

STRATEGI BANK SYARIAH DALAM PENGHIMPUNAN DANA PIHAK KETIGA (DPK) DI ERA DISRUPSI DIGITAL (STUDI KASUS: PT. BANK SUMUT KCP SYARIAH PANYABUNGAN)

Islamic Bank Strategy for Mobilizing Third-Party Funds (DPK) in the Digital Disruption Era (Case Study: PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan)

Salsabila Sandioriva & Septria Susanti

UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

salsabilasandiorivanst05@gmail.com; septriasusanti@uinbukittinggi.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Jun 12, 2026	Jul 10, 2026	Jul 22, 2026	Jul 27, 2026

Abstract

Although digital transformation and the development of Islamic banking services have been widely studied, research specifically analyzing third-party fund (TPF) mobilization strategies at Islamic bank sub-branch offices in regional areas remains limited. This study aimed to analyze the strategies employed by PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan to mobilize TPF in the era of digital disruption and identify the factors influencing the success of these strategies. The study employed a qualitative approach with a case study design. Informants were selected through purposive sampling and consisted of the head of the sub-branch office, customer service officers, customers, and community members associated with Islamic banking services. Data were collected through observation, semistructured interviews, and documentation and were subsequently analyzed using the interactive analysis model of Miles, Huberman, and Saldaña, which comprises data condensation, data display, and conclusion drawing and verification. The results showed

that the TPF mobilization strategies were implemented through the optimization of fund mobilization products, improvement of service quality, direct promotion, utilization of mobile banking services, and strengthening of relationship marketing. The SWOT analysis results showed that the Strength–Opportunity (SO) strategy was the most appropriate alternative for increasing TPF mobilization by leveraging the bank’s internal strengths and external opportunities. This study emphasizes that successful TPF mobilization in the era of digital disruption requires the integration of digital transformation, service quality, relationship-based marketing, and Islamic financial literacy. The findings contribute to the development of studies on Islamic banking strategies and provide practical implications for Islamic banks in formulating more effective public fund mobilization strategies that are adaptive to developments in digital technology.

Keywords: Third-Party Funds; Digital Disruption; Islamic Banking; Fund Mobilization Strategy; SWOT Analysis

Abstrak: Meskipun transformasi digital dan pengembangan layanan perbankan syariah telah banyak dikaji, penelitian yang secara khusus menganalisis strategi penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) pada kantor cabang pembantu bank syariah di daerah masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan dalam menghimpun DPK pada era disrupsi digital serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Informan dipilih melalui teknik *purposive sampling* yang terdiri atas kepala kantor cabang pembantu, petugas layanan nasabah, nasabah, dan masyarakat yang memiliki keterkaitan dengan layanan perbankan syariah. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara semiterstruktur, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penghimpunan DPK dilaksanakan melalui optimalisasi produk penghimpunan dana, peningkatan kualitas pelayanan, promosi langsung, pemanfaatan layanan perbankan seluler, dan penguatan *relationship marketing*. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi *Strength–Opportunity* (SO) merupakan alternatif yang paling tepat untuk meningkatkan penghimpunan DPK dengan memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal bank. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan penghimpunan DPK pada era disrupsi digital memerlukan integrasi antara transformasi digital, kualitas pelayanan, pemasaran berbasis hubungan, dan literasi keuangan syariah. Temuan penelitian berkontribusi terhadap pengembangan kajian strategi perbankan syariah serta memberikan implikasi praktis bagi perbankan syariah dalam merumuskan strategi penghimpunan dana masyarakat yang lebih efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

Kata Kunci: Dana Pihak Ketiga; Disrupsi Digital; Perbankan Syariah; Strategi Penghimpunan Dana; Analisis SWOT

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk industri perbankan. Kemajuan *artificial intelligence (AI)*, *financial technology (fintech)*, *big data*, serta layanan *mobile banking* mendorong lembaga keuangan

untuk melakukan transformasi digital guna meningkatkan efisiensi operasional, kualitas pelayanan, dan daya saing. Bagi perbankan syariah, transformasi digital tidak hanya menjadi tuntutan perkembangan teknologi, tetapi juga merupakan strategi untuk memperluas akses layanan keuangan syariah, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta memperkuat pengumpulan Dana Pihak Ketiga (DPK) sebagai sumber utama pembiayaan kegiatan operasional bank (Ozili, 2023; Shaikh et al., 2020). Namun demikian, perkembangan teknologi belum sepenuhnya diikuti oleh meningkatnya pengumpulan dana masyarakat, khususnya pada bank syariah di daerah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi belum secara otomatis mampu meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan produk dan layanan perbankan syariah.

Berdasarkan hasil penelitian pada PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan, pengumpulan Dana Pihak Ketiga (DPK) mengalami fluktuasi dan belum mencapai target pada periode 2023-2025. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh rendahnya literasi keuangan syariah masyarakat, kecenderungan masyarakat menyimpan aset dalam bentuk emas, serta belum optimalnya pemanfaatan layanan *mobile banking*. Selain itu, sebagian masyarakat masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai karakteristik dan keunggulan produk perbankan syariah sehingga pemanfaatan layanan digital belum berjalan secara maksimal. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pengumpulan DPK tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh strategi bank dalam membangun kepercayaan, meningkatkan kualitas pelayanan, dan memperkuat edukasi kepada masyarakat.

Menurut pandangan peneliti, strategi pengumpulan DPK pada era disrupsi digital harus dilakukan secara komprehensif melalui integrasi inovasi digital, peningkatan kualitas pelayanan, serta penguatan literasi keuangan syariah. *Resource Based View Theory* menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif organisasi diperoleh melalui pengelolaan sumber daya yang dimiliki, termasuk kemampuan teknologi, inovasi layanan, serta kualitas sumber daya manusia yang sulit ditiru oleh pesaing (Barney, 1991). Dalam konteks perbankan syariah, pemanfaatan teknologi digital harus tetap berlandaskan prinsip-prinsip syariah sehingga mampu meningkatkan kepercayaan nasabah sekaligus menciptakan nilai tambah bagi lembaga. Dengan demikian, strategi pengumpulan DPK tidak cukup hanya melalui digitalisasi layanan, tetapi juga harus didukung oleh edukasi masyarakat dan penguatan hubungan dengan nasabah.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa transformasi digital memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan efisiensi operasional dan daya saing perbankan syariah

(Shaikh et al., 2020). Penelitian lain menemukan bahwa tingkat literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah (Antara et al., 2017), sedangkan Ozili (2023) menjelaskan bahwa digitalisasi keuangan mampu memperluas inklusi keuangan apabila didukung oleh tingkat kepercayaan masyarakat yang tinggi. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih berfokus pada aspek digitalisasi atau literasi keuangan secara terpisah dan belum mengkaji secara komprehensif strategi penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) pada bank syariah di tingkat kantor cabang pembantu yang menghadapi karakteristik masyarakat lokal serta tantangan disrupsi digital. Oleh karena itu, masih terdapat *research gap* mengenai bagaimana strategi penghimpunan DPK dapat dioptimalkan melalui kombinasi digitalisasi layanan, peningkatan literasi keuangan syariah, dan pendekatan pemasaran yang sesuai dengan karakteristik masyarakat.

Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis strategi penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) yang diterapkan oleh PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan dengan mengintegrasikan aspek transformasi digital, literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan, serta perilaku masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan konsep strategi dan *Resource-Based View Theory* sebagai landasan untuk menjelaskan bagaimana pemanfaatan sumber daya internal, khususnya inovasi layanan digital, dapat mendukung peningkatan penghimpunan DPK di tengah perubahan perilaku masyarakat pada era disrupsi digital. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian strategi perbankan syariah sekaligus menjadi masukan praktis bagi lembaga perbankan syariah dalam menyusun strategi penghimpunan dana yang lebih efektif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan dalam menghimpun Dana Pihak Ketiga (DPK) di era disrupsi digital serta menganalisis berbagai upaya yang dilakukan dalam meningkatkan literasi dan minat masyarakat terhadap layanan keuangan syariah sehingga penghimpunan DPK dapat meningkat secara berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus (*case study*). Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan memahami secara mendalam strategi yang diterapkan PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan dalam menghimpun Dana Pihak

Ketiga (DPK) di era disrupsi digital. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengeksplorasi pengalaman, kebijakan, dan praktik yang diterapkan oleh bank dalam menghadapi perubahan teknologi serta meningkatkan minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti dalam konteks alamiah (*natural setting*) (Creswell & Poth, 2018; Yin, 2018).

Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus deskriptif, yaitu rancangan penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara mendalam suatu fenomena pada lokasi tertentu. Penelitian difokuskan pada PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan sebagai objek penelitian karena bank tersebut mengalami tantangan dalam penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) di tengah perkembangan layanan perbankan digital. Melalui desain ini, peneliti dapat menganalisis strategi penghimpunan DPK, implementasi layanan digital, serta berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pencapaian target penghimpunan dana.

Partisipan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung terhadap fenomena yang diteliti (Palinkas et al., 2015). Informan terdiri atas Kepala Kantor Cabang Pembantu PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan, *Customer Service*, beberapa nasabah, serta masyarakat Panyabungan yang dianggap mengetahui perkembangan layanan perbankan syariah dan pemanfaatan *mobile banking*. Pengambilan informan dilakukan hingga mencapai *data saturation*, yaitu kondisi ketika informasi yang diperoleh telah berulang dan tidak ditemukan data baru yang signifikan (Saunders et al., 2018).

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti (*human instrument*) yang berperan secara langsung dalam seluruh proses penelitian (Creswell & Poth, 2018). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati aktivitas pelayanan dan strategi penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK). Wawancara dilakukan menggunakan pedoman wawancara kepada Kepala Kantor Cabang, *Customer Service*, nasabah, dan masyarakat untuk memperoleh informasi secara mendalam mengenai strategi penghimpunan dana, tingkat literasi keuangan syariah, serta pemanfaatan layanan digital. Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pendukung berupa laporan RKAT, data realisasi Dana Pihak Ketiga (DPK), dokumen perusahaan, dan arsip lain yang relevan dengan penelitian. Penggunaan beberapa teknik pengumpulan data

tersebut bertujuan meningkatkan kredibilitas hasil penelitian melalui *triangulation* sumber dan teknik (Lincoln & Guba, 1985).

Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2020) yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (*conclusion drawing and verification*). Reduksi data dilakukan dengan memilih dan mengelompokkan informasi sesuai fokus penelitian. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk narasi sehingga memudahkan peneliti menemukan pola hubungan antar temuan. Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan yang terus diverifikasi melalui proses *member checking* dan *triangulation* agar hasil penelitian memiliki tingkat kredibilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas yang tinggi (Lincoln & Guba, 1985; Miles et al., 2020).

HASIL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) di PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan dilaksanakan melalui lima strategi utama, yaitu optimalisasi produk penghimpunan dana, peningkatan kualitas pelayanan, promosi secara langsung dan melalui media sosial, pemanfaatan layanan *mobile banking*, serta menjaga hubungan baik dengan nasabah (*relationship marketing*). Strategi tersebut diterapkan sebagai upaya meningkatkan penghimpunan DPK di tengah perubahan perilaku masyarakat pada era disrupsi digital.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, bank telah menyediakan berbagai fasilitas layanan digital untuk memudahkan transaksi nasabah. Namun, implementasi digitalisasi belum sepenuhnya menjadi strategi utama karena promosi secara langsung (*personal selling*) masih lebih dominan dalam menarik minat masyarakat. Kondisi ini disebabkan karakteristik masyarakat Panyabungan yang cenderung lebih mudah menerima informasi melalui komunikasi tatap muka dibandingkan media digital.

Selain menerapkan strategi penghimpunan dana, PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan juga melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan literasi dan minat masyarakat terhadap keuangan syariah melalui kegiatan edukasi dan sosialisasi secara langsung. Kegiatan tersebut dilakukan dengan memberikan pemahaman mengenai prinsip-prinsip syariah, produk penghimpunan dana, sistem bagi hasil, serta manfaat penggunaan layanan perbankan syariah kepada masyarakat dan calon nasabah.

Tabel 1. Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) di PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan

No	Strategi	Bentuk Implementasi
1	Optimalisasi produk penghimpunan dana	Pengembangan produk tabungan dan deposito syariah
2	Peningkatan kualitas pelayanan	Pelayanan cepat, ramah, dan responsif kepada nasabah
3	Promosi	Promosi langsung (personal selling), media sosial, dan kegiatan sosialisasi
4	Digitalisasi layanan	Pemanfaatan mobile banking untuk transaksi dan pelayanan
5	Hubungan dengan nasabah	Menjaga komunikasi dan kepercayaan nasabah (relationship marketing)

Sumber: Hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi peneliti.

Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1, strategi penghimpunan DPK tidak hanya berorientasi pada pengembangan produk, tetapi juga mengintegrasikan pelayanan, pemasaran, digitalisasi, dan pemeliharaan hubungan dengan nasabah.

Data dokumentasi mengenai target RKAT dan realisasi Dana Pihak Ketiga (DPK) menunjukkan bahwa pencapaian DPK mengalami perubahan selama periode 2021-2025. Pada tahun 2021 dan 2022 realisasi DPK mampu melampaui target RKAT, sedangkan pada periode 2023-2025 realisasi DPK berada di bawah target yang telah ditetapkan. Selisih antara target dan realisasi berkisar antara Rp5,87 miliar hingga Rp7,27 miliar setiap tahun.

Tabel 2. Target RKAT dan Realisasi Dana Pihak Ketiga (DPK)

Tahun	Target RKAT	Realisasi DPK	Selisih
2021	Rp22.378.683.166	Rp23.947.591.547	+Rp1.568.908.581
2022	Rp25.941.708.537	Rp26.002.044.762	+Rp60.336.225
2023	Rp36.863.429.573	Rp30.644.891.973	-Rp6.218.537.600
2024	Rp40.709.446.640	Rp34.839.539.019	-Rp5.869.907.621
2025	Rp42.475.124.622	Rp35.203.172.036	-Rp7.271.952.586

Sumber: PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan, diolah peneliti (2025).

Tabel 2 menunjukkan bahwa terjadi penurunan pencapaian target DPK sejak tahun 2023 hingga 2025. Data tersebut menjadi salah satu dasar dilaksanakannya evaluasi terhadap strategi penghimpunan dana yang diterapkan oleh bank.

Hasil Analisis SWOT

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa nilai kombinasi strategi Strength-Opportunity (SO) memperoleh skor tertinggi dibandingkan alternatif strategi lainnya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kondisi internal bank relatif kuat dan mampu memanfaatkan peluang eksternal untuk meningkatkan penghimpunan DPK.

Tabel 3. Ringkasan Hasil Analisis SWOT

Strategi	Skor
SO (Strength-Opportunity)	4,16
WO (Weakness-Opportunity)	2,88
ST (Strength-Threat)	2,97
WT (Weakness-Threat)	1,69

Sumber: Hasil analisis SWOT peneliti.

Sebagaimana terlihat pada Tabel 3, strategi SO menjadi alternatif utama yang dipilih. Strategi tersebut diwujudkan melalui peningkatan pelayanan kepada nasabah, optimalisasi layanan *mobile banking*, pemanfaatan lokasi kantor yang strategis, serta penguatan kerja sama dengan pemerintah daerah dalam kegiatan sosialisasi keuangan syariah.

Meskipun bank telah mengembangkan layanan digital sebagai bagian dari strategi penghimpunan DPK, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan layanan tersebut belum optimal. Sebagian besar masyarakat belum menggunakan *mobile banking* secara aktif karena layanan tersebut belum diwajibkan bagi seluruh nasabah. Selain itu, tingkat literasi keuangan syariah masyarakat masih rendah; sebagian besar masyarakat hanya memahami bahwa bank syariah tidak menggunakan bunga, sedangkan pemahaman mengenai akad, sistem bagi hasil, dan produk penghimpunan dana masih terbatas. Temuan lain menunjukkan adanya kecenderungan sebagian masyarakat lebih memilih menyimpan dana dalam bentuk emas dibandingkan menabung di bank syariah. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor yang memengaruhi belum tercapainya target penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) selama tiga tahun terakhir.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) di PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan dilakukan melalui kombinasi pengembangan produk penghimpunan dana, peningkatan kualitas pelayanan, promosi secara langsung, pemanfaatan layanan *mobile banking*, serta penguatan hubungan dengan nasabah (*relationship marketing*). Strategi tersebut menjadi upaya bank dalam mempertahankan pertumbuhan DPK di tengah perubahan perilaku masyarakat akibat perkembangan teknologi digital. Meskipun bank telah mengimplementasikan berbagai inovasi layanan digital, hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan secara langsung (*personal selling*) masih menjadi strategi yang paling efektif dalam menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk

perbankan syariah. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital belum sepenuhnya menggantikan pentingnya interaksi personal, terutama pada masyarakat yang tingkat literasi keuangan syariahnya masih relatif rendah.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa belum tercapainya target penghimpunan DPK pada periode 2023-2025 dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain rendahnya literasi keuangan syariah masyarakat, kecenderungan masyarakat menyimpan dana dalam bentuk emas, serta belum optimalnya pemanfaatan layanan *mobile banking*. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa keberhasilan penghimpunan dana tidak hanya ditentukan oleh inovasi teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk perbankan syariah dan tingkat kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk mengidentifikasi strategi penghimpunan DPK di era disrupsi digital menunjukkan bahwa strategi digital perlu didukung oleh edukasi masyarakat dan peningkatan kualitas pelayanan agar memberikan hasil yang optimal.

Hasil analisis SWOT memperlihatkan bahwa strategi *Strength-Opportunity* (SO) memperoleh skor tertinggi sehingga menjadi alternatif strategi yang paling sesuai diterapkan oleh PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan. Hal tersebut menunjukkan bahwa bank memiliki kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan untuk menangkap peluang eksternal melalui peningkatan kualitas pelayanan, optimalisasi layanan digital, serta perluasan kerja sama dengan berbagai pihak dalam meningkatkan literasi keuangan syariah masyarakat.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Shaikh et al. (2020) yang menyatakan bahwa digitalisasi layanan perbankan mampu meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pelayanan kepada nasabah. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada kesiapan masyarakat dalam memanfaatkan layanan digital. Dengan kata lain, teknologi menjadi faktor pendukung, sedangkan tingkat literasi dan kepercayaan masyarakat tetap menjadi faktor penentu dalam penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK).

Hasil penelitian ini juga mendukung temuan Antara et al. (2017) yang menjelaskan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan produk dan layanan perbankan syariah. Berdasarkan hasil penelitian di PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan, sebagian masyarakat masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai akad, sistem bagi hasil, dan karakteristik produk penghimpunan dana

sehingga edukasi keuangan syariah menjadi aspek yang sangat penting dalam meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah.

Di sisi lain, hasil penelitian ini memperluas temuan Ozili (2023) yang menjelaskan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan inklusi keuangan apabila didukung oleh tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan. Pada konteks penelitian ini, digitalisasi layanan belum memberikan dampak yang maksimal karena sebagian masyarakat masih lebih mengutamakan komunikasi langsung dengan pihak bank. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi digital perlu diintegrasikan dengan pendekatan sosial dan pelayanan yang bersifat personal sesuai karakteristik masyarakat setempat.

Temuan mengenai dominannya strategi *relationship marketing* juga mendukung teori *Resource Based View* yang dikemukakan Barney (1991), yaitu bahwa keunggulan kompetitif organisasi tidak hanya berasal dari teknologi, tetapi juga dari kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, termasuk kualitas sumber daya manusia, pelayanan, dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dalam konteks PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan, hubungan baik antara pegawai dan nasabah menjadi salah satu aset penting dalam mempertahankan loyalitas nasabah dan meningkatkan penghimpunan DPK.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat konsep *Resource Based View Theory* bahwa pemanfaatan sumber daya internal berupa inovasi layanan digital, kualitas pelayanan, dan hubungan dengan nasabah merupakan faktor strategis dalam meningkatkan daya saing perbankan syariah. Penelitian ini juga memperkaya kajian mengenai strategi penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) pada perbankan syariah di era disrupsi digital, khususnya pada tingkat kantor cabang pembantu yang masih relatif jarang diteliti.

Secara praktis, hasil penelitian memberikan rekomendasi bagi PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan untuk terus meningkatkan program edukasi literasi keuangan syariah kepada masyarakat, mengoptimalkan pemanfaatan layanan *mobile banking*, memperluas promosi digital tanpa mengabaikan pendekatan *personal selling*, serta memperkuat kualitas pelayanan kepada nasabah. Strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat sehingga penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) dapat berkembang secara berkelanjutan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi bank syariah lainnya dalam menyusun strategi penghimpunan dana yang sesuai dengan karakteristik masyarakat di daerah.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan: 1) Penelitian hanya dilakukan pada satu lokasi, yaitu PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh perbankan syariah di Indonesia yang memiliki karakteristik dan kondisi lingkungan yang berbeda; 2) Jumlah informan relatif terbatas sehingga temuan penelitian masih menggambarkan kondisi pada objek penelitian secara spesifik; 3) Penelitian lebih menitikberatkan pada pendekatan kualitatif sehingga belum mengukur secara kuantitatif pengaruh masing-masing strategi terhadap peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK).

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak kantor cabang bank syariah di berbagai wilayah, menggunakan pendekatan *mixed methods* atau kuantitatif, serta menguji pengaruh faktor-faktor seperti literasi keuangan syariah, kualitas layanan digital, kepercayaan nasabah, dan kualitas pelayanan terhadap peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK). Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi penghimpunan dana pada perbankan syariah di era disrupsi digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) di PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan pada era disrupsi digital dilaksanakan melalui optimalisasi produk penghimpunan dana, peningkatan kualitas pelayanan, promosi secara langsung (*personal selling*), pemanfaatan layanan *mobile banking*, serta penguatan hubungan dengan nasabah (*relationship marketing*). Meskipun transformasi digital telah diterapkan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan secara langsung kepada masyarakat masih menjadi strategi yang paling efektif karena tingkat literasi keuangan syariah dan pemanfaatan layanan digital belum optimal. Selain itu, hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi *Strength-Opportunity* (SO) merupakan strategi yang paling tepat diterapkan karena mampu memanfaatkan kekuatan internal bank untuk menangkap peluang eksternal dalam meningkatkan penghimpunan DPK.

Penelitian ini memberikan kontribusi secara teoretis dengan memperkuat kajian mengenai strategi penghimpunan DPK pada perbankan syariah melalui integrasi transformasi digital, kualitas pelayanan, dan literasi keuangan syariah. Secara praktis, temuan penelitian menjadi masukan bagi PT Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan dan perbankan syariah lainnya dalam menyusun strategi penghimpunan dana yang lebih adaptif melalui penguatan

edukasi masyarakat, optimalisasi layanan digital, serta peningkatan kualitas pelayanan tanpa mengabaikan pendekatan personal kepada nasabah.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada satu kantor cabang pembantu sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada seluruh perbankan syariah. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan lebih banyak bank syariah di berbagai wilayah, menggunakan pendekatan *mixed methods* atau kuantitatif, serta mengkaji pengaruh literasi keuangan syariah, kualitas layanan digital, kepercayaan nasabah, dan perilaku masyarakat terhadap peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK) sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi penghimpunan dana di era disrupsi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, M. K., & Hakim, A. (2024). Accessibility and its impact on third-party funds in Indonesian Islamic banking. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 6(2). <https://doi.org/10.22515/jfib.v6i2.4070>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE.
- Ichsan, M., Fitriyanti, F., Setiorini, K. R., & Al-Qudah, A. M. (2024). Digitalization of Islamic banking in Indonesia: Justification and compliance to Sharia principles. *Jurnal Media Hukum*, 31(2), 244–261. <https://doi.org/10.18196/jmh.v31i2.22485>
- Indiastary, D., Suprayogi, N., & Indrawan, I. W. (2020). A meta-analysis of the determinant of third-party fund on Islamic banking in Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 6(2), 175–188. <https://ejournal.unair.ac.id/JEBIS/article/view/12766>
- Indrarini, R., & Febriyanti, N. (2025). Factors affecting third-party funds in Indonesian Sharia banks: A meta-analysis. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 10(2), 182–197. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v10i2.531>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Mauluddi, H. A., & Nugraha, D. S. (2022). The effect of third-party funding and non-performing financing on the development of Islamic banking finance in Indonesia. *Indonesian Journal of Economics and Management*, 3(1), 186–195. <https://doi.org/10.35313/ijem.v3i1.4706>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE.
- Nurimani, M., Mardian, S., & Maulidha, E. (2022). Apakah Dana Pihak Ketiga dan Tatakelola yang Baik Dapat Meningkatkan Kinerja Bank Syariah dalam Perspektif Nasabah? *Al-*

- Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1), 1–11.
<https://doi.org/10.31958/ab.v2i1.5428>
- Ozili, P. K. (2023). Digital finance research and developments around the world: A literature review. *International Journal of Business Forecasting and Marketing Intelligence*, 8(1), 35–51.
<https://doi.org/10.1504/IJBFMI.2023.127698>
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed-method implementation research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 42(5), 533–544. <https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y>
- Rabbani, M. R., Khan, S., & Thalassinou, E. I. (2020). FinTech, blockchain, and Islamic finance: An extensive literature review. *International Journal of Economics and Business Administration*, 8(2), 65–86. <https://doi.org/10.35808/ijeiba/444>
- Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T., Baker, S., Waterfield, J., Bartlam, B., Burroughs, H., & Jinks, C. (2018). Saturation in qualitative research: Exploring its conceptualization and operationalization. *Quality & Quantity*, 52(4), 1893–1907.
<https://doi.org/10.1007/s11135-017-0574-8>
- Shaikh, A. A., Glavce-Geo, R., Karjalainen, H., & Islam, N. (2020). Mobile banking services and adoption: A literature review. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 329–351.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE.