

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semua perusahaan termasuk perbankan tentu menginginkan organisasinya bisa memberikan keunggulan yang kompetitif. Selain itu, semua organisasi baik perusahaan maupun perbankan pasti juga ingin agar keunggulan yang dimilikinya itu bisa dipertahankan serta dikembangkan lagi. Agar dapat memelihara kelanjutan dari keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan maupun perbankan tersebut. Semua komponen yang terdapat di dalam perusahaan ataupun perbankan, yang spesifiknya adalah para manajer sangat penting untuk mengetahui mengenai hal apa saja yang diperlukan untuk bisa menciptakan keunggulan secara berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian yang berkaitan dengan konsep keunggulan kompetitif berkelanjutan sangat dibutuhkan supaya bisa melakukan analisis pada lingkungan perusahaan maupun perbankan. Untuk itu setiap perusahaan pasti memiliki strategi keunggulan untuk bersaing dalam sebuah pasar.

Keunggulan bersaing merupakan keunggulan yang didapatkan dengan cara melakukan penerapan berbagai strategi untuk memberikan peningkatan dan pemaksimalan terhadap nilai serta manfaat pada produk yang akan ditawarkan pada konsumen. Tak hanya itu, keunggulan bersaing mempunyai arti sebagai bagian yang hanya dipunyai oleh perusahaan

tertentu dan tidak dimiliki oleh para pesaingnya. Atau dengan nama lain mampu melakukan sesuatu lebih baik daripada perusahaan atau pesaing yang lainnya.¹

Contoh dari penerapan strategi sustainable competitive advantage pada perusahaan terkenal di negara Indonesia adalah pada Hino Montor Sales Indonesia atau HMSI dimana HMSI ini dapat mempertahankan eksistensinya dalam penjualan produk Hino Montor dengan menerapkan strategi sustainable competitive advantage dengan mengupayakan peningkatan efisiensi terhadap para konsumennya dan juga menyediakan produk dengan kualitas tinggi serta memberikan pelayanan after sales. Dan yang menjadikan penjualannya sukses adalah strategi sustainable competitivengnya yang berbeda dari semua kompetitornya yakni dengan menyediakan layanan service gratis selama dua tahun. Dengan strategi demikian akan memberikan dampak positif kepada para konsumennya, semua itu bisa dilihat dengan tetap stabilnya *market share* Hino.

Begitu juga dengan perusahaan lainnya yang berada pada bermacam-macam bidang agar mereka tetap bisa terus berdiri pada dunia perindustrian serta mewujudkan cita-cita perusahaan, maka harus cerdas dan teliti di dalam menyusun strategi pengembangan keunggulan kompetitif yang akan dilakukan oleh perusahaan. Dimana keunggulan kompetitif adalah sebuah keunggulan yang bisa memberikan penambahan

¹ Abdul Kholik dan Sobrul Laeli, *Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Sekolah Alam Berbasis Model Resource-Based View*, Jurnal Tadbir Muwahhid, Volume. 4 Nomor. 1, 2020, 76.

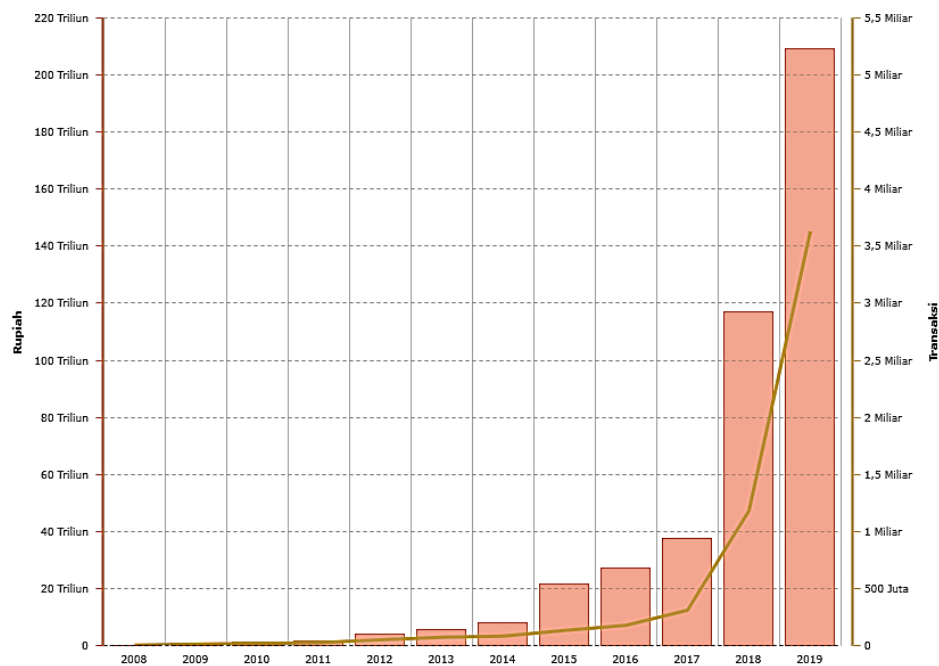
nilai untuk perusahaan serta menutup konsumen untuk beralih ke perusahaan lain sebab mereka tidak bisa menyajikan produk yang serupa. Agar dapat membuat keunggulan kompetitif pada perusahaan, maka perusahaan diharuskan untuk memaksimalkan sumber daya yang dimilikinya supaya bisa menguasai pasar dan menang dalam persaingan di pasar. Oleh sebab itu, perusahaan seharusnya mampu untuk mengintegrasikan strategi dengan bermacam-macam sumber daya yang dipunyai oleh perusahaan agar terciptanya keunggulan kompetitif dalam perusahaan.²

Begitu juga dalam dunia perbankan tentu banyak strategi yang harus disusun untuk menghadapi persaingan dengan perbankan yang lainnya. Apalagi pada tahun-tahun belakangan ini perkembangan system pembayaran dalam berbagai macam transaksi yang digunakan masyarakat semakin meningkat, terutama pada system pembayaran dengan basis teknologi yang sudah memberikan perubahan dengan signifikan pada arsitektur system pembayaran konvensional yang biasanya menggunakan uang fisik untuk melakukan pembayaran dalam suatu transaksi. Walaupun pemakaian uang fisik saat ini masih banyak dipakai oleh masyarakat untuk digunakan sebagai alat pembayaran. Tetapi selaras dengan perkembangan ilmu telekomunikasi dan teknologi pada system pembayaran yang semakin pesat menjadikan budaya pembayaran transaksi secara *cash* bertahap

² Mimin Nur Aisyah, Peran Strategi, *Sumber Daya serta Perubahan Teknologi dan Lingkungan Terhadap Penciptaan Keunggulan Kompetitif yang Berkesinambungan*, Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, Volume. 4 Nomor. 1, 2007, 1.

menuju pembayaran secara *non-cash*.³ Dengan demikian perbankan akan berlomba-lomba untuk menyediakan kebutuhan nasabahnya dalam hal transaksi pembayaran *non-cash*. Seperti dengan penerbitan uang elektronik atau *E-Money*.

Peningkatan system pembayaran secara *non-cash* ini dibuktikan dengan peningkatan aktivitas pemakaian uang elektronik untuk melakukan transaksi. Berikut ini merupakan data yang disajikan oleh Bank Indonesia mengenai penggunaan uang elektronik dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2019 yang selalu mengalami peningkatan.



Gambar 1 Volume dan Nilai Transaksi Uang Elektronik di Indonesia

Sumber: Bank Indonesia, 2019

³ R. Maulana Ibrahim, *Paper Seminar Internasional Toward a Less Cash Society in Indonesia*, (Jakarta: Direktorat Akunting dan Sistem Pembayaran Bank Indonesia, 2006), 12.

Salah satu perbankan syariah yang menyediakan layanan uang elektronik adalah Bank Syariah Mandiri. Yang diberikan nama BSM *E-Money*, karena bukan hanya Bank Syariah Mandiri saja yang memiliki produk E-Money tentu terjadi persaingan di pasar tidak hanya dengan bank syariah saja tetapi dengan bank konvensional beserta layanan uang elektronik yang lainnya. Untuk itu agar nilai volume penjualan BSM *E-Money* di Bank Syariah Mandiri bisa terus mengalami peningkatan tentu membutuhkan strategi keunggulan kompetitif yang tepat agar menimbulkan ketergantungan nasabah terhadap produk *E-Money* yang disediakan oleh Bank Syariah Mandiri sehingga para nasabah tidak beralih ke layanan uang elektronik milik bank yang lainnya. Atau bahkan Bank Mandiri Syariah dapat merebut nasabah pemakai *E-Money* dari bank lainnya. Pada tahun 2017 jumlah peredaran kartu BSM *E-Money* sudah kurang lebih mencapai 17.000 kartu dengan target peredaran 25.000 kartu yang direncanakan akan ditambah seiring berjalannya waktu.⁴ Begitu banyaknya cabang Bank Syariah Mandiri ini membuat pendistribusian *e-money* dapat diratakan di setiap kota maupun di Indonesia, salah satunya

Yang membuat peneliti tertarik untuk memilih Bank Syariah Mandiri sebagai tempat penelitian adalah mayoritas penduduk Indonesia memeluk agama islam sehingga mengindikasikan adanya peluang untuk menjadi pasar yang potensial sebab menggunakan prinsip operasional berdasarkan syariah islam serta dapat meningkatkan volume nasabah

⁴ Laurensius Marshall Sautlan Sitanggang, *BSM sudah edarkan 17.000 kartu e-Money*, Diakses di <https://keuangan.kontan.co.id/news/bsm-sudah-edarkan-17000-kartu-e-money>, Pada 12 Februari 2021, Pukul 23:18 WIB.

dalam penggunaan semua produk yang telah disediakan oleh Bank Syariah Mandiri termasuk pemakaian BSM *E-Money* sebagai dukungan gerakan non tunai.⁵ Berikut merupakan bukti data yang telah dipublikasi oleh Badan Pusat Statistik yang menerangkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia beragama islam:

Nama Provinsi	Agama					
	Islam	Kristen	Katolik	Hindu	Budha	Khong Hu Chu
Aceh	4,413,244	50,309	3,315	136	7,062	36
Sumatera Utara	8,579,830	3,509,700	516,037	14,644	303,548	984
Sumatera Barat	4,721,924	69,253	40,428	234	3,419	70
Riau	4,872,873	484,895	44,183	1,076	114,332	3,755
Jambi	2,950,195	82,311	13,250	582	30,014	1,491
Sumatera Selatan	7,218,951	72,235	42,436	39,206	59,655	663
Bengkulu	1,669,081	28,724	6,364	3,727	2,173	41
Lampung	7,264,783	115,255	69,014	113,52	24,122	596

⁵ Muhammad Dzikri Abadi dan Eliv Hidaytul Lailiyah, *Analisis SWOT Fintech Syariah Dalam Menciptakan Keuangan Inklusif Di Indonesia (Studi Kasus 3 Bank Syariah di)*, Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah Vo. 4 No. 1, 2021, 184.

Kep. Bangka Belitung	1,088,791	22,053	14,738	1,040	51,882	39,70
Kepulauan Riau	1,332,201	187,576	38,252	1,541	111,70	3,389
DKI Jakarta	8,200,796	724,232	303,295	20,364	317,57	5,334
Jawa Barat	41,763,52	779,272	250,875	19,481	93,551	14,73
Jawa Tengah	31,328,31	572,517	317,919	17,448	53,009	2,995
DI Yogyakarta	3,179,129	94,268	165,749	5,257	3,542	159
Jawa Timur	36,113,36	638,467	234,204	112,17	60,760	6,166
Banten	10,065,73	268,890	115,865	8,189	131,22	3,232
Bali	520,244	64,454	31,397	3,247,3	21,156	427
Nusa Tenggara Barat	4,341,284	13,862	8,894	118,03	14,625	139
Nusa Tenggara Timur	423,925	1,627,17	2,535,97	5,210	318	91
Kalimantan Barat	2,603,318	500,254	1,008,38	2,708	237,74 1	29,73 7
Kalimantan Tengah	1,643,715	353,353	58,279	11,149	2,301	414
Kalimantan	3,505,846	47,974	16,045	16,064	11,675	236

Selatan						
Kalimantan Timur	3,033,705	337,380	138,629	7,657	16,356	1,080
Sulawesi Utara	701,699	1,444,141	99,980	13,133	3,076	511
Sulawesi Tengah	2,047,959	447,475	21,638	99,579	3,951	141
Sulawesi Selatan	7,200,938	612,751	124,255	58,393	19,867	367
Sulawesi Tenggara	2,126,126	41,131	12,880	45,441	978	48
Gorontalo	1,017,396	16,559	761	3,612	934	11
Sulawesi Barat	957,735	164,667	11,871	16,042	326	35
Maluku	776,130	634,841	103,629	5,669	259	117
Maluku Utara	771,110	258,471	5,378	200	90	212
Papua Barat	292,026	408,841	53,463	859	601	25
Papua	450,096	1,855,245	500,545	2,420	1,452	76
Indonesia	207,176,162	16,528,513	6,907,873	4,012,116	1,703,254	117,091

Tabel 1 Penduduk Indonesia Menurut Agama

Sumber: Badan Pusat Statistik,

Tidak hanya itu, Bank Syariah Mandiri juga berhasil meraih tiga kategori Bank Syariah terbaik dalam Top Digital Awards di tahun 2020, menjadi bank syariah terbaik pada Anugerah Syariah Republika, mendapatkan Apresiasi Pendidikan Vokasi Kepada Dunia Usaha dan Dunia Industri, memperoleh penghargaan untuk Most Trusted Company Based on Corporate Governance Perception Index (CGPI), Mitra Distribusi Dengan Kinerja Terbaik Tahun 2020, dan berbagai penghargaan lainnya.⁶

Proses untuk mendapatkan berbagai macam penghargaan tersebut tentu didasari dengan strategi, dan strategi itu tidak cukup diterapkan di pusat juga tetapi diseluruh cabang pembantu Bank Syariah Mandiri. Untuk itu setiap cabang pembantu pasti diberikan target untuk mencapai tujuan atau target tersebut tentu diperlukan berbagai macam strategi, dimana salah satunya adalah strategi *sustainable competitive advantage*. Pada setiap strategi yang disusun untuk perbankan atau perusahaan besar bersifat terpusat namun peranan dari kantor cabang tidak bisa terlepas begitu saja dari keberhasilan penerapan setiap strategi sebab kesuksesan penerapan strategi di sebuah kantor cabang seperti Bank Syariah Mandiri juga menjadi indikator penting untuk memberikan keberhasilan penerapan strategi ditingkat pusat, dimana hal yang paling utama adalah ada pada system manajemen dan pemilihan sumber daya manusia dengan kinerja yang berbeda-beda di setiap cabang sehingga menimbulkan penerapan

⁶ Website Resmi Bank Syariah Mandiri, *Penghargaan Bank Syariah Mandiri*, Diakses di <https://www.mandirisyariah.co.id/tentang-kami/penghargaan>, Pada 13 Februari 2021, Pukul 21:04 WIB.

strategi tersebut mengalami perbedaan di setiap cabang Bank Syariah Mandiri. Sehingga setiap kantor cabang tentu memiliki metode tersendiri di dalam pencapaian keberhasilan strategi yang diberikan oleh pusat. Namun untuk setiap strategi yang dilakukan terpusat menjadi satu kesatuan.

Dan alasan peneliti melakukan analisis penerapan strategi *sustainable competitive advantage* pada produk *e-money* di Bank Syariah Mandiri adalah karena sekarang ini teknologi dan informasi sedang mengalami perkembangan yang secara terus menerus atau cukup pesat pada bermacam-macam bidang. Seperti pemakaian media internet dalam instrument keuangan, dimana system pembayaran saat ini telah mengalami revolusi atau perubahan dari pembayaran yang dilakukan secara tunai atau *cash* menjadi pembayaran yang dilakukan secara non-tunai atau *cashless*, yang disebut dengan era *cashless society*.⁷

Ditambah dengan keadaan negara Indonesia yang masih dalam selimut pandemic covid-19, sehingga banyak masyarakat yang menjaga dirinya dengan selalu mencuci tangan, menjaga jarak, memakai masker dan menghindari terlalu sering memegang uang sebab besar potensi penularan virus covid-19 melalui uang, sehingga beberapa nasabah memilih menggunakan uang digital, hal tersebut dibuktikan dengan pemakaian uang digital yang secara terus menerus meningkat seperti data yang terdapat pada diagram batang sebelumnya. Dan contoh realnya ada pada pembelian tiket kapal dari pelabuhan perak Surabaya ke pelabuhan

⁷ Ida Ayu Kade Rachmawati K, Hestin Mutmainah, Rosita, dan Heri Susanto, *Minat Penggunaan E-Money Syariah Di Kalangan Mahasiswa*, Jurnal Visi Manajemen, Volume. 5 Nomor. 3, 2020, 848.

ujung Madura atau sebaliknya yang harus menggunakan *e-toll* atau *e-money*. Dan ditekankan bahwa dalam penelitian ini melihat penerapan strategi *sustainable competitive advantage* pada produk *BSM E-Money* di Bank Syariah Mandiri bukan pada proses penyusunan atau pembuatan strategi tersebut yang memang berasal dari pusat.

Dengan perkembangan teknologi dan informasi yang mengalami peningkatan dengan sedemikian rupa tentu membuat pola konsumsi para nasabah dalam perbankan berubah, banyaknya *online shop* dan munculnya beberapa perusahaan uang digital membuat dunia perbankan juga memberikan inovasi untuk menyediakan fitur atau layanan uang elektronik kepada nasabahnya, uang elektronik tersebut sering kali disebut dengan sebutan *e-money*.

E-money merupakan sebuah kartu prabayar dengan basis *smart card* yang diterbitkan oleh sebuah Bank, termasuk Bank Syariah Mandiri, yang mana *e-money* ini memiliki manfaat yaitu mudah untuk digunakan dan praktis di dalam melakukan berbagai macam transaksi dalam kehidupan sehari-hari seperti ketika berbelanja atau ketika melakukan perjalanan dengan menggunakan fasilitas jalan tol. Sehingga para nasabah tidak perlu lagi membawa uang tunai serta direpotkan oleh uang kembalian.

Dari uraian yang telah dijabarkan di atas membuat penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hal yang berkaitan erat dengan penerapan strategi bersaing berkelanjutan yang diterapkan atau

diimplementasikan dalam Bank Syariah Mandiri pada produk uang elektronik atau *e-money* yang memiliki nama BSM *E-Money*. Sehingga penulis mengajukan penelitian tugas akhir ini dengan judul “Implementasi *Strategi Sustainable Competitive Advantage* (SCA) Pada Produk BSM *E-Money* Menuju Era *Cashless Society* di Bank Syariah Mandiri”

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas maka penulis merumuskan permasalahan yang akan dibahas di dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut ini:

1. Bagaimana penerapan strategi *sustainable competitive advantage* (SCA) pada produk BSM *e-money* menuju era *cashless society* di Bank Syariah Mandiri?
2. Apakah penerapan strategi *sustainable competitive advantage* (SCA) pada produk BSM *e-money* di Bank Syariah Mandiri sudah sesuai dengan prinsip syariah islam?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas yang telah penulis susun maka tujuan dan kegunaan di dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang terdapat di dalam sebuah penelitian pada dasarnya adalah sebagai sebuah harapan yang ingin dicapai atau diwujudkan serta bisa dijadikan sebuah arahan atas aktivitas-aktivitas apa yang dilakukan proses berlangsungnya penelitian, adapun tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

- a. Untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi *sustainable competitive advantage* (SCA) pada produk *e-money* di Bank Syariah Mandiri.
- b. Untuk mengetahui apakah penerapan strategi penerapan strategi *sustainable competitive advantage* (SCA) pada produk *e-money* di Bank Syariah Mandiri sudah sesuai dengan prinsip syariah islam.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang dapat diambil di dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

- a. Bagi Perbankan Syariah

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan oleh para lembaga perbankan syariah untuk menjadi sebuah pertimbangan di dalam melakukan penyusunan strategi keunggulan di dalam bersaing untuk tetap bisa meningkatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif perbankan dalam produk *e-money* yang merupakan

produk terbaru dan banyak peminatnya, serta untuk memberikan sebuah dukungan pada strategi pengembangan terhadap kinerja perbankan syariah pada masa yang akan datang. Dan dengan penelitian ini perbankan diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan.

b. Bagi Pembaca Atau Dunia Akademisi

Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan di bidang perbankan, yang khususnya pada dunia perbankan syariah dalam hal penerapan strategi *sustainable competitive advantage* (SCA) pada produk *e-money* di perbankan syariah, khususnya di Bank Syariah Mandiri .

D. Kajian Pustaka

Penyusunan penelitian ini akan diambil dari data primer dan sekunder, untuk data sekunder penulis mengambil dari beberapa referensi seperti buku, jurnal dan literature yang lainnya. Salah satunya adalah dari jurnal penelitian terdahulu yang topik pembahasannya masih berhubungan dengan penerapan strategi *sustainable competitive advantage*. Berikut ini adalah referensi-referensi penelitian terdahulu yang digunakan di dalam penyusunan penelitian ini:

1. Ahmad Rizki Sridadi, “*Kajian Atas Konsep Sustainable Competitive Advantage Dari Nicole P. Hoffman dan Pengembangannya*”, Jurnal NeO-Bis, Volume 8 Nomor. 1, 2014.

Jurnal tersebut bertujuan untuk menjelaskan definisi, sumber serta kontribusi dari keunggulan kompetitif secara berkelanjutan atau SCA. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode *literature*. Hasil dari penelitian tersebut adalah usaha perusahaan agar dapat bertahan secara jangka panjang serta berkembang untuk menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan yang bertahan lebih lama maka perusahaan memerlukan manajemen sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dan untuk definisinya perlu dilakukan pengembangan yang sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini.⁸

Persamaan dalam penelitian ini adalah pembahasan definisi dari keunggulan kompetitif berkelanjutan, untuk perbedaannya di dalam penelitian yang dilakukan Ahmad adalah lebih focus terhadap kontribusi yang diberikan oleh *Strategi Competitive Advantage*, sedangkan dalam penelitian ini lebih focus pada penerapan strategi SCA di Bank Syariah Mandiri pada produk *e-money*. Dimana analisis terfokus pada bagaimana strategi tersebut diterapkan tidak hanya terfokus pada manfaatnya.

⁸ Ahmad Rizki Sridadi, *Kajian Atas Konsep “Sustainable Competitive Advantage” Dari Nicole P. Hoffman dan Pengembangannya*, Jurnal NeO-Bis, Volume 8 Nomor. 1, 2014.

2. Riyandi Nur Sumawidjaja, “*Strategi PT. Astra Honda Motor Dalam Mempertahankan Keunggulan Kompetitif Secara Berkelanjutan*”, Jurnal Indonesia Membangun, Volume. 16 Nomor. 2, 2017.

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui mengenai kekuatan atau kelemahan di dalam perusahaan Astra Honda Motor, untuk mengetahui ancaman dan peluang yang terdapat di luar perusahaan Astra Honda Motor, dan untuk mengetahui apa dan bagaimana penerapan strategi yang digunakan oleh Astra Honda Motor. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode kuantitatif.

Hasil dari penelitian tersebut adalah kekuatan dari Astra Honda Motor adalah dari brandnya, kemudian untuk kelemahannya harga jual produknya relative tinggi, kemudian untuk peluang diantaranya adalah pertumbuhan perekonomian yang pesat, padatnya penduduk, tingginya tingkat kepercayaan dari konsumen dan lain sebagainya, berikutnya adalah tantangan yang didapatkan adalah krisis pada perekonomian, fluktuasi nilai tukar mata uang, adanya persaingan yang ketat dan lain sebagainya. Selanjutnya strategi *sustainable competitive advantage* yang digunakan oleh perusahaan Astra Honda Motor adalah *positioning strategy*, *distribution strategy*, dan *pricing strategy*.⁹ Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah pada metode penelitian, dimana Riyandi menggunakan kuantitatif

⁹ Riyandi Nur Sumawidjaja, *Strategi PT. Astra Honda Motor Dalam Mempertahankan Keunggulan Kompetitif Secara Berkelanjutan*, Jurnal Indonesia Membangun, Vol. 16 No. 2, 2017.

sedangkan dalam penyusunan penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

3. Bunga Anisa Harared dan Yan Rahadian, "*Strategi Keberlanjutan (Sustainability) Pada Rumah Sakit Khusus Mata X*", Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, Volume 7 Nomor 2, 2019.

Penelitian tersebut memiliki tujuan untuk memberikan deskripsi berupa proses dalam menyusun strategi keberlanjutan di Rumah Sakit Khusus Mata X, metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif yang menggunakan studi kasus, dimana data yang digunakan adalah data primer, teori yang digunakan pada penelitian tersebut merupakan teori pemangku kepentingan dan kerangka strategi CSR. Hasil dari penelitian tersebut merupakan dalam proses menyusun strategi berkelanjutan Rumah Sakit Khusus Mata X melakukan empat tahap yakni pertama identifikasi yang memiliki dampak sosial dan lingkungan, mengelompokkan dampak pada isu sosial untuk diselesaikan dan menyusun perencanaan agenda CSR dari rumah sakit yang bersifat responsive serta strategis dan juga mampu menciptakan proposisi nilai pada rumah sakit yang berkaitan dengan aspek berkelanjutan.¹⁰

Perbedaan yang ada diantara penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Bunga dan Yan adalah pada

¹⁰ Bunga Anisa Harared dan Yan Rahadian, *Strategi Keberlanjutan (Sustainability) Pada Rumah Sakit Khusus Mata X*, Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, Volume 7 Nomor 2, 2019.

objek penelitian dimana penelitian ini akan dilaksanakan di sector perbankan pada produk spesifik yakni *e-money* sedangkan penelitian Bunga dan Yan dilaksanakan pada sector kesehatan yakni rumah sakit khusus mata.

4. Aridha Prasetya, "*Implementasi "Sustainable Competitive Advantage (SCA) Pada Perguruan Tinggi Swasta (PTS)"*", Jurnal Management and Accounting, Th. V Nomor. 8, 2008.

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengertian dari *sustainable competitive advantage* dan penerapan strategi *sustainable competitive advantage* (SCA) di lingkungan pendidikan yakni perguruan tinggi. Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif. Hasil penelitian adalah strategi *sustainable competitive advantage* di perguruan tinggi swasta adalah mengorientasikan terhadap *customer*, berasing dengan fair, memegang teguh aturan dalam sosial pendidikan, bertanggung jawab terhadap kualitas alumninya, melakukan penerapan strategi yang dinamis dan adaptive serta relevan terhadap lingkungan sekitar yang seringkali berubah-ubah, secara aktif menyelenggarakan perilaku memperbaiki baik yang dilakukan pada bagian operasional, korporat atau strategi.¹¹

Persamaan yang terdapat di penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan Aridha adalah pembahasan pengertian dari Strategi

¹¹ Aridha Prasetya, *Implementasi "Sustainable Competitive Advantage (SCA) Pada Perguruan Tinggi Swasta (PTS)"*, Jurnal Management and Accounting, Th. V Nomor. 8, 2008.

Sustainable Competitive Advantage. Perbedaan yang ada diantara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Aridha adalah objek penelitian dimana penelitian penulis akan dilaksanakan di sector perbankan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Aridha berada di sector pendidikan.

5. Kristine Butarbutar, Dodie Tricahyono, dan Trijatmiko, “*Analisis Perumusan Strategi Bersaing Telkomsel Regional Jawa Barat Menggunakan Konsep ‘Resource-Based View Of The Firm’ Dengan Kerangka VRIO*”, Jurnal Of Accounting And Business Studies, Volume. 1 Nomor. 2, 2017.

Dalam penelitian tersebut memiliki tujuan untuk mengidentifikasi serta memberikan nilai terhadap sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki oleh perusahaan yang mempunyai potensi untuk menciptakan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan dengan cara melakukan analisis *resource based view* dan menciptakan alternative strategi untuk melakukan eksploitasi terhadap sumber daya dan juga kapabilitas itu agar mewujudkan keunggulan kompetitif untuk perusahaan. Metode yang dipakai di dalam penyusunan penelitian tersebut adalah metode kualitatif. Untuk hasil dari penelitian ini menyatakan jika sebuah perusahaan mempunyai sumber daya serta kapabilitas akan bisa mengeluarkan atau menunjukkan potensi keunggulan kompetitif dan sumber daya penyedia pelayanan sehingga

bisa mencapai *sustainable competitive advantage*, dimana ada sebelas sumber daya dan empat kapabilitas yang terdapat pada perusahaan Telkomsel.¹²

Perbedaannya adalah terdapat pada objek penelitian yang digunakan dalam penyusunan penelitian, dimana penelitian ini terdapat di sector perbankan yang spesifik atau terfokus pada produk *e-money* yang terdapat di Bank Syariah Mandiri sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kristine dilakukan pada sektor perusahaan yaitu perusahaan besar Telkomsel dan dilakukan pada keseluruhan produknya tidak pada salah satu produknya. Sehingga ruang lingkupnya secara keseluruhan tidak spesifik seperti pada penelitian ini.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk sistematika pembahasan dalam penelitian ini dimulai dari BAB I yaitu pendahuluan sampai dengan BAB V Penutup. Berikut ini merupakan sedikit uraian mengenai sistematika pembahasan yang terdapat di dalam penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN	Pada bab ini terdapat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.
------------------------------------	---

¹² Kristine Butarbutar, Dodie Tricahyono, dan Trijatmiko, *Analisis Perumusan Strategi Bersaing Telkomsel Regional Jawa Barat Menggunakan Konsep 'Resource-Based View Of The Firm' Dengan Kerangka VRIO*, Jurnal Of Accounting And Business Studies, Volume. 1 Nomor. 2, 2017.

BAB II LANDASAN TEORI	Pada bab ini terdapat materi tentang pengertian <i>sustainable competitive advantage</i> , teori <i>sustainable competitive advantage</i> , pengertian <i>e-money</i> , pengertian <i>cashless society</i> , pengertian strategi, dan berbagai macam teori lainnya yang masih berkaitan dengan SCA.
BAB III METODE PENELITIAN	Pada bab ini terdapat jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, teknik pengolahan data dan teknik analisis data.
BAB IV HASIL PENELITIAN	Pada bab ini terdapat hasil dari proses analisis penerapan atau implementasi strategi <i>sustainable competitive advantage</i> pada produk <i>e-money</i> di Bank Syariah Mandiri
BAB V PENUTUP	Pada bab ini terdapat kesimpulan dan saran.

Tabel 2 Sistematika Pembahasan Penelitian

Sumber: Data Olahan Sendiri