

Strategi pelayanan dan teknologi informasi pada bank syariah : analisis efektivitas layanan digital banking dalam meningkatkan loyalitas nasabah bank syariah

Yusuf Ageng Ariwibowo

Program studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: 230503110023@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

bank syariah, strategi pelayanan, digital banking, teknologi informasi, loyalitas nasabah.

Keyword:

Islamic banks, service strategies, digital banking, information technology, customer loyalty.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai sektor industri, termasuk sektor perbankan syariah. Bank syariah di Indonesia kini bertransformasi menuju digitalisasi layanan untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang dinamis dan berorientasi pada kemudahan. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah penerapan digital banking, yang tidak hanya menjadi media transaksi keuangan, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah berdasarkan nilai-nilai syariah seperti kejujuran (*shidq*), keadilan (*'adl*), dan amanah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi pelayanan berbasis

teknologi informasi dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada bank syariah di Indonesia. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana penerapan layanan digital banking dapat memperkuat kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas nasabah melalui sinergi antara inovasi teknologi dan nilai-nilai syariah. Pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan studi literatur terhadap berbagai sumber, termasuk laporan tahunan bank syariah, jurnal ilmiah, dan data sekunder dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi dimensi utama dari strategi pelayanan berbasis teknologi, seperti keandalan sistem (*system reliability*), kemudahan penggunaan (*ease of use*), keamanan transaksi (*transaction security*), dan kualitas interaksi digital (*digital service quality*).

ABSTRACT

The development of information and communication technology (ICT) has significantly transformed various sectors, including Islamic banking. Islamic banks in Indonesia are increasingly adopting digital transformation to respond to the growing demands of modern customers who value convenience, transparency, and efficiency. One of the most prominent innovations is the implementation of digital banking, which serves not only as a financial transaction platform but also as a means of building long-term relationships between banks and customers, grounded in Islamic values such as honesty (*shidq*), justice (*'adl*), and trustworthiness (*amanah*). This study aims to analyze the effectiveness of service strategies based on information technology in enhancing customer loyalty in Indonesian Islamic banks. The main focus is to explore how digital banking implementation can strengthen customer trust, satisfaction, and loyalty through the synergy between technological innovation and Sharia principles. This research employs a descriptive qualitative approach through a comprehensive literature review of academic journals, annual reports from Islamic banks, and secondary data published by the Financial Services Authority (OJK). The analysis identifies several key dimensions of technology-based service strategies, including system reliability, ease of use, transaction security, and digital service quality.



Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat pada era digital telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai sektor, termasuk sektor perbankan. Dalam konteks industri keuangan syariah, kemajuan teknologi menjadi tantangan sekaligus peluang bagi bank syariah untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasarnya. Digitalisasi layanan perbankan menjadi kebutuhan mutlak seiring dengan perubahan perilaku nasabah yang semakin mengutamakan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan. Oleh karena itu, penerapan strategi pelayanan berbasis teknologi informasi menjadi aspek penting dalam menjaga eksistensi dan loyalitas nasabah terhadap bank syariah.

Bank syariah, sebagai lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, tidak hanya dituntut untuk memberikan layanan yang sesuai dengan hukum Islam, tetapi juga harus mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan zaman. Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai inovasi seperti mobile banking, internet banking, dan aplikasi digital banking syariah telah dikembangkan untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dalam mengakses layanan keuangan secara cepat dan aman. Transformasi digital ini diharapkan tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat hubungan emosional dan kepercayaan nasabah terhadap bank syariah melalui pengalaman pelayanan yang lebih baik.

Strategi pelayanan berbasis teknologi informasi memiliki peran penting dalam membangun loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah tidak hanya terbentuk melalui kualitas produk dan jasa yang ditawarkan, tetapi juga melalui pengalaman pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Dengan meningkatnya persaingan antara bank syariah dan bank konvensional, loyalitas menjadi indikator utama dalam mempertahankan keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, efektivitas layanan digital banking dalam konteks perbankan syariah perlu dianalisis secara mendalam untuk menilai sejauh mana strategi tersebut mampu meningkatkan kepuasan serta komitmen nasabah dalam menggunakan produk dan layanan bank syariah (SAMPURNA & MIRANTI, 2022).

Penelitian ini berfokus pada analisis efektivitas layanan digital banking dalam meningkatkan loyalitas nasabah bank syariah. Kajian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana strategi pelayanan dan pemanfaatan teknologi informasi berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah. Dengan memahami hubungan tersebut, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi bank syariah dalam merumuskan strategi pelayanan yang lebih inovatif dan berorientasi pada kebutuhan nasabah, tanpa mengabaikan prinsip-prinsip syariah yang menjadi landasan utama operasionalnya.

Pembahasan

Dalam menghadapi tekanan dan peluang dari transformasi digital, keuangan Islam perlu mengambil pendekatan holistik yang mencakup aspek teknis, regulasi, dan sosial. Mengintegrasikan inovasi teknologi dengan kepatuhan syariah, mendidik masyarakat,

dan berkolaborasi dengan pemangku kepentingan adalah langkah-langkah kunci untuk menjaga relevansi dan daya saing sektor keuangan Islam dalam era digital ini. Fenomena ini melibatkan perkembangan pesat dalam teknologi informasi, telekomunikasi, kecerdasan buatan, analisis data, dan berbagai inovasi teknologi lainnya (Sudarmanto, Yuliana, Wahyuni, Yusuf, & Zaki, 2024).

Strategi pelayanan di bank syariah harus merespons ekspektasi nasabah terhadap kualitas layanan kecepatan, responsif, keandalan, keamanan, dan empati sambil tetap menjaga prinsip keadilan, transparansi, dan nilai syariah. Di sisi lain, teknologi informasi menjadi sarana untuk mewujudkan strategi tersebut: melalui sistem digital banking, bank syariah dapat memperluas akses layanan tanpa batas waktu dan ruang, mengotomatisasi proses, serta menyediakan interaksi yang lebih personal dan aman. Dengan integrasi yang baik antara strategi pelayanan yang humanis dan sistem teknologi yang handal, bank syariah dapat menciptakan pengalaman nasabah yang superior.

Strategi Pelayanan Bank Syariah dalam Era Digital

Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (ESY & AISYAH, N.D.). Strategi pelayanan merupakan elemen penting dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah. Bagi bank syariah, pelayanan bukan hanya persoalan efisiensi dan kenyamanan, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai moral dan spiritual yang berlandaskan prinsip syariah. Oleh karena itu, strategi pelayanan di bank syariah memiliki dimensi yang lebih luas dibandingkan bank konvensional, karena mencakup aspek etika, kejujuran, transparansi, dan keadilan (HARON, ABDUL SUBAR, & IBRAHIM, 2020).

Dalam konteks digitalisasi, strategi pelayanan bank syariah diarahkan pada upaya memadukan kualitas layanan (*service quality*) dengan pemanfaatan teknologi modern agar mampu memberikan pengalaman yang cepat, mudah, dan aman bagi nasabah. Pendekatan yang umum digunakan mencakup penerapan model SERVQUAL dengan dimensi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Misalnya, bank syariah berupaya meningkatkan kecepatan respon layanan *customer service digital*, memperkuat keamanan data nasabah, serta menghadirkan aplikasi mobile yang mudah digunakan (Firmansyah Putri Kurnia Widiati, 2016). Selain itu, pelayanan berbasis nilai syariah tetap menjadi ciri khas utama. Setiap interaksi dengan nasabah harus berlandaskan prinsip ukhuwah, amanah, dan ihsan agar hubungan yang terjalin bukan semata hubungan bisnis, melainkan hubungan kepercayaan. Hal ini yang membedakan strategi pelayanan bank syariah dengan bank konvensional: keberhasilan tidak hanya diukur dari peningkatan transaksi, tetapi juga dari terciptanya hubungan yang penuh keberkahan dan kepercayaan jangka panjang.

Peran Teknologi Informasi dalam Digital Banking Syariah

Teknologi informasi kini menjadi tulang punggung utama operasional perbankan modern, termasuk dalam bank syariah. Melalui pengembangan digital banking, bank syariah dapat menyediakan berbagai layanan seperti mobile banking, internet banking,

dan layanan pembayaran digital yang memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi kapan pun dan di mana pun.

Pemanfaatan teknologi informasi memberikan efisiensi tinggi dalam proses transaksi, pengelolaan data, hingga pelayanan pelanggan. Selain itu, sistem digital memungkinkan adanya otomatisasi layanan yang mengurangi waktu tunggu nasabah, menekan biaya operasional, dan memperkecil risiko kesalahan manusia (*human error*). Hal ini sejalan dengan prinsip efisiensi (*al-kifayah*) yang dianjurkan dalam ekonomi Islam, yaitu memanfaatkan sumber daya secara optimal tanpa menghilangkan nilai-nilai etika (Ismulyaty, Nurmaini, & Roni, 2022). Namun, implementasi teknologi informasi dalam perbankan syariah juga menuntut perhatian terhadap aspek keamanan dan kepatuhan syariah. Keamanan data dan transaksi digital harus dijaga ketat agar kepercayaan nasabah tidak menurun. Di sisi lain, sistem digital yang digunakan harus memastikan bahwa seluruh layanan tetap sesuai dengan prinsip syariah misalnya, tidak mengandung unsur riba, *gharar*, atau *maisir*. Karena itu, bank syariah biasanya bekerja sama dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) untuk memastikan teknologi dan produk digitalnya tetap memenuhi standar kepatuhan syariah (*sharia compliance*).

Efektivitas Layanan Digital Banking dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah

Efektivitas layanan digital banking dapat diukur melalui tingkat kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah terhadap bank syariah. Loyalitas nasabah tidak hanya terbentuk dari kualitas produk, tetapi juga dari pengalaman positif selama menggunakan layanan digital yang efisien, aman, dan sesuai nilai-nilai syariah. Efektivitas layanan digital banking dapat dievaluasi melalui pengaruhnya terhadap kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah. Penelitian mengenai *e-service quality* dan *e-loyalty* pada bank syariah di Indonesia menunjukkan bahwa kualitas layanan digital (*e-service quality*) berpengaruh positif terhadap kepuasan digital (*e-satisfaction*), dan kepuasan tersebut kemudian memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas digital (*e-loyalty*) (Rezeki, Majid, & Kassim, 2023). Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi loyalitas nasabah dalam konteks digital banking meliputi kemudahan penggunaan (*ease of use*), keamanan transaksi (*security*), kecepatan layanan (*responsiveness*), serta kehandalan sistem (*reliability*). Bank syariah yang mampu memenuhi keempat aspek tersebut akan mendapatkan tingkat kepercayaan dan loyalitas nasabah yang lebih tinggi.

Sebagai contoh, nasabah yang merasa aplikasi digital banking syariah mudah digunakan dan jarang mengalami gangguan akan cenderung melakukan transaksi lebih sering dan bertahan sebagai pengguna jangka panjang. Begitu pula dengan sistem keamanan yang kuat ketika nasabah yakin bahwa data dan transaksi mereka terlindungi, mereka akan menaruh kepercayaan penuh kepada bank tersebut. Selain faktor teknis, nilai-nilai spiritual juga memiliki peran penting dalam pembentukan loyalitas di bank syariah. Layanan digital yang disertai transparansi akad, informasi pembiayaan yang jujur, serta kepastian bahwa semua transaksi bebas dari riba akan memperkuat hubungan emosional nasabah dengan bank. Loyalitas dalam konteks syariah bukan hanya kesetiaan transaksional, tetapi juga kesetiaan ideologis yang berakar dari keyakinan bahwa bank tersebut menjalankan prinsip Islam secara konsisten (Abdillah & Hasan, 2025).

Hubungan antara Strategi Pelayanan, Teknologi Informasi, dan Loyalitas Nasabah

Dari uraian sebelumnya, dapat dipahami bahwa strategi pelayanan dan teknologi informasi memiliki keterkaitan yang erat dalam membentuk loyalitas nasabah bank syariah. Strategi pelayanan yang baik tanpa dukungan teknologi modern akan kehilangan efektivitasnya di era digital, sementara teknologi canggih tanpa pelayanan yang bernilai syariah akan kehilangan sentuhan kemanusiaan dan kepercayaan. Sinergi antara keduanya menciptakan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru. Bank syariah yang berhasil menerapkan strategi pelayanan digital yang humanis, responsif, dan sesuai syariah akan mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah secara signifikan. Loyalitas ini berdampak langsung pada stabilitas dana pihak ketiga (DPK), citra positif lembaga, serta keberlanjutan jangka panjang bank syariah di tengah persaingan global yang semakin ketat. Kualitas layanan digital (digital banking services) dapat menjadi mediator antara kepatuhan syariah dan loyalitas nasabah, menunjukkan interaksi kompleks antara pelayanan, TI, dan loyalty (Fadlullah Hana & Uzha Safitri, 2025). Dengan demikian, efektivitas digital banking tidak hanya ditentukan oleh aspek teknologinya saja, tetapi juga oleh sejauh mana strategi pelayanan mampu menyesuaikan nilai-nilai syariah ke dalam setiap fitur dan interaksi digital yang diberikan kepada nasabah.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai strategi pelayanan dan teknologi informasi pada bank syariah, dapat disimpulkan bahwa perkembangan digital banking memiliki peran yang sangat signifikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah. Strategi pelayanan yang efektif tidak hanya berorientasi pada peningkatan efisiensi, tetapi juga pada penerapan nilai-nilai syariah yang menekankan aspek kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab moral. Integrasi antara nilai-nilai syariah dan teknologi modern menciptakan bentuk pelayanan yang unik dan berbeda dari bank konvensional, karena mampu menghadirkan kenyamanan sekaligus kepastian prinsip keislaman bagi nasabah. Pemanfaatan teknologi informasi dalam sistem digital banking terbukti dapat meningkatkan efisiensi, kecepatan, serta keamanan transaksi. Melalui layanan digital seperti mobile banking dan internet banking syariah, bank mampu memberikan kemudahan akses bagi nasabah untuk melakukan berbagai aktivitas keuangan kapan pun dan di mana pun. Hal ini tidak hanya memperkuat hubungan antara bank dan nasabah, tetapi juga meningkatkan tingkat kepuasan serta kepercayaan yang berujung pada loyalitas.

Efektivitas digital banking dalam meningkatkan loyalitas nasabah sangat dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu kemudahan penggunaan (ease of use), keandalan sistem (reliability), keamanan transaksi (security), dan kecepatan pelayanan (responsiveness). Namun, pada konteks bank syariah, dimensi spiritual seperti sharia compliance dan transparansi akad juga menjadi aspek yang tidak terpisahkan dalam membentuk loyalitas jangka panjang. Oleh karena itu, keberhasilan strategi pelayanan digital bank syariah tidak hanya diukur dari jumlah pengguna atau volume transaksi, tetapi juga dari

tingkat kepercayaan dan keterikatan nasabah terhadap nilai-nilai syariah yang dijalankan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi pelayanan berbasis teknologi informasi yang sejalan dengan prinsip syariah merupakan faktor kunci dalam membangun loyalitas nasabah. Kombinasi antara inovasi teknologi dan pelayanan yang bernilai spiritual menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan dan daya saing bank syariah di era digital.

Saran

1. Bagi Manajemen Bank Syariah

Bank syariah perlu terus mengembangkan strategi pelayanan digital yang berorientasi pada kepuasan nasabah tanpa mengabaikan prinsip-prinsip syariah. Peningkatan kualitas aplikasi, kemudahan akses, serta keamanan sistem harus menjadi prioritas utama agar kepercayaan nasabah tetap terjaga. Selain itu, pelatihan sumber daya manusia juga penting dilakukan agar petugas bank memahami integrasi antara teknologi dan nilai-nilai Islam dalam setiap layanan yang diberikan.

2. Bagi Pengembangan Teknologi Informasi

Penggunaan teknologi digital hendaknya tidak hanya berfokus pada kecepatan transaksi, tetapi juga pada aspek edukatif dan transparansi akad. Bank syariah disarankan untuk mengembangkan fitur yang memberikan penjelasan akad secara interaktif agar nasabah lebih memahami mekanisme transaksi yang sesuai syariah. Hal ini akan memperkuat citra bank syariah sebagai lembaga yang modern sekaligus religius.

3. Bagi Nasabah

Nasabah diharapkan dapat meningkatkan literasi digital dan literasi keuangan syariah agar dapat memanfaatkan layanan digital banking dengan optimal dan aman. Kesadaran dalam memahami prinsip syariah dan cara kerja layanan digital akan membantu terciptanya hubungan yang saling menguntungkan antara bank dan nasabah.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian berikutnya dapat mengkaji hubungan antara kepercayaan (trust), kepuasan (satisfaction), dan loyalitas (loyalty) secara lebih mendalam dengan pendekatan kuantitatif. Selain itu, perbandingan antara bank syariah dan bank konvensional dalam hal efektivitas digital banking juga menarik untuk diteliti guna memperkaya literatur manajemen strategi perbankan Islam.

Daftar Pustaka

Abdillah, Moh. R., & Hasan, I. (2025). The Influence of Digital Marketing, Online Customer Review, and Trust on Customer Decisions to Save in Islamic Banks with Savings Inclination as a Mediating Variable (A Study on Customers of Bank Syariah Indonesia in Malang City). *CASHFLOW CURRENT ADVANCED RESEARCH ON SHARIA FINANCE AND ECONOMIC WORLDWIDE*, 4(2), 150–159. <https://repository.uin-malang.ac.id/23678/>

- Esy, Z., & Aisyah, N. (n.d.). *Analisis Information System, Strategic Analysis and Evaluation* 263. <https://repository.uin-malang.ac.id/5937/7/5937.pdf>
- Fadlullah Hana, K., & Uzha Safitri, S. (2025). *THE IMPACT OF SHARIA COMPLIANCE AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY: THE MEDIATING ROLE OF DIGITAL BANKING SERVICES*. 13(1). <https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/eldinar/article/view/32470>
- Firmansyah Putri Kurnia Widiati, F. (2016). *MAKSIMALISASI NILAI PERBANKAN SYARIAH MELALUI TEKNOLOGI PELAYANAN NASABAH TERKINI* (Vol. 20). Retrieved from <https://repository.uin-malang.ac.id/1101/1/maksimalisasi.PDF>
- Haron, R., Abdul Subar, N., & Ibrahim, K. (2020). Service quality of Islamic banks: satisfaction, loyalty and the mediating role of trust. *Islamic Economic Studies*, 28(1), 3–23. <https://doi.org/10.1108/IES-12-2019-0041>
- Ismulyaty, S., Nurmaini, & Roni, M. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PENGGUNA INTERNET BANKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI KALIREJO). *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah*, 8(1), 66–75. <https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6117>
- Rezeki, M. R., Majid, M. S. Abd., & Kassim, S. H. (2023). The effect of e-service quality on e-loyalty of Islamic banking customers: Does e-satisfaction act as mediator? *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 228–245. <https://doi.org/10.20885/JEKI.vol9.iss2.art6>
- Sampurna, P. A., & Miranti, T. (2022). The Effect of Service Quality, Banking Digitalization, and Customer Relationship Management (CRM) on Customer Loyalty. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 303. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.1138>
- Sudarmanto, E., Yuliana, I., Wahyuni, N., Yusuf, S. R., & Zaki, A. (2024). Transformasi Digital dalam Keuangan Islam: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 645. <https://repository.uin-malang.ac.id/19648/2/19648.pdf>