

Analisis strategi pengembangan digital banking pada bprs dalam meningkatkan loyalitas nasabah

Mochamad Akbar Fauzan Ali

program studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: *akbarfauzanali@gmail.com

Kata Kunci:

Digital Banking, BPRS, Strategi, Loyalitas Nasabah, Studi Literatur

Keywords:

Digital Banking, Islamic Rural Banks, Strategy, Customer Loyalty, Literature Review

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan digital banking pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Artikel ini disusun menggunakan pendekatan studi literatur dengan menelaah berbagai hasil penelitian terdahulu periode 2015–2025 yang membahas inovasi digital, kualitas layanan, dan perilaku nasabah di sektor perbankan syariah. Hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan digital banking pada BPRS masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti keterbatasan infrastruktur teknologi, rendahnya literasi digital nasabah, serta kesiapan sumber daya manusia. Namun demikian, peluang pengembangan terbuka luas seiring meningkatnya

kebutuhan layanan perbankan yang cepat, mudah, dan sesuai prinsip syariah. Strategi penguatan yang relevan bagi BPRS meliputi peningkatan kapabilitas digital, kolaborasi dengan fintech syariah, dan penerapan customer relationship management berbasis teknologi. Dengan strategi tersebut, BPRS diharapkan mampu meningkatkan kualitas layanan serta membangun loyalitas nasabah secara berkelanjutan di era digital.

ABSTRACT

This study aims to analyze the strategic development of digital banking in Islamic Rural Banks (BPRS) to enhance customer loyalty. The article employs a literature review approach by examining previous studies from 2015 to 2025 discussing digital innovation, service quality, and customer behavior in Islamic banking. The findings reveal that the implementation of digital banking in BPRS still faces several challenges, including limited technological infrastructure, low digital literacy among customers, and insufficient human resource readiness. Nevertheless, there are significant opportunities for development along with the growing demand for fast, convenient, and Sharia-compliant banking services. The recommended strategies for BPRS include enhancing digital capabilities, collaborating with Islamic fintech institutions, and applying technology-based customer relationship management. Through these strategies, BPRS is expected to improve service quality and foster long-term customer loyalty in the digital era.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam industri perbankan, termasuk lembaga keuangan syariah seperti Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Transformasi digital menjadi tuntutan strategis bagi setiap lembaga keuangan untuk meningkatkan efisiensi, kenyamanan, serta daya saing di tengah perubahan perilaku nasabah. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah pengembangan digital banking, yang memungkinkan nasabah mengakses layanan keuangan secara cepat, aman, dan fleksibel tanpa harus datang langsung ke kantor cabang. Dalam konteks BPRS, pengembangan layanan digital tidak hanya berkaitan dengan aspek teknologi, tetapi juga merupakan upaya memperkuat kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap lembaga keuangan syariah. (Rifardi et al., 2023)



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.

Namun demikian, implementasi digital banking di BPRS masih menghadapi berbagai kendala. Keterbatasan modal, kesiapan sumber daya manusia, serta rendahnya literasi digital nasabah menjadi tantangan utama dalam proses transformasi ini. Selain itu, infrastruktur teknologi yang belum merata serta perbedaan kapasitas antar-BPRS turut memengaruhi kecepatan adaptasi digital (Wirantana & Adfi, 2022). Kondisi ini menyebabkan sebagian besar BPRS masih tertinggal dibandingkan dengan bank umum syariah yang telah lebih dahulu mengembangkan ekosistem digitalnya. Penelitian oleh Rahman dan Nugroho (2023) menunjukkan bahwa tingkat adopsi teknologi di BPRS sangat bergantung pada dukungan manajemen dan kebijakan strategis lembaga (Santoso & Rashidah Binti Mohamad Ibrahim, 2022). Hal tersebut menimbulkan pertanyaan penting mengenai bagaimana strategi yang tepat bagi BPRS dalam mengembangkan layanan digital banking agar dapat meningkatkan loyalitas nasabah di tengah persaingan industri keuangan syariah yang semakin ketat.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa relationship quality berperan penting dalam membentuk loyalitas nasabah, di mana customer retention menjadi variabel perantara yang memperkuat hubungan tersebut (Putri & Rahayu, 2023). Sementara itu, (Mukti et al., 2022) menegaskan bahwa keberhasilan inovasi digital bank syariah ditentukan oleh kecepatan adaptasi organisasi dan kesesuaian teknologi dengan kebutuhan nasabah. Namun, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada bank umum syariah, sementara kajian yang menyoroti BPRS masih terbatas.

Pembahasan

Transformasi digital telah menjadi keharusan strategis di era disrupsi teknologi. Bagi lembaga keuangan syariah seperti Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), digitalisasi bukan hanya soal efisiensi layanan, tetapi juga refleksi dari bagaimana nilai-nilai Islam diterapkan dalam sistem keuangan modern. BPRS dihadapkan pada tantangan ganda: di satu sisi harus mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi, di sisi lain tetap menjaga integritas prinsip syariah. Kajian-kajian sebelumnya menunjukkan bahwa digital banking berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah melalui peningkatan kemudahan akses, kecepatan transaksi, serta rasa aman. Namun, sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana strategi pengembangan digital banking di BPRS dapat dirancang untuk memperkuat loyalitas nasabah dalam kerangka nilai syariah.

Dimensi Strategi Pengembangan Digital Banking di BPRS)

Transformasi digital di sektor perbankan syariah merupakan bentuk strategi adaptif terhadap perubahan perilaku nasabah yang menuntut layanan cepat, aman, dan fleksibel. Menurut Fauziah et al. (2022), digitalisasi menjadi faktor kunci dalam memperkuat loyalitas karena meningkatkan efisiensi dan kenyamanan. Namun strategi digital tidak dapat berdiri sendiri tanpa kesiapan sumber daya manusia (SDM) dan tata kelola organisasi. (Yuningsih et al., 2022) menekankan pentingnya pemetaan kebutuhan nasabah dan kesiapan internal lembaga sebagai prasyarat keberhasilan digitalisasi. Dalam konteks ini, pendekatan pengembangan SDM yang inovatif sebagaimana dikemukakan (Yuningsih et al., 2022) relevan diterapkan di BPRS, karena mereka

menekankan evaluasi berkelanjutan dan pembelajaran organisasi sebagai basis inovasi. Ini berarti digitalisasi di BPRS bukan hanya adopsi teknologi, melainkan juga transformasi cara berpikir pegawai terhadap pelayanan berbasis nilai. Dari temuan ini, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan strategi digital BPRS bergantung pada sinergi antara inovasi teknologi dan kesiapan sumber daya manusia. Tanpa pembelajaran organisasi dan pelatihan berkelanjutan, digitalisasi hanya menjadi proyek teknis yang kehilangan arah strategis.

Inovasi dan Kepatuhan Syariah sebagai Diferensiasi Strategis

Keunggulan utama BPRS terletak pada komitmen terhadap prinsip syariah. Yuningsih menegaskan bahwa penerapan sharia compliance dalam inovasi digital tidak hanya menjaga kredibilitas lembaga, tetapi juga membentuk value-based loyalty, loyalitas yang didasarkan pada kepercayaan moral. Pandangan ini memperkuat posisi BPRS yang harus menjadikan nilai syariah sebagai pembeda strategis dari lembaga keuangan konvensional.

Lebih jauh, menyoroti pentingnya *strategic alignment*, yakni keselarasan antara visi spiritual lembaga dan arah pengembangan teknologi. Jika BPRS mampu menanamkan prinsip syariah dalam setiap inovasi digitalnya mulai dari desain aplikasi hingga model transaksi maka nilai-nilai keadilan, transparansi, dan keberkahan dapat menjadi bagian inheren dari sistem digital yang dibangun. Artinya, diferensiasi strategis BPRS tidak terletak pada kecanggihan teknologi semata, tetapi pada kemampuan mengintegrasikan nilai syariah ke dalam pengalaman digital nasabah. Dengan demikian, BPRS dapat membangun loyalitas berbasis kepercayaan dan spiritualitas, bukan sekadar loyalitas karena kemudahan akses.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah digital pada BPRS dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, di antaranya kepercayaan (trust), kemudahan (ease of use), keamanan (security), serta kualitas layanan digital (service quality). Temuan ini sejalan dengan penelitian pada bank syariah lain yang menunjukkan bahwa kualitas layanan, produk, serta faktor harga dan biaya juga memiliki pengaruh signifikan terhadap layanan nasabah (Al-ghifari, 2022). Kusumawati menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan sistem digital berpengaruh langsung terhadap niat menggunakan kembali layanan perbankan syariah (Kusumawati & Rinaldi, 2020). Sementara itu, (Rifardi et al., 2023) menyoroti pentingnya user experience dalam aplikasi digital banking syariah, yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan mendorong loyalitas jangka panjang.

Berdasarkan temuan tersebut, loyalitas nasabah digital di BPRS terbentuk dari sinergi antara dimensi fungsional (kemudahan, keamanan, pengalaman pengguna) dan dimensi emosional-spiritual (kepercayaan dan nilai syariah). Keunggulan strategis BPRS akan muncul ketika lembaga tidak hanya memenuhi kebutuhan teknis, tetapi juga menyentuh aspek moralitas dan spiritualitas nasabah. Dengan demikian, loyalitas di BPRS bukan sekadar hasil dari kepuasan layanan, melainkan refleksi dari kepercayaan dan keselarasan nilai antara lembaga dan nasabah.

Tantangan dan Strategi Penguatan Digital Banking

Meski peluang pengembangan digital banking di BPRS sangat besar, berbagai tantangan masih membatasi efektivitasnya. Keterbatasan dana investasi teknologi, rendahnya literasi digital nasabah, dan minimnya kolaborasi antarlembaga masih menjadi hambatan utama (Ali, 2025). Hal ini diperkuat oleh kajian tentang BPRS di Indonesia yang menegaskan bahwa peningkatan efisiensi operasional merupakan syarat penting agar BPRS mampu bersaing dan beradaptasi dengan era digital (Murdiansyah, 2021). Di sisi lain, keberhasilan digitalisasi sangat ditentukan oleh kepemimpinan strategis yang visioner dan kolaboratif. (Rizki et al., 2025) menegaskan bahwa dalam lembaga berbasis nilai Islam, kepemimpinan semacam ini menjadi kunci membangun kepercayaan dan keberlanjutan organisasi. Untuk itu, strategi penguatan digital di BPRS perlu ditempuh melalui tiga arah utama:

Kapabilitas SDM meningkatkan kompetensi digital dan pemahaman prinsip syariah melalui pelatihan berkelanjutan;

Kolaborasi lintas sektor menjalin kemitraan dengan fintech syariah dan lembaga regulator untuk memperluas inovasi;

Tata kelola digital memperkuat keamanan sistem, transparansi, transaksi, dan perlindungan data nasabah. (Abdul Kadir & Roostika, 2024).

Ketiga strategi tersebut menegaskan bahwa digitalisasi harus dipandang sebagai transformasi organisasi, bukan proyek teknologi. Kesiapan budaya, kepemimpinan yang inklusif, dan sinergi dengan pihak eksternal menjadi faktor penentu agar BPRS tidak hanya mengikuti arus digital, tetapi mampu memimpin dengan karakter syariah yang kuat.

Relevansi Hasil Kajian

Berdasarkan hasil literatur yang telah dikaji, dapat disimpulkan bahwa pengembangan digital banking pada BPRS merupakan langkah strategis dalam meningkatkan loyalitas nasabah dan memperluas jangkauan layanan keuangan syariah. Strategi yang efektif tidak hanya berfokus pada aspek teknologi, tetapi juga pada penguatan nilai-nilai syariah, kepercayaan, serta hubungan jangka panjang dengan nasabah. Dengan memanfaatkan teknologi secara bijak, BPRS memiliki peluang besar untuk menjadi lembaga keuangan syariah yang inklusif, inovatif, dan berdaya saing tinggi di era ekonomi digital.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil kajian literatur, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan digital banking pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan langkah strategis untuk meningkatkan loyalitas nasabah di era digital. Keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh aspek teknologi, tetapi juga oleh kesiapan sumber daya manusia, dukungan manajemen, serta kesesuaian inovasi dengan nilai-nilai syariah. Penguatan kepercayaan nasabah melalui layanan yang transparan, aman, dan sesuai

prinsip syariah menjadi kunci utama dalam membangun loyalitas jangka panjang.

Adapun strategi yang dapat diterapkan BPRS meliputi peningkatan kapabilitas digital pegawai, kolaborasi dengan fintech syariah untuk memperluas akses layanan, serta optimalisasi customer relationship management berbasis teknologi. Selain itu, penting bagi BPRS untuk terus memperkuat edukasi digital kepada nasabah agar pemanfaatan layanan berbasis teknologi dapat berjalan efektif dan inklusif. Ke depan, penelitian lanjutan diharapkan dapat mengkaji efektivitas strategi digital BPRS berdasarkan data empiris, sehingga hasilnya dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan keuangan syariah di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Abdul Kadir, S., & Roostika, R. (2024). The Effect of Ease of Use and Service Quality on Customer Loyalty With Satisfaction as an Intervening Variable. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(2), 552–567. <https://doi.org/10.59141/jist.v5i2.849>
- Al-ghifari, M. I. (2022). Harga Dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 421–434. <https://repository.uin-malang.ac.id/16801/>
- Ali, A. G. (2025). Digital Banking Program to Improve Performance in Sharia Banking in Indonesia. *International Journal of Accounting and Finance in Asia Pasific*, 8(2), 224–238. <https://doi.org/10.32535/ijafap.v8i2.3935>
- Kusumawati, N., & Rinaldi, A. A. (2020). Trust Role in Acceptance of Digital Banking in Indonesia. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 11(1), 13–18. <https://doi.org/10.18178/ijtef.2020.11.1.659>
- Mukti, T., Dini Puspitasari, & Nur Kholis. (2022). DETERMINAN LOYALITAS NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK DAN LAYANAN DIGITAL DI BANK SYARIAH INDONESIA. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 4(1), 892–908. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol4.iss1.art6>
- Murdiansyah, I. (2021). Determinan Efisiensi Perbankan BPR Syariah Indonesia. *Akuntabilitas*, 14(1), 27–42. <https://doi.org/10.15408/akt.v14i1.17235> <https://repository.uin-malang.ac.id/8888/>
- Putri, A. N. R., & Rahayu, Y. S. (2023). Customer Retention Sebagai Variabel Intervening Pada Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 241–251. <https://repository.uin-malang.ac.id/14888/>
- Rifardi, L. maghfiroh putri, Hidayati, A., & Sakroni, S. (2023). TRANSFORMASI DIGITAL PT BPRS LANTABUR TEBUIRENG : IMPLEMENTASI LANTABUR MOBILEI. *ISTISMAR*, 6(1), 29–37. <https://doi.org/10.32764/istismar.v6i1.5401>
- Santoso, E., & Rashidah Binti Mohamad Ibrahim. (2022). The Effect of Sharia Compliance, Service Quality, Customer Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Islamic Rural Bank Customers in Indonesia. *The Journal of Management Theory and Practice (JMTP)*, 3(2), 1–6. <https://doi.org/10.37231/jmtp.2022.3.2.218>

- Wirantana, I. M. Y., & Adfi, N. R. (2022). KUALITAS LAYANAN, CUSTOMER VALUE, DIGITALISASI BANK, KEPUASAN NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH BPR. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 1215. <https://doi.org/10.24843/EEB.2022.v11.i10.p06>
- Yuningsih, Y., Suryani, S., & Azim, M. F. (2022). Hubungan Digital Banking dan Kinerja Pelayanan Bank Syariah Terhadap Upaya Customer Retention di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Perwakilan (KCP) Kota Serang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2531>