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi bisnis Bank Syariah dan Konvensional Terhadap Kualitas Pelayanan Nasabah Di Kota Jambi.

METODOLOGI

Peneliti mengambil pendekatan kuantitatif dengan pendekatan penelitian. Disebut kuantitatif karena penelitian dilakukan secara numerik, dan pencarian fakta. Sedangkan

dalam penelitian ini digunakan data dengan periode waktu tertentu atau dikenal dengan data time series. Kemudian untuk melengkapi data penelitian, data diambil dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia yang dikenal sebagai data sekunder (Wibisono et al., 2019), dianalisis dengan menggunakan uji regresi linier berganda beserta persamaannya :

$$Y = \alpha + \beta_1 * X_1 + \beta_2 * X_2 + \varepsilon$$

Ket :

Y = Kualitas Pelayanan

X1 = Strategi Bisnis Syariah

X2 = Strategi bisnis Bank Konvensional

$\beta_1 \beta_2$ = Slope

α = Konstanta (intercept)

ε = Standar Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini Bentuk deret waktu (sekunder) 2016 hingga 2023 (Time Series) format data: Bank syariah, Bank Konvensional, Badan Pusat Statistik Indonesia. analisis data dalam menganalisa penelitian ini Menggunakan metode yaitu Metode analisis Kuantitatif, yaitu menggambarkan semua data dan informasi yang diproses (perkiraan). berhubungan dengan objek Penelitian ekonometrika statistik, dalam bentuk pengujian hipotesis klasik adalah Normalitas, Multikolinearitas, Autokorelasi, dan heteroskedastisitas. uji statistik (t dan F). (Fikri et al., 2014)

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara suatu penelitian yang mana kebenarannya perlu untuk diuji dan dibuktikan melalui penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris, Adapun hipotesisnya adalah :

H₁ : Terdapat pengaruh positif secara parsial antara Strategi Bisnis Digital Bank Syariah terhadap kualitas pelayanan nasabah di kota jambi

H₀ : Tidak Terdapat pengaruh positif secara parsial antara Strategi Bisnis Digital Bank Syariah terhadap kualitas pelayanan nasabah di kota jambi

H₂ : Terdapat pengaruh positif secara parsial antara Strategi Bisnis Digital Bank Konvensional terhadap kualitas pelayanan nasabah di kota jambi

H₀ : Tidak Terdapat pengaruh positif secara parsial antara Strategi Bisnis Digital Bank Konvensional terhadap kualitas pelayanan nasabah di kota jambi

H₃ : Terdapat pengaruh positif secara parsial antara Strategi Bisnis Digital Bank Syariah dan Bank Konvensional terhadap kualitas pelayanan nasabah di kota jambi

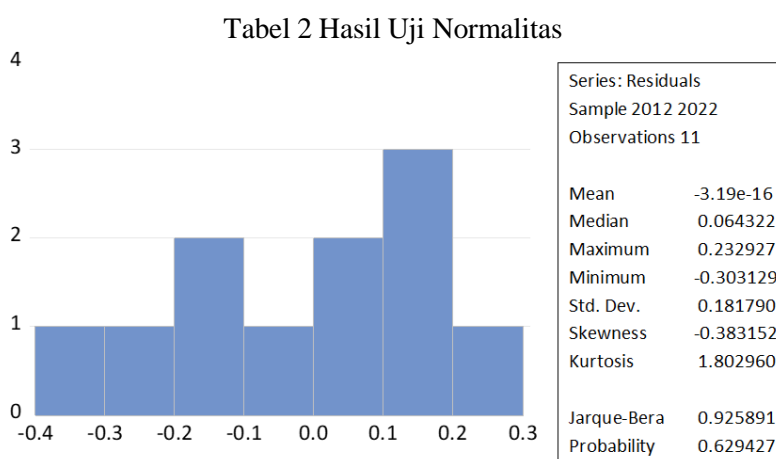
H₀ : Tidak Terdapat pengaruh positif secara parsial antara Strategi Bisnis Digital Bank Syariah dan Bank Konvensional terhadap kualitas pelayanan nasabah di kota jambi

Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum kita melakukan uji analisis regresi linier berganda maka yang harus dilakukan adalah menguji data - data yang akan dianalisis agar data tersebut valid dan tidak bias dan merupakan persyaratan, maka digunakan uji klasik. Adapun penjelasan uji asumsi klasik itu adalah sebagai berikut.

Hasil Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah metode penelitian, variabel dependen dan variabel atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Identifikasi ada atau tidaknya permasalahan normalitas dilakukan dengan melihat nilai Jarque-Bera. Untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak, apabila nilai Jarque-Bera $< X^2$, maka data tersebut berdistribusi normal. Begitupun sebaliknya, jika Jarque-Bera $> X^2$ maka data tersebut tidak normal. Setelah data diolah menggunakan aplikasi Eviews 12 SV, maka terlihat hasil sebagai berikut.



Sumber : Eviews 12 LV

Dari gambar 4.3, dapat dilihat nilai Jarque-Bera adalah 0,925891. Nilai X^2 untuk data ini adalah 0,577424. Berdasarkan nilai Jarque-Bera ($0,925891 < X$ ($0,577424$)), maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal, Sehingga bisa dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

Hasil Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadikorelasi, maka terdapat multikolinieritas (Multikol) dimana modelregresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Keadaan ini hanya terjadi pada regresi linear berganda, karena jumlah variabel bebasnya lebih dari satu. Sedangkan padaregresi sederhana, tidak mungkin adanya kasus ini disebabkan variabel bebasnya hanya terdiri dari satu variabel. Apabila hubungan diantara variabel bebas yang satu dengan yang lain di atas 0,6, maka bisa dipastikan adanya gejala multikolinieritas. Setelah data diolah menggunakan aplikasi eviews 12 LV, maka terlihat hasil sebagai berikut :

Variance Inflation Factors
Date: 05/15/23 Time: 02:53
Sample: 2012 2022
Included observations: 11

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	41.13845	10954.45	NA
X1	0.023679	244.5871	4.550493
X2	0.135748	13950.20	4.550493

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas
Sumber : Eviews 12 LV

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa nilai korelasi diantara variabel independen (Strategi Bisnis Bank Syariah dan Konvensional) yaitu 4,550493. Karena nilai 4,550493 menjauhi angka 10, maka tidak terdapat kolineritas antara variabel independen. Hal ini menginformasikan model OLS yang diajukan dapat dikatakan terbebas dari gejala multikolinieritas, Sehingga bisa dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

Hasil Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara residual antar waktu pada model penelitian yang digunakan, sehingga estimasi menjadi bias. Untuk $n = 21$; $n = 21$; $a = 5\%$; $k = 2$, diperoleh nilai DL 0,9273 dan DU sebesar 1,324.

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 05/15/23 Time: 02:47
Sample: 2012 2022
Included observations: 11

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-19.24645	6.413926	-3.000728	0.0171
X1	-0.390736	0.153880	-2.539224	0.0348
X2	1.370777	0.368440	3.720493	0.0059
R-squared	0.671892	Mean dependent var	5.267273	
Adjusted R-squared	0.589865	S.D. dependent var	0.317367	
S.E. of regression	0.203247	Akaike info criterion	-0.121785	
Sum squared resid	0.330476	Schwarz criterion	-0.013268	
Log likelihood	3.669816	Hannan-Quinn criter.	-0.190189	
F-statistic	8.191119	Durbin-Watson stat	2.056067	
Prob(F-statistic)	0.011590			

Tabel 4 Hasil Nilai Durbin Waston
Sumber : Eviews 12 LV

Dari perhitungan menggunakan program Eviews diperoleh nilai Durbin-Watson (D-W) adalah 2,056067. Sedangkan dari tabel D-W diperoleh nilai DL sebesar 0,9273 dan DU sebesar 1,3241 sehingga diperoleh nilai 4-DL adalah 3,0727 dan nilai 4-DU adalah 2,6759. Setelah melihat angka-angka tersebut diketahui bahwa nilai D-W lebih besar dari nilai DU dan lebih kecil dari 4 - DU, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada lagi masalah

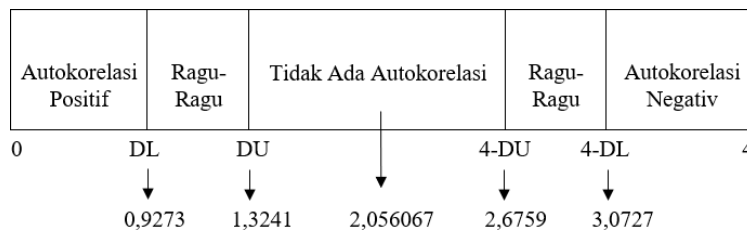
n	k=1	
	dL	dU
6	0.6102	1.4002
7	0.6996	1.3564
8	0.7629	1.3324
9	0.8243	1.3199
10	0.8791	1.3197
11	0.9273	1.3241
12	0.9708	1.3314
13	1.0097	1.3404
14	1.0450	1.3503
15	1.0770	1.3605
16	1.1062	1.3709
17	1.1330	1.3812
18	1.1576	1.3913
19	1.1804	1.4012

Tabel 5 Durbin – Waston
 Sumber : *Eviews 12 LV*

Sehingga Diketahui Sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 DW &= 2,056067 \\
 DU &= 1,3241 \\
 DL &= 0,9273 \\
 4-DU &= 4-1,3241 = 2,6759 \\
 4-DL &= 4-0,9273 = 3,0727
 \end{aligned}$$

Setelah di lakukan tabel DW, nilai DW bisa di lihat terletak dimana yang bisa dilihat pada gambar 6 di bawah ini :



Tabel 6 Hasil Uji Hiteroskedasitas
 Sumber : Eviews 12 LV

Berdasarkan hasil perhitungan Durbin-Watson, posisi DW diantara DU dengan (4-DU). Sehingga pada model ini tidak terjadi Autokorelasi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah varian dari dua observasi dalam penelitian sama (homogen) untuk semua variabel terikat dengan variabel bebas sehingga hasil estimasi tidak bias. Identifikasi ada atau tidaknya permasalahan heteroskedastisitas dilakukan melalui Uji White Heteroskedasticity test.

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey
 Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	3.893018	Prob. F(2,8)	0.0660
Obs*R-squared	5.425453	Prob. Chi-Square(2)	0.0664
Scaled explained SS	1.152112	Prob. Chi-Square(2)	0.5621

Tabel 7 Hasil Uji Hiteroskedasitas
 Sumber : Eviews 12 LV

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai probability untuk OBS*R- squared adalah 5,425453. karena nilai 5,425453 > dari derajat kesalahan (α) = 5 persen (0.05), maka tidak terdapat heteroskedastisitas. Hal ini menginformasikan model OLS yang diajukan, dapat dikatakan terbebas dari heteroskedastisitas, sehingga bisa dilanjutkan kepengujian selanjutnya.

Hasil Regresi Metode Ordinary Least Square (ols)

Hasil Regresi Linier Berganda Metode OLS Hasil uji regresi linier berganda yaitu strategi bisnis digital bank syariah dan konvensional sebagai variable bebas dan kualitas pelayanan sebagai variable terikat. dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 8 Hasil Uji Ordinary Least Square

Dependent Variable: Y Method: Least Squares Date: 05/15/23 Time: 02:59 Sample: 2012 2022 Included observations: 11				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-19.24645	6.413926	-3.000728	0.0171
X1	-0.390736	0.153880	-2.539224	0.0348
X2	1.370777	0.368440	3.720493	0.0059
R-squared	0.671892	Mean dependent var	5.267273	
Adjusted R-squared	0.589865	S.D. dependent var	0.317367	
S.E. of regression	0.203247	Akaike info criterion	-0.121785	
Sum squared resid	0.330476	Schwarz criterion	-0.013268	
Log likelihood	3.669816	Hannan-Quinn criter.	-0.190189	
F-statistic	8.191119	Durbin-Watson stat	2.056067	
Prob(F-statistic)	0.011590			

Sumber : Eviews 12 LV

Berdasarkan tabel di atas, variabel X1 mempunyai nilai signifikansi 0,0348. padapenelitian ini alpha yang digunakan yaitu 5% (0,05). Variabel X1 mempunyai nilai yang lebih besar dibandingkan dengan alpha ($0,05 < 0.0348$). Karena nilai signifikansi lebih besar dibandingkan dengan alpha maka, variabel X1 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Kualitas Pelayanan). Variabel X2 mempunyai nilai signifikansi 0.0059, pada penelitian ini alpha yang digunakan yaitu 5% (0,05) maka nilai $0.0059 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan dengan alpha maka, variabel X2 mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kualitas Pelayanan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pada variabel Strategi bisnis bank syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan. Sedangkan terdapat hasil yang berbeda dari variabel Strategi bisnis digital bank konvensional dimana pada variabel Strategi bisnis digital bank konvensional tidak berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Pelayanan. Hal ini mengisyaratkan bahwa nasabah lebih memilih membuka rekening atas dasar Pengaruh bank syariah yang dinilai cukup membantu dalam syariat islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, H. (2021). Teori Bank Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(1), 67–83. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i1.279>
- Alderson, J. Charles & Wall, D. (1992). Japanese Society of Biofeedback Research. *Japanese Society of Biofeedback Research*, 19, 709–715. https://doi.org/10.20595/jjbf.19.0_3
- Ana, D. E., Zunaidi, A., Agama, I., Negeri, I., & Kediri, I. (2022). *Strategi Perbankan Syariah Dalam Memenangkan Persaingan Di Masa Pandemi Covid-19*. 1(1), 167–188.
- Fitrah, R. (2017). Menelisik Mekanisme Pembentukan Bank Umum Syariah di Indonesia. *Jurnal As-Salam*, 1(3), 106–118.
- Khusna, N., & Pratama, V. Y. (2021). Persepsi Masyarakat Mengenai Kesyariahan Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 310–322. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i2.22>
- Siregar, B. G. (2021). *DANA PIHAK KETIGA PADA PERBANKAN SYARIAH*. 5, 111–121.

