

Strategi inovasi layanan digital bank syariah indonesia untuk meningkatkan kepuasan nasabah

Anida Salsabila Rahma

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: rahmaanidasalsabilaaa@gmail.com

Kata Kunci:

Manajemen strategi, inovasi digital, layanan perbankan syariah, kepuasan nasabah, bank syariah indonesia.

Keywords:

Customer satisfaction, digital innovation, BSI, innovative strategies, digital era.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital menuntut lembaga keuangan, termasuk Bank Syariah Indonesia (BSI), untuk berinovasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi inovasi layanan digital yang diterapkan BSI dalam meningkatkan kepuasan nasabah di era digital. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur dari berbagai sumber ilmiah. Hasil kajian menunjukkan bahwa inovasi layanan seperti pengembangan aplikasi BSI Mobile, sistem keamanan transaksi digital, dan peningkatan fitur layanan berbasis syariah mampu memperkuat kepercayaan serta kenyamanan nasabah. Selain itu, strategi komunikasi digital yang responsif dan edukatif turut berperan dalam membangun citra positif bank di kalangan pengguna. Temuan ini

menegaskan bahwa keberhasilan manajemen strategi inovasi digital bergantung pada sinergi antara teknologi, nilai-nilai syariah, dan orientasi kepuasan nasabah. Dengan demikian, integrasi inovasi digital yang berlandaskan prinsip syariah menjadi faktor kunci dalam memperkuat daya saing dan keberlanjutan layanan perbankan syariah.

ABSTRACT

The rapid advancement of digital technology requires financial institutions, including Bank Syariah Indonesia (BSI), to innovate in improving service quality. This study aims to analyze the digital service innovation strategies implemented by BSI to enhance customer satisfaction in the digital era. The method used is qualitative descriptive with a literature study approach from various academic sources. The results show that innovations such as the development of the BSI Mobile application, enhanced digital transaction security systems, and the improvement of Sharia-based service features strengthen customer trust and convenience. In addition, responsive and educational digital communication strategies play an important role in building a positive image of the bank among users. These findings emphasize that the success of digital innovation management strategies depends on the synergy between technology, Sharia values, and customer satisfaction orientation. Thus, integrating digital innovation based on Sharia principles becomes a key factor in strengthening the competitiveness and sustainability of Islamic banking services.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi di era digital membawa dampak besar terhadap sektor perbankan, termasuk pada lembaga keuangan syariah. Digitalisasi mendorong bank syariah untuk berinovasi dalam menyediakan layanan yang lebih efisien, cepat, dan mudah diakses oleh nasabah. Inovasi layanan digital menjadi salah satu strategi penting bagi perbankan syariah dalam menjawab kebutuhan masyarakat



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

modern yang menuntut kemudahan transaksi tanpa harus mengabaikan nilai-nilai syariah.

Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai lembaga keuangan terbesar di sektor perbankan syariah nasional berupaya untuk terus beradaptasi terhadap perubahan perilaku nasabah di era digital. Upaya ini sejalan dengan temuan yang menunjukkan bahwa minat dan keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah turut ditentukan oleh faktor-faktor modern seperti kemudahan akses dan kepercayaan terhadap layanan digital (Tahtiar & Jaya, 2024). Melalui pengembangan layanan berbasis teknologi seperti aplikasi BSI Mobile, fitur transaksi online, dan peningkatan sistem keamanan digital, BSI berusaha menciptakan pengalaman layanan yang nyaman sekaligus aman bagi pengguna. Inovasi ini menjadi bagian dari strategi manajemen untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat loyalitas nasabah.

Namun, penerapan strategi inovasi digital juga menghadirkan tantangan tersendiri. Di antaranya adalah keterbatasan literasi digital sebagian nasabah, potensi risiko keamanan data, dan perlunya penyesuaian sistem dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, strategi inovasi digital perlu dirancang secara terarah dan berkelanjutan agar tidak hanya mampu meningkatkan efisiensi layanan, tetapi juga menjaga kepercayaan nasabah serta memperkuat posisi kompetitif bank syariah di tengah persaingan industri perbankan modern.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi inovasi layanan digital yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia dapat berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Melalui analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas penerapan manajemen strategi dalam mendukung transformasi digital pada lembaga keuangan syariah.

Metode penelitian

Dalam penulisan ini, penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode ini digunakan untuk memahami secara mendalam strategi inovasi layanan digital yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran yang lebih luas dan kontekstual mengenai fenomena yang diteliti berdasarkan data dan literatur yang relevan.

Kajian Literatur

Inovasi Layanan Digital dalam Perbankan Syariah

Inovasi layanan digital merupakan langkah strategis yang ditempuh lembaga keuangan syariah dalam menjawab tantangan transformasi teknologi dan perubahan perilaku nasabah. Digitalisasi memungkinkan bank untuk menyediakan layanan cepat, mudah, dan efisien tanpa mengabaikan nilai-nilai syariah. Menurut Hafidh (2024), inovasi teknologi dalam perbankan syariah tidak hanya berfungsi sebagai alat operasional, tetapi juga sebagai bagian dari strategi bisnis yang memperkuat daya saing lembaga di era digital. Penggunaan aplikasi seperti BSI Mobile merupakan contoh nyata penerapan

inovasi yang mendukung akses layanan keuangan yang inklusif serta meningkatkan kepuasan nasabah (Fachruddin, 2025)

Pendekatan strategis efektif pada bank harus mencakup manajemen sumber daya (human, teknologi, data), tata kelola risiko, dan mekanisme monitoring kinerja digital yaitu indikator-indikator yang mengukur engagement digital, retensi, serta kepatuhan syariah agar strategi tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga mendorong loyalitas nasabah. Studi sistematis pada transformasi digital di banking merekomendasikan integrasi semacam ini untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. (Kirana et al., 2024)

Selain itu, Frasasti (2024) menjelaskan bahwa digitalisasi juga berperan penting dalam efisiensi operasional dan manajemen risiko. Dengan mengintegrasikan sistem keamanan data dan pelayanan berbasis teknologi, bank syariah mampu menciptakan pengalaman layanan yang lebih nyaman bagi nasabah. Strategi digital yang efektif harus mencakup inovasi berkelanjutan dan respons cepat terhadap kebutuhan pengguna agar kepercayaan serta loyalitas nasabah tetap terjaga (Kirana et al., 2024)

Kepuasan Nasabah sebagai Fokus Strategi

Kepuasan nasabah menjadi indikator utama keberhasilan implementasi inovasi digital dalam perbankan. Menurut Salsabila (2024), kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas layanan, kemudahan transaksi, serta persepsi terhadap nilai syariah yang diterapkan oleh bank. Layanan yang cepat, aman, dan sesuai prinsip syariah akan meningkatkan kepercayaan dan menciptakan loyalitas jangka panjang. Selain itu, penelitian di sektor perbankan digital menunjukkan bahwa inovasi yang berorientasi pada kebutuhan pengguna lebih efektif dalam meningkatkan *customer experience* dibanding inovasi yang hanya berfokus pada teknologi semata (Harahap et al., 2023)

Keterlibatan nasabah dalam proses adopsi layanan digital juga menjadi faktor penting. Bank Syariah Indonesia, misalnya, mengembangkan sistem layanan terpadu yang memadukan aspek teknologi dengan pendekatan pelayanan Islami. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi yang berlandaskan nilai spiritual dapat menghasilkan pengalaman digital yang lebih bermakna dan meningkatkan kepuasan pengguna. Keterlibatan nasabah dalam proses adopsi layanan digital juga menjadi faktor penting. Bank Syariah Indonesia, misalnya, mengembangkan sistem layanan terpadu yang memadukan aspek teknologi dengan pendekatan pelayanan Islami. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi yang berlandaskan nilai spiritual dapat menghasilkan pengalaman digital yang lebih bermakna dan meningkatkan kepuasan pengguna. Lebih lanjut, sebuah studi pada lembaga keuangan syariah menemukan bahwa kepuasan nasabah yang dihasilkan dari kualitas layanan dan citra perusahaan yang baik tidak hanya berdampak langsung, tetapi juga menjadi mekanisme kunci yang memperkuat ikatan emosional dan pada akhirnya membangun loyalitas yang berkelanjutan (Hidayatullah & Solekah, 2024).

Integrasi Strategi Manajemen dan Nilai Syariah

Dalam perspektif manajemen strategi, inovasi digital tidak bisa dilepaskan dari nilai-nilai syariah sebagai dasar operasional bank Islam. Hafidh (2024) menekankan pentingnya keseimbangan antara efisiensi teknologi dan kepatuhan terhadap prinsip

syariah agar transformasi digital tidak mengabaikan identitas perbankan syariah. Strategi yang mengintegrasikan prinsip *maqashid syariah* dengan inovasi digital akan memperkuat kepercayaan publik dan menjaga loyalitas nasabah.

Lebih lanjut, Frasasti (2024) menyatakan bahwa tata kelola digital yang baik mencakup penguatan SDM, pengendalian risiko, serta evaluasi berkelanjutan terhadap efektivitas layanan. Dengan demikian, penerapan strategi inovasi digital diharapkan tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memperkuat reputasi bank syariah sebagai lembaga keuangan yang beretika dan berorientasi pada kepuasan nasabah (Ni, 2025)

Pembahasan

Peran Sentral Inovasi Layanan Digital BSI dalam Mencapai Efisiensi Operasional

Digitalisasi telah menjadi pendorong utama evolusi manajemen strategi di sektor perbankan syariah, di mana persaingan tidak lagi terbatas pada cabang fisik, melainkan melalui kanal-kanal digital yang kuat seperti mobile banking dan layanan fintech. Bank Syariah Indonesia (BSI) memposisikan BSI Mobile sebagai ujung tombak strategis untuk mencapai penetrasi digital yang lebih luas dan layanan terintegrasi, yang mana hal ini sangat relevan untuk menarik generasi muda dan profesional yang tech-savvy (Harahap et al., 2023)

Inovasi teknologi memiliki peran vital dalam meningkatkan efisiensi operasional BSI, salah satunya melalui otomatisasi proses yang mengurangi biaya dan meningkatkan kecepatan transaksi bagi nasabah. Penggunaan aplikasi seluler yang user-friendly dan praktis terbukti mampu meningkatkan kepuasan nasabah karena kualitas layanan elektronik (e-servqual) yang ditawarkan (Andrayani & Solekah, 2021). Selain itu, adopsi teknologi maju seperti Kecerdasan Buatan (AI) dianalisis dapat meningkatkan kinerja bank syariah dengan menyediakan solusi yang lebih responsif dan relevan bagi nasabah, meskipun tantangan keamanan siber harus diatasi (Himmah, 2024)

Integrasi Nilai Syariah dan Penguatan Tata Kelola Risiko dalam Inovasi

Strategi inovasi digital yang diterapkan BSI tidak dapat dilepaskan dari tuntutan untuk memastikan bahwa teknologi berjalan selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Digitalisasi harus secara ketat mengakomodasi kepatuhan syariah (*sharia compliance*) tanpa melanggar larangan *riba* atau *gharar*. Untuk mencapai inovasi yang efektif dan etis, kerangka Maqashid al-Syariah harus dijadikan panduan nilai, memastikan bahwa inovasi tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar tetapi juga tujuan moral dan sosial (Salsabila & Salam, 2025).

Selain kepatuhan, tantangan utama dalam transformasi digital BSI adalah isu keamanan siber dan manajemen risiko. Digitalisasi yang buruk dapat berbalik menjadi kendala dan justru mengurangi rasa percaya nasabah. Oleh karena itu, tata kelola digital yang baik mencakup penguatan sumber daya manusia (SDM), pengendalian risiko, dan evaluasi berkelanjutan terhadap efektivitas layanan, yang semuanya penting untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas (Frasasti, 2024). Hal ini menuntut kolaborasi antara

ahli teknologi dan pakar hukum syariah untuk memastikan semua produk dan layanan digital sesuai dengan ketentuan yang ada (Salsabila & Salam, 2025)

Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Jangka Panjang

Kepuasan nasabah tidak hanya menjadi tujuan akhir, tetapi juga berfungsi sebagai mekanisme perantara yang menghubungkan kualitas pelayanan dan program *customer relationship management* (CRM) dengan terbentuknya loyalitas nasabah yang kokoh. (Safitri, 2022). Penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi, kualitas layanan, dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, menegaskan pentingnya integrasi strategi pemasaran syariah dengan inovasi digital (Setyaningrat, Darajat, & Muslihat, 2024). Layanan yang cepat, aman, dan sesuai prinsip syariah akan meningkatkan kepercayaan, yang pada akhirnya menciptakan loyalitas jangka panjang (Harahap et al., 2023)

Di sisi lain, BSI juga menerapkan Strategi Digital Public Relations (PR) yang responsif dan edukatif, yang terbukti membantu memperkuat citra positif bank dan meningkatkan kepercayaan publik, khususnya pada masa krisis (Yatimi, 2025). Untuk mengoptimalkan kepuasan, BSI perlu terus meningkatkan literasi digital dan syariah kepada nasabah. Edukasi ini penting agar nasabah lebih memahami manfaat layanan digital dan merasa aman dalam bertransaksi, sehingga inovasi dapat diadopsi secara efektif oleh seluruh segmen pengguna (Pardi, 2025)

Tantangan dan Peluang BSI dalam Membangun Ekosistem Keuangan Syariah Inklusif

Transformasi digital di BSI tidak hanya tentang meningkatkan kepuasan nasabah yang sudah ada, tetapi juga tentang memperluas inklusi keuangan syariah. BSI memiliki peluang besar untuk memanfaatkan teknologi digital, seperti IoT (Internet of Things) dan Blockchain, untuk menciptakan produk dan layanan yang lebih inklusif dan sesuai dengan prinsip syariah (Pardi, 2025)

Namun, peluang ini juga diiringi tantangan, yaitu masih rendahnya literasi keuangan syariah masyarakat dan keterbatasan infrastruktur teknologi di beberapa daerah. Untuk mengatasi hal ini, BSI perlu memperkuat kolaborasi dengan perusahaan *fintech* syariah untuk memperluas jangkauan layanan dan menyediakan solusi pembiayaan mikro yang lebih mudah diakses. Strategi ini, dikombinasikan dengan pengembangan aplikasi digital yang semakin interaktif dan *user-friendly*, akan menjadi kunci bagi BSI untuk memperkuat posisinya sebagai penjaga pertumbuhan ekosistem keuangan halal nasional dan sebagai motor penggerak ekonomi syariah di Indonesia. demi mewujudkan visi Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah dunia, yang didukung oleh infrastruktur teknologi yang adaptif dan SDM yang kompeten (Fachruddin, 2025)

Kesimpulan dan Saran

Strategi inovasi layanan digital merupakan kunci fundamental bagi Bank Syariah Indonesia BSI untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah di tengah persaingan industri perbankan yang kian ketat. Peningkatan kepuasan nasabah dicapai melalui serangkaian strategi terintegrasi yang mencakup tiga pilar utama: efisiensi,

kepatuhan syariah, dan inklusi. BSI telah berhasil memposisikan teknologi, terutama BSI Mobile, sebagai katalisator untuk mencapai efisiensi operasional dan penyediaan layanan yang *user-friendly*, yang secara langsung meningkatkan kualitas layanan elektronik *e-servqual*. Hal ini menjadikan layanan digital sebagai motor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas jangka panjang nasabah.

Pencapaian inovasi digital BSI disempurnakan dengan penekanan yang kuat pada aspek kepatuhan syariah *sharia compliance* dan tata kelola risiko. BSI memastikan bahwa setiap produk dan layanan digital yang dikembangkan harus selaras dengan prinsip-prinsip syariah, menjadikan kerangka Maqashid al-Syariah sebagai panduan etis. Kepatuhan ini tidak hanya menjamin keabsahan produk, tetapi juga menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan. Di samping itu, BSI juga memperkuat sistem keamanan siber dan manajemen risiko untuk mengatasi tantangan digitalisasi, memastikan bahwa pertumbuhan dan inovasi yang dicapai berlangsung dalam kerangka operasional yang aman dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, strategi inovasi BSI melampaui sekadar peningkatan layanan, melainkan berperan sebagai motor penggerak inklusi keuangan syariah yang lebih luas. Melalui pengembangan aplikasi digital yang adaptif dan kolaborasi strategis dengan *fintech* syariah, BSI berupaya menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan memperkuat ekosistem keuangan halal nasional. Kombinasi antara digitalisasi yang modern dan pondasi nilai syariah yang kokoh ini memperkuat posisi BSI sebagai penjaga pertumbuhan ekonomi syariah, serta menjadi motor penggerak utama pertumbuhan di Indonesia, demi mewujudkan visi nasional sebagai pusat ekonomi syariah dunia, yang didukung oleh infrastruktur teknologi dan Sumber Daya Manusia SDM yang kompeten.

Saran

Inovasi layanan digital merupakan kunci strategis bagi Bank Syariah Indonesia BSI untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah di tengah persaingan industri perbankan yang kian ketat. Peningkatan kepuasan nasabah dicapai melalui serangkaian strategi terintegrasi yang mencakup tiga pilar utama: efisiensi, kepatuhan syariah, dan inklusi. BSI telah berhasil memposisikan teknologi, terutama BSI Mobile, sebagai katalisator untuk mencapai efisiensi operasional dan penyediaan layanan yang *user-friendly*, yang secara langsung meningkatkan kualitas layanan elektronik *e-servqual*. Hal ini menjadikan layanan digital sebagai motor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas jangka panjang nasabah.

Pencapaian inovasi digital BSI disempurnakan dengan penekanan yang kuat pada aspek kepatuhan syariah *sharia compliance* dan tata kelola risiko. BSI memastikan bahwa setiap produk dan layanan digital yang dikembangkan harus selaras dengan prinsip-prinsip syariah, menjadikan kerangka Maqashid al-Syariah sebagai panduan etis. Kepatuhan ini tidak hanya menjamin keabsahan produk, tetapi juga menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan. Di samping itu, BSI juga memperkuat sistem keamanan siber dan manajemen risiko untuk mengatasi tantangan digitalisasi, memastikan bahwa pertumbuhan dan inovasi yang dicapai berlangsung dalam kerangka operasional yang aman dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, strategi inovasi BSI melampaui sekadar peningkatan layanan, melainkan berperan sebagai motor penggerak inklusi keuangan syariah yang lebih luas. Melalui pengembangan aplikasi digital yang adaptif dan kolaborasi strategis dengan *fintech* syariah, BSI berupaya menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan memperkuat ekosistem keuangan halal nasional. Kombinasi antara digitalisasi yang modern dan pondasi nilai syariah yang kokoh ini memperkuat posisi BSI sebagai penjaga pertumbuhan ekonomi syariah, serta menjadi motor penggerak utama pertumbuhan di Indonesia, demi mewujudkan visi nasional sebagai pusat ekonomi syariah dunia, yang didukung oleh infrastruktur teknologi dan Sumber Daya Manusia SDM yang kompeten.

Daftar Pustaka

- Fachruddin, M. H. (2025). *Strategi manajemen risiko bank syariah dalam menghadapi transformasi digital*. 3, 406–413.
- Harahap, D., Afandi, A., & Siregar, T. M. (2023). the Islamic Banking Customers' Intention To Use Digital Banking Services: An Indonesian Study. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(3), 533–558. <https://doi.org/10.21098/jimf.v9i3.1673>
- Hidayatullah, A. F., & Solekah, N. A. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan dan ikatan emosional terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening di Koperasi BMT UGT Nusantara. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 8679–8691. <https://repository.uin-malang.ac.id/19839/>
- Himmah, N. F. (2024). Tata kelola efisien: Strategi manajemen risiko operasional untuk meningkatkan kinerja pada bank syariah di Indonesia. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) eISSN*, 2(5), 934–940.
- Kirana, M. S., Fasa, M. I., Islam, U., Raden, N., Lampung, I., Pemasaran, S., & Digital, E. (2024). *Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Produk Bank*. 3(1), 76–81.
- Ni, D. (2025). *Strategi transformasi digital untuk meningkatkan daya saing perbankan syariah di era industri 4.0*. 3, 391–395.
- Pardi, F. M. (2025). *Digitalisasi manajemen strategi bank syariah dalam meningkatkan kepuasan nasabah*. 3, 648–654.
- Safitri, R. (2022). Peran kepuasan memediasi kualitas pelayanan dan customer relationship management terhadap loyalitas nasabah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 513–525. <https://repository.uin-malang.ac.id/15039/>
- Salsabila, F., & Salam, A. (2025). *Pendekatan Manajemen Strategi dalam Membangun Kepercayaan Nasabah di Perbankan Syariah*. 3, 693–702.
- Tahtiar, N. H., & Jaya, T. J. (2024). Determinasi Minat dan Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah. *PT Afanin Media Utama, Malang*. <https://repository.uin-malang.ac.id/21812/>