

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

PT Bank BTN Syariah adalah bagian dari Unit Usaha Syariah (UUS) milik Bank Konvensional yang berstatus sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yang sedang melaksanakan bisnis berdasarkan prinsip syariah, bank syariah itu sendiri merupakan perusahaan industri perbankan yang mengelola operasionalnya telah sesuai dengan apa yang telah diterapkan dalam prinsip-prinsip islam. PT Bank Tabungan Negara Syariah (BTN Syariah) adalah perusahaan keuangan yang menjalankan dalam mengumpulkan sumber dana dari masyarakat dan menyediakan kembali dalam bentuk fasilitas penyediaan dana atau kredit, terutama di sektor perumahan, dengan tujuan untuk penyediaan infrastruktur. Berdasarkan laporan tahunan Bank BTN pada tahun 2023, saat ini BTN Syariah telah memiliki 109 cabang Kantor Syariah di Indonesia.

Perubahan regulasi perbankan dari Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 menjadi Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 telah memajukan pesatnya pertumbuhan bank syariah di Indonesia, yang membuat persaingan di sektor industri perbankan semakin ketat. Selain itu, dengan diterbitkannya Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 4/1/PBI/2002, bank konvensional diberi kesempatan untuk mengalihkan kegiatan operasionalnya menjadi bank berbasis syariah atau mendirikan Unit Usaha Syariah (UUS), yang menyebabkan jumlah bank syariah semakin bertambah. Dalam menghadapi dinamika pasar ini, manajemen PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. pada 12 Desember 2013 menyusun rencana strategis dan perubahan modal dan sumber daya untuk meluncurkan UUS BTN Syariah sebagai langkah bersaing lebih efektif di industri perbankan syariah yang terus berkembang.

Bank BTN Syariah memberikan suatu barang ataupun jasa untuk dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah berdasarkan prinsip syariah. Salah satunya adalah menyediakan interaksi yang sesuai dengan prinsip syariah, serta penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan menggunakan akad. Selain itu, bank ini juga

menawarkan angsuran yang ringan dengan margin yang kompetitif, yang bertujuan memberikan solusi atas berbagai kebutuhan nasabah, sekaligus memudahkan mereka dalam menjalankan transaksi sesuai dengan prinsip syariah.

Dalam rangka merespons permasalahan tersebut tersebut, PT Bank Tabungan Negara (Persero) melalui Rapat Umum Pemegang Saham pada tanggal 16 Januari 2004 serta melalui adanya pergantian Anggaran Dasar dengan akta No 29 tanggal 27 oktober 2004 oleh Emi Sulistyowati, SH Notaris di Jakarta yang ditandai dengan terbentuknya divisi syariah berdasarkan ketetapan Direksi No 14/DIR/DSYA/2004. Dalam penyediaan yang ada di unit Syariah ini dibuat sebagai bentuk penguatan terhadap prinsip yang dianut oleh Bank BTN Syariah, bekerja dipandang berkerja dengan niat ibadah yang tidak dapat dipisahkan mulai dari bekerja ibadah lainnya. Oleh karena itu, Unit Syariah dari Bank BTN dikenal pula dengan sebutan “BTN Syariah” yang mengusung slogan “Maju dan Sejahtera Bersama”.

BTN Syariah adalah salah satu Strategic Business Unit (SBU) yang dibentuk dari unit syariah Bank BTN, yang mengoperasikan dalam hal bekerja dengan menganut prinsip syariah dan ketentuan hukum syariah. Operasional BTN Syariah dimulai secara resmi pada 14 Februari 2005 dengan pendirian Kantor Cabang Syariah pertama di Jakarta. Kehadiran SBU ini mencerminkan komitmen Bank BTN untuk memberikan layanan keuangan berbasis syariah kepada masyarakat, sambil terus mengutamakan prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek operasionalnya.

Dengan tujuan berdirinya Bank BTN Syariah memiliki peran untuk memenuhi kebutuhan nasabah melalui penyediaan layanan keuangan berbasis syariah, mendukung pencapaian profitabilitas usaha perbankan, memperkuat daya tahan bank dalam menghadapi tantangan di masa depan, serta memenuhi kepentingan baik nasabah maupun karyawan.

Bank BTN Syariah telah menjalin kolaborasi dengan beragam mitra bisnis guna menjangkau segmen pasar yang telah menjadi target. Selain itu, berbagai bentuk kerja sama strategis juga dijalankan untuk mendukung penyediaan produk

perbankan dan meningkatkan kenyamanan transaksi bagi para nasabah, seperti perusahaan Telkomsel, Kredit Korporasi, dan lain sebagainya.



**Gambar 1. 1 Logo Perusahaan**

*Sumber btn.co.id*

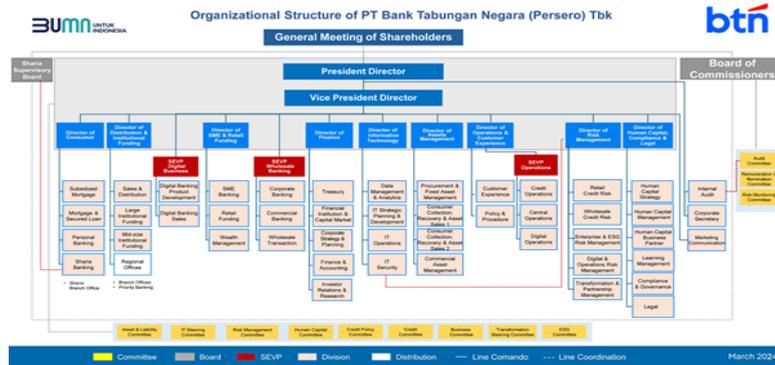
### **Visi**

1. Menjadi The Best Mortgage Bank di Asia Tenggara pada Tahun 2025

### **Misi**

1. Secara aktif mendukung pemerintah dalam memajukan kesejahteraan masyarakat Indonesia melalui kepemilikan rumah.
2. Mewujudkan kehidupan yang diimpikan jutaan rakyat Indonesia melalui penyediaan rumah yang layak.
3. Menjadi One of Home of Indonesia's Best Talent.
4. Meningkatkan shareholder value dengan berfokus pada pertumbuhan profitabilitas yang berkelanjutan sebagai perusahaan blue chip dengan prinsip manajemen risiko yang kokoh.
5. Menjadi mitra keuangan bagi para pemangku kepentingan dalam ekosistem perumahan dengan menyediakan solusi menyeluruh dan layanan terbaik melalui inovasi digital.

**Gambar 1. 2 Struktur Organisasi**



*Sumber btn.co.id*

Jumlah pegawai di Bank BTN Syariah maupun Bank BTN Konvensional mencapai 12.045 orang. Pengangkatan anggota Dewan Pengawas Syariah di lingkungan Perseroan sudah melakukn selaras dalam Peraturan Bank Indonesia No. 11/10/PBI/2009 mengenai Unit Usaha Syariah, yang kemudian diperbarui dengan Peraturan Bank Indonesia No. 15/14/PBI/2013. Regulasi ini mengharuskan anggota Dewan Pengawas Syariah untuk memiliki konsistensi, keahlian, dan citra yang baik dalam industri perbankan. Semua anggota Dewan Pengawas Syariah bertempat tinggal di wilayah kantor pusat Bank BTN. Pada tahun 2023, terjadi perubahan dalam struktur keanggotaan Dewan Pengawas Syariah yang disesuaikan dengan kebutuhan organisasi. Saat ini, susunan Dewan Pengawas Syariah terdiri dari Prof. Dr. H. Muhammad Quraish Shihab, MA sebagai Ketua, dan Mohammad Bagus Teguh Perwira, Lc, MA serta Muhammad Faiz, Lc, MA sebagai anggota.

**Lokasi**

Nama: PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk

Alamat: Jl. Gajah Mada No.1, RW.8, Petojo Utara, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10130

Website: <https://www.btn.co.id/>

## Produk dan Jasa

Berikut merupakan bisnis yang telah disediakan yang berupa barang dan layanan pada Bank BTN Syariah.

**Gambar 1. 3 Produk dan Jasa**



*Sumber Bank BTN 2023*

Untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, perusahaan perlu menyediakan produk yang tidak hanya unggul secara kualitas, tetapi juga dilengkapi dengan jaminan yang memberikan rasa aman. Upaya peningkatan nilai ini dapat dilakukan melalui penawaran produk dengan proses pengajuan yang sederhana dan suku bunga yang kompetitif, khususnya dalam sektor perumahan. Dalam konteks ini, Bank BTN menghadirkan produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) sebagai solusi finansial yang memberi manfaat bagi nasabah. KPR BTN terdiri atas beberapa jenis, yaitu KPR Bersubsidi, KPR Non-Subsidi, Kredit Perumahan lainnya, serta Kredit Konsumer. Sementara itu, produk simpanan BTN mencakup tiga kategori utama: Giro, Tabungan, dan Deposito.

### 1. Kredit Pemilikan Rumah

Merupakan fasilitas sumber dana yang diberikan dengan adanya perlindungan properti tempat tinggal, baik rumah maupun hunian lain yang telah ditetapkan. Skema ini memungkinkan individu maupun pelaku usaha untuk memperoleh kepemilikan properti bernilai tinggi tanpa harus

membayar seluruh harga secara tunai di awal, melainkan melalui skema cicilan dalam jangka waktu tertentu.

## 2. Consumer Loan

Mempersiapkan fasilitas sumber daya individu dan kredit personal yang ditujukan untuk kebutuhan konsumtif maupun mendukung ekspansi usaha, khususnya dalam rangka memperluas portofolio pembiayaan konsumen yang terhubung dengan value chain sektor perumahan.

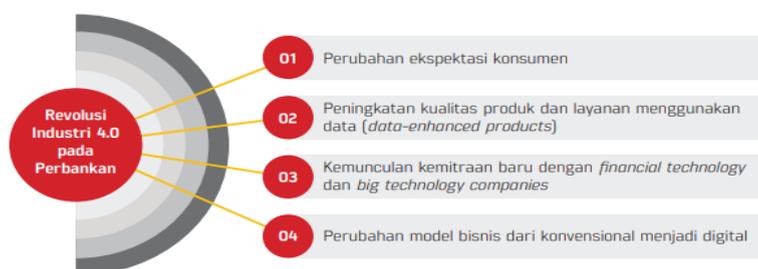
## 3. Consumer Funding

Menghadirkan berbagai barang berupa dana dan layanan finansial yang difokuskan pada kebutuhan nasabah perorangan, sekaligus mendukung pertumbuhan bisnis dalam pengelolaan kekayaan (wealth management).

### 1.2 Latar Belakang

Revolusi Industri 4.0 telah menghadirkan perubahan besar di berbagai sektor, termasuk sektor perbankan. Seiring dengan transisi industri menuju digitalisasi, operasi perbankan pun mulai menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi. Perkembangan pesat dalam teknologi yang lebih digital sudah sangat merubah masyarakat dalam berinteraksi dengan lembaga keuangan. Salah satu bentuk perubahan ini adalah pergeseran bank tradisional menjadi Bank Digital 4.0, yang mengimplementasikan teknologi disruptif seperti kecerdasan buatan (AI), komputasi awan, blockchain, dan biometrik untuk meningkatkan efisiensi layanan.

**Gambar 1. 4 Revolusi Industri 4.0 pada Perbankan**

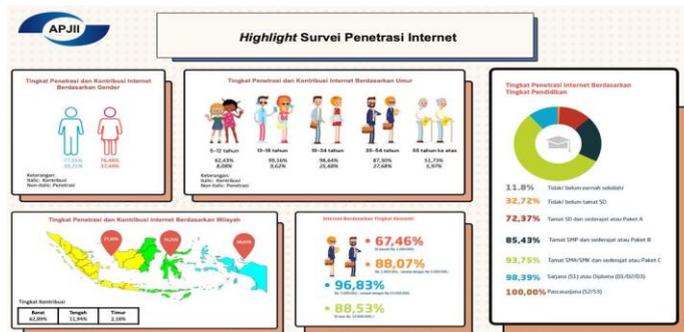


(sumber: [ojk.go.id](http://ojk.go.id))

Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang stabil di sektor teknologi informasi dan komunikasi. Menurut laporan Asosiasi

Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), mengatakan bahwa total Penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2024 diperkirakan mencapai 221,56 juta orang, dari total populasi sekitar 278,7 juta jiwa pada tahun 2023. Hal ini mencerminkan tingkat penetrasi internet sebesar 79,5%, meningkat 1,4% dibandingkan tahun sebelumnya. Sejak tahun 2018 yang mencatat penetrasi sebesar 64,8%, angka ini terus menunjukkan tren kenaikan dengan capaian 73,7% pada 2020, 77,01% di tahun 2022, hingga 78,19% pada 2023. Lonjakan ini menjadi indikator penting atas pergeseran internet sebagai bagian integral dari kebutuhan masyarakat modern di era digital.

**Gambar 1.5 Penetrasi Internet**



*Sumber: Detikinet*

Dari perspektif demografis, mayoritas masyarakat dalam menggunakan internet di Indonesia bersumber dari Generasi Z (kelahiran 1997–2012), yang mencakup sekitar 34,40% dari total pengguna. Generasi Milenial (kelahiran 1981–1996) menempati posisi kedua dengan kontribusi sebesar 30,62%. Berikutnya, Generasi X (kelahiran 1965–1980) berkontribusi sebesar 18,98%, sementara kelompok usia lainnya seperti Post Gen Z, baby boomers, dan pre-boomers menyumbang dalam jumlah yang lebih kecil. Jika ditilik berdasarkan wilayah tempat tinggal, kawasan perkotaan mendominasi penetrasi internet dengan proporsi mencapai 69,5%, sedangkan daerah pedesaan menyumbang sekitar 30,5% dari total pengguna.

Transaksi bank yang dulunya banyak dilakukan di kantor cabang kini dilakukan secara digital atau online melalui mobile banking, internet banking, ataupun call center yang digerakkan oleh AI. Big data dan sistem server

memungkinkan bank untuk memberikan jasa yang lebih tepat kepada target dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan nasabah. Sehingga, transaksi menjadi lebih cepat dan akurat. Beberapa bank bahkan telah mengadopsi fitur-fitur digital seperti pemesanan nomor antrian, pencetakan transaksi tabungan, dan pengganti buku tabungan menggunakan mesin, yang membantu menghemat waktu serta meningkatkan kenyamanan bagi nasabah.

Dalam upaya mendorong transformasi digital di sektor keuangan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menerbitkan regulasi melalui Peraturan OJK No. 12/POJK.03/2018 sudah ada yang mengatur dalam menyelenggarakan jasa layanan keuangan digital oleh bank konvensional. Regulasi ini menekankan bahwa layanan digital banking merupakan bentuk layanan elektronik yang dirancang dengan pendekatan berbasis data nasabah guna menyediakan akses yang lebih cepat, efisien, dan sesuai preferensi individu. Layanan ini sudah meyakinkan para nasabah dalam mengakses berbagai fitur yang dilakukan secara mandiri, dengan patuh mengedepankan prinsip keamanan dari sistem. Dengan adanya kebijakan ini, diharapkan lembaga perbankan dapat memaksimalkan pemanfaatan teknologi untuk memberikan manfaat lebih bagi nasabah serta memperkuat daya saing mereka di era digital.

Seiring dengan dorongan regulatif seperti POJK No.12/POJK.03/2018 yang menuntut digitalisasi perbankan, tantangan berikutnya terletak pada bagaimana bank dapat memanfaatkan teknologi secara terarah. Di tengah investasi digital yang makin besar, bank tidak cukup hanya “hadir” di kanal seluler; diperlukan arah manajemen strategik yang jelas agar setiap inisiatif digital benar-benar berkontribusi pada sustainable competitive advantage. Studi terbaru di Indonesia menunjukkan bahwa dampak transformasi digital terhadap profit bank sangat ditentukan oleh strategic alignment antara visi jangka panjang, alokasi kapabilitas internal, dan pengelolaan sumber daya ala Resource-Based View (RBV) (Daeli & Wedari, 2025). Tanpa kerangka strategik, biaya digitalisasi justru berpotensi menekan profit jangka panjang karena tidak menghasilkan keunggulan yang terukur.

Perkembangan industri perbankan dewasa ini semakin mengedepankan kemudahan akses bagi nasabah melalui beragam inovasi layanan, termasuk

digitalisasi sistem perbankan melalui electronic banking (e-banking). Sebagian besar bank, baik yang konvensional maupun syariah, kini menawarkan berbagai fitur mobile banking seperti ATM, Pengecekan Saldo, serta internet dan mobile banking. E-banking memungkinkan nasabah untuk mengakses informasi, berinteraksi dengan bank, dan melakukan transaksi keuangan menggunakan perangkat elektronik seperti ATM, EDC/POS, layanan berbasis internet, ponsel, serta sistem suara dan video. Transformasi ini sejalan dengan arah perkembangan teknologi keuangan yang bertujuan mendorong masyarakat untuk bertransaksi secara lebih efisien dan praktis di era digital.

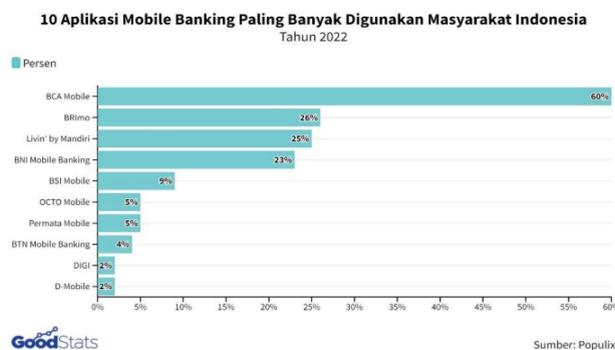
Salah satu terobosan dalam layanan perbankan elektronik adalah mobile banking, yang telah meyakinkan para nasabah dalam hal melaksanakan transaksi keuangan secara online dengan menggunakan smartphone. Layanan ini mampu diakses melalui berbagai metode, seperti menu khusus pada SIM card, kode USSD, atau aplikasi resmi yang dapat didownload dan diinstal oleh para pengguna. Keunggulan utama dari mobile banking adalah fleksibilitasnya: selama perangkat terhubung ke internet, para nasabah mampu dalam menggunakan layanan keuangan ini dimana saja dan kapan saja, sepanjang waktu 24 jam.

BTN Syariah, sebagai salah satu perusahaan perbankan syariah di Indonesia, telah mengembangkan layanan perbankan elektronik melalui platform Integrated Cash Management System (iCMS). Salah satu aplikasi yang diimplementasikan adalah Mobile Banking BTN Syariah, sebuah aplikasi digital yang dirancang untuk memudahkan transaksi keuangan secara praktis, aman, dan efisien melalui smartphone. Aplikasi ini memungkinkan nasabah untuk menjelajahi berbagai layanan bertransaksi kapan saja dan di mana saja tanpa harus mengunjungi kantor cabang, sejalan dengan tuntutan efisiensi dan mobilitas tinggi di era digital. BTN Syariah meluncurkan platform berjenis aplikasi mobile banking yaitu BTNS Mobile yang merupakan sebuah fitur sebagai pemegang peranan dengan memberikan fasilitas transaksi layanan perbankan melalui telepon pintar oleh sistem yang terjamin, cepat, dan sederhana serta bisa dijalankan kapan serta dimana saja yang tak mengharuskan hadir langsung (BTN Syariah, 2022).

“Perusahaan keuangan di Indonesia terdiri dari bank dan nonbank. Dalam dua dekade terakhir, perkembangan lembaga keuangan Islam menunjukkan tren yang menggembirakan. Perbankan Islam tumbuh pesat untuk membawa sistem keuangan Islam yang selaras dengan prinsip-prinsip Syariah guna mewujudkan keadilan yang lebih besar sebagai solusi yang dibutuhkan oleh masyarakat.” (Fathonih, Anggadwita, & Ibraimi, 2019, hlm. 334).

Sebagai bagian dari komitmennya terhadap transformasi layanan digital, Unit Usaha Syariah PT Bank Tabungan Negara (BTN Syariah) turut menghadirkan aplikasi *BTNS Mobile* sebagai solusi transaksi perbankan berbasis *mobile*. Aplikasi ini dirancang untuk mempermudah nasabah dalam mengakses layanan keuangan secara aman, cepat, dan fleksibel melalui perangkat *smartphone*, tanpa keharusan mengunjungi kantor cabang. BTNS Mobile merupakan bagian dari inisiatif digitalisasi yang berorientasi pada peningkatan pengalaman pelanggan (*customer experience*) di era perbankan modern. Di bawah ini disajikan data mengenai platform digital yang paling banyak diakses oleh nasabah BTN Syariah.

**Gambar 1. 6 Pengguna Aplikasi Mobile Banking**



*Sumber: Riset Populix, 2022*

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa aplikasi mobile banking BTN Syariah berada di urutan kelima dengan rating sebesar 7 persen. Rating tersebut menunjukkan berapa banyak keluhan para nasabah seperti yang terdapat dalam keluhan nasabah pada ulasan aplikasi *BTNS mobile banking* pada *app store* maupun *play store* mengenai masalah yang telah dialami para nasabah dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Fakta bahwa BTNS Mobile menerima banyak keluhan dari pengguna menandakan tantangan yang lebih dalam, bukan hanya secara teknis tetapi juga dari sisi hubungan jangka panjang dengan nasabah. Dalam industri perbankan yang produk dan harganya relatif homogen, loyalitas nasabah berfungsi sebagai Aset relasional yang bernilai, langka, sulit diduplikasi, dan tak tergantikan dalam ciri aset VRIN dalam RBV. Meta-analisis terkini menegaskan bahwa loyalitas memberi kontribusi terbesar pada retensi dan profit bank dibanding variabel pemasaran lain (Kim, Jindabot, & Yeo, 2024). Artinya, loyalitas bukan hanya indikator operasional, tetapi sumber keunggulan bersaing berkelanjutan yang menuntut pengelolaan strategis berbasis kualitas layanan dan pengalaman emosional konsisten.

Tantangan layanan digital BTN Syariah tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga menyentuh aspek strategis hubungan jangka panjang dengan nasabah. Dalam beberapa tahun terakhir, sejumlah pengaduan publik menunjukkan kegagalan sistem transaksi dan respons layanan yang dinilai lambat oleh nasabah baik melalui kanal mobile banking maupun integrasi pihak ketiga seperti dompet digital. Misalnya, keluhan terkait kegagalan transfer melalui aplikasi (Mediakonsumen.com, 2024). Meskipun kasus tersebut merupakan data individual, konsistensinya menunjukkan sinyal bahwa layanan digital belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi nasabah. Dalam konteks manajemen strategik, pengalaman negatif semacam ini dapat menggerus loyalitas, yang dalam RBV (Barney, 1991) dipandang sebagai aset tak berwujud yang bernilai strategis. Dengan demikian, penelitian ini sangat penting untuk mengevaluasi bagaimana kualitas layanan digital dan kepuasan dapat dikembangkan sebagai modal hubungan (relational capital) yang mendukung loyalitas dan keunggulan bersaing jangka panjang. Berikut gambar keluhan dari aplikasi ini.

## Gambar 1. 7 Keluhan Nasabah

### Gagal Transfer Lewat Aplikasi Mobile Banking BTN Syariah

2 Oktober 2024 • Topo Nurochman • 4 Komentar • BTN Syariah, Refund, Transaksi gagal, Transfer antarbank

[Ikuti kami di Google Berita](#)

Pada hari Senin, tanggal 19 Agustus 2024, saya melakukan transfer ke rekening BTN melalui aplikasi mobile banking BTN Syariah. Transaksi tersebut gagal dan saldo saya terpotong.

Pada tanggal 21 Agustus 2024, saya melaporkan gagal transfer ini ke BTNS KC Tegal dan diterima dengan baik oleh CS serta langsung dibuatkan form pengaduan atas gagal transaksi ini. Oleh pihak CS, saya disuruh menunggu selama 5-10 hari kerja.

The image shows a yellow complaint form from BTN Syariah. The form is titled "FORMULIR PENGADUAN NASABAH" and contains several sections: "DATA NASABAH" (Customer Data), "DATA PELAYANAN" (Service Data), "PENGADUAN YANG DILAPORKAN" (Complaint Reported), "ALASAN PENGADUAN" (Reason for Complaint), "SOLUSI YANG DILAMPAIKAN" (Solution Provided), and "SOLUSI YANG DITUNTUT" (Solution Sought). The form is partially obscured by a watermark.

Hari ke-11 setelah laporan ini, karena uang saya belum juga dikembalikan oleh pihak BTNS, saya pun menghubungi kembali CS tersebut, namun jawabannya tetap sama, disuruh menunggu lagi.

Sudah satu bulan setelah pelaporan, uang saya pun tidak kembali. Yang saya sesalkan adalah tidak ada konfirmasi (baik lisan maupun tertulis) dari pihak BTNS terhadap aduan saya ini. Lantas, di mana prinsip syariahnya kalau hak konsumen diminta secara *bathil* oleh BTNS.

Demikian keluhan saya atas layanan mengecewakan dari BTNS, ditunggu tanggapannya.

Topo Nurochman  
Indramayu, Jawa Barat

*Sumber: mediakonsumen.com (2024)*

Dari gambar diatas adanya banyak masalah hingga protes para nasabah mengenai fitur yang kurang memadai dan mengatakan tampilan pada aplikasi yang terlalu jauh dalam perkembangan teknologi, sementara bank lain sudah mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menawarkan beberapa fitur yang luas pada *mobile banking*. Namun BTNS *mobile banking* masih menggunakan cara yang sudah ketinggalan lama seperti harus memadai *m-token* harus mempunyai pulsa untuk mendapatkan kode dari SMS. Jika ingin melakukan cek mutasi rekening

nasabah sering mengeluh dikarenakan terbatas hanya bisa melakukan 5 kali dalam transaksi terakhir.

Oleh karena itu, upaya perbaikan layanan BTNS Mobile tidak bisa hanya dipandang sebagai respons jangka pendek terhadap keluhan teknis. Bibliometrik 2000–2024 memperlihatkan bahwa diferensiasi layanan digital, pengalaman nasabah, dan integrasi teknologi adalah klaster tema terkuat dalam membangun competitive advantage bank di era digital (Judijanto, Novitasari, & Arini, 2025). Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas BTNS Mobile dan pemupukan loyalitas bukan sekadar isu operasional, melainkan keputusan strategik level-bisnis yang menentukan posisi kompetitif BTN Syariah di pasar perbankan syariah nasional.

Salah satu variabel utama yang ada didalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah, yang dianggap sebagai faktor penentu dalam perubahan total para pengguna Mobile Banking BTN Syariah. Tingkat kepuasan tersebut dapat tercermin melalui berbagai indikator, termasuk munculnya keluhan pengguna terhadap layanan digital yang tersedia. Keluhan ini, yang tersebar melalui berbagai kanal seperti media sosial, email, atau forum daring, mencerminkan persepsi publik atas kualitas layanan yang diberikan. Namun, untuk memastikan akurasi dan objektivitas data, penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah aktif pengguna layanan *Mobile Banking* BTN Syariah.

Penelitian ini dijalankan untuk mengkaji seberapa signifikan kualitas pelayanan Bank BTN Syariah terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan variabel dependen dan independen. Variabel dependen atau disebut terikat dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan mobile banking BTN Syariah, sementara variabel independen adalah kepuasan dalam pemakaian layanan mobile banking BTN Syariah. Alasan memilih bank BTN Syariah adalah ingin memajukan usahanya menuju bank market Leader Mobile Banking seperti bank lainnya yang ada di Indonesia. Dengan adanya layanan BTNS *Mobile Banking*, alur aktivitas perbankan menjadi lebih praktis dan fleksibel bagi nasabah. Kemudahan ini tidak hanya berpengaruh kepada efisiensi operasional, tetapi juga

berimplikasi strategis terhadap persepsi dan pengalaman pelanggan yang menjadi kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Sehingga, penelitian ini disusun oleh peneliti dengan judul “Pengaruh E - Servqual Dan Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BTN Syariah”.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas yang difokuskan dalam penelitian ini, peningkatan jumlah pengguna *Mobile Banking* mencerminkan adanya perubahan perilaku nasabah menuju preferensi layanan digital yang lebih praktis dan efisien. Namun demikian, kualitas layanan digital yang ditawarkan belum sepenuhnya mampu membangun kepercayaan yang konsisten di kalangan pengguna. Hal ini tercermin dari masih adanya kendala yang dialami nasabah, yang berdampak pada pengalaman penggunaan secara keseluruhan. Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2.3, Bank BTN Syariah termasuk dalam jajaran aplikasi yang banyak digunakan oleh nasabah dalam bertransaksi digital, namun tetap akan waspada dalam memperkokoh loyalitas para pengguna didalam kompetisi layanan digital perbankan yang semakin dinamis.

Perbankan sebagai entitas penyedia jasa keuangan di Indonesia turut beradaptasi terhadap dinamika digital dengan mengembangkan inovasi layanan *Mobile Banking*, guna menciptakan kemudahan akses dan interaksi yang lebih fleksibel bagi nasabah dalam mengelola aktivitas finansial mereka. Keandalan (Reliability) sistem *Mobile Banking* perlu dievaluasi untuk memastikan bahwa nasabah menerima informasi yang jelas dan akurat tentang layanan tersebut. Informasi yang disampaikan kepada nasabah sering kali tidak sepenuhnya dipahami oleh pengguna *Mobile Banking* karena terbatasnya informasi yang tersedia.

Adanya keterbatasan dalam responsivitas layanan membuat pengelola *Mobile Banking* belum sepenuhnya mampu menjawab ekspektasi nasabah, terutama ketika informasi yang dibutuhkan tidak tersedia secara memadai. Tingkat daya tanggap yang rendah, baik melalui saluran telepon maupun layanan *customer service*, menunjukkan masih terbatasnya pemahaman institusi terhadap kebutuhan pengguna. Di sisi lain, meskipun aspek kenyamanan (*convenience*) menjadi salah satu nilai tambah utama dalam *Mobile Banking*, proses pemeliharaan sistem atau

perbaikan teknis yang dilakukan tanpa komunikasi yang memadai kepada nasabah justru dapat menurunkan persepsi kenyamanan tersebut. Kondisi ini menandakan bahwa kualitas layanan digital yang tidak akan mengandalkan pada fitur teknis, akan tetapi juga pada efektivitas komunikasi dan pengelolaan ekspektasi—dua hal yang krusial dalam membentuk loyalitas jangka panjang.

Kemudahan yang diajukan oleh layanan Mobile Banking memfasilitasi kontribusi positif terhadap pengetahuan para nasabah, khususnya dalam hal efisiensi (efficiency) akses terhadap informasi dan transaksi keuangan melalui perangkat smartphone. Nasabah dapat dengan cepat mengakses mutasi rekening maupun melakukan berbagai transaksi secara mandiri, tanpa perlu mengunjungi kantor cabang. Namun, manfaat efisiensi ini belum dapat dirasakan secara merata oleh semua nasabah. Penggunaan Mobile Banking masih memerlukan beberapa prasyarat, seperti kepemilikan perangkat yang kompatibel dan pengunduhan serta instalasi aplikasi, yang secara tidak langsung dapat menjadi hambatan bagi sebagian segmen pengguna.

Kemudahan dalam penggunaan (easiness to operate) adalah salah satu aspek penting dalam penilaian kualitas layanan Mobile Banking. Layanan ini dibuat untuk para nasabah dapat mengakses dan melakukan transaksi perbankan dengan lebih mandiri dan efisien melalui perangkat pintar. Meskipun demikian, tingkat kemudahan tersebut masih menghadapi batasan fungsional, karena tidak seluruh jenis transaksi dapat difasilitasi melalui platform Mobile Banking. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun secara umum layanan tersebut dianggap memudahkan, masih terdapat ruang untuk pengembangan fitur yang lebih komprehensif guna memenuhi kebutuhan nasabah secara menyeluruh.

*(Assurance and Security)* merepresentasikan kapasitas penyedia layanan dalam membangun kepercayaan dan keyakinan nasabah, khususnya terkait aspek keamanan dan integritas sistem. Elemen ini mencakup kompetensi teknis serta jaminan perlindungan data dan transaksi yang disampaikan oleh penyedia layanan Mobile Banking. Dalam konteks perbankan syariah, penting untuk memperkuat persepsi nasabah tentang jaminan keamanan digital, karena kepercayaan

merupakan dasar utama dalam membangun hubungan dalam periode waktu yang sangat lama antara nasabah dan lembaga keuangan.

“Namun, penelitian Rezeki et al. (2023) yang menguji model serupa pada BSI Banda Aceh belum menyoroti loyalitas nasabah sebagai *competitive advantage* dalam kerangka manajemen stratejik dan belum mencakup BTN Syariah sebagai unit usaha syariah BUMN.

Di sisi lain, Jha dan Mandal (2024) menegaskan loyalitas nasabah digital banking sebagai faktor kunci keunggulan bersaing di Asia Tenggara, tetapi studi tersebut belum membahas konteks bank syariah Indonesia dan belum memerinci bagaimana loyalitas diintegrasikan ke dalam strategic alignment perbankan.

Kondisi ini menegaskan perlunya penelitian lebih lanjut pada konteks BTN Syariah. Berbagai penelitian terbaru menunjukkan bahwa kualitas layanan digital perbankan (E-SERVQUAL) mempunyai dampak yang sangat signifikan yang sangat besar Terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah (Raza et al., 2020). Namun, penelitian dengan kerangka tersebut masih terbatas pada bank konvensional dan konteks internasional; bukti empiris di bank syariah Indonesia, khususnya BTN Syariah, masih jarang ditemukan (Singh, 2024). Mempertimbangkan pentingnya loyalitas nasabah sebagai *competitive advantage* di era perbankan digital, penelitian ini merumuskan pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Bagaimana persepsi nasabah terhadap dimensi E-Servqual Mobile Banking BTN Syariah?
2. Sejauh mana E-Servqual Mobile Banking berpengaruh terhadap loyalitas nasabah sebagai sumber keunggulan bersaing?
3. Apakah kepuasan nasabah memediasi pengaruh E-Servqual terhadap loyalitas, dan bagaimana hubungan ini mendukung diferensiasi layanan digital?
4. Bagaimana hasil hubungan antar variabel tersebut dapat dimanfaatkan oleh manajemen BTN Syariah untuk merancang strategi berbasis loyalitas dalam rangka menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Dalam lanskap perbankan digital yang semakin kompetitif, loyalitas nasabah bukan hanya menjadi tujuan operasional semata, melainkan bagian dari strategi bisnis jangka panjang untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Jha & Mandal, 2024; Mailani et al., 2024). Di tengah tantangan kualitas layanan digital dan perubahan perilaku nasabah, bank dituntut untuk menyelaraskan inovasi teknologi dengan arah manajemen stratejik guna memperkuat posisi kompetitifnya di industri keuangan berbasis syariah. Dengan hal ini, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengukur respon nasabah terhadap kualitas layanan elektronik (E-Servqual) Mobile Banking pada Bank BTN Syariah, guna menilai sejauh mana kontribusinya terhadap strategi diferensiasi layanan digital Bank BTN Syariah.
2. Untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas layanan elektronik (E-Servqual) Mobile Banking terhadap loyalitas nasabah Bank BTN Syariah, baik secara langsung maupun melalui kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi, sebagai bagian dari kapabilitas strategis bank dalam menghasilkan keunggulan bersaing di sektor keuangan syariah.
3. Dalam memahami kaitan antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank BTN Syariah, yang dapat berperan sebagai faktor penguat dalam membangun loyalitas strategis yang didasarkan pada pengalaman layanan.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hal yang terpenting dalam suatu ulasan dari keunggulan yang diharapkan dan penerapan yang terbukti dalam ulasan. Manfaat yang sesuai dengan tujuan setelah penelitian ini dilaksanakan adalah:

##### **1. Manfaat teoritis**

- a. Bagi Akademis

Dari penelitian ini diperkirakan dapat memperbanyak pemahaman serta informasi tentang *E-Servqual Mobile Banking* yang ada pada sektor perbankan terhadap loyalitas nasabah bank BTN Syariah serta, memperkaya literatur manajemen stratejik khususnya bagaimana loyalitas nasabah berperan sebagai *VRIN*-based competitive advantage dalam industri perbankan digital.

b. Bagi Penulis

Sebagai tugas akhir dari penulis untuk mendapatkan gelar sarjana dan dapat memberi pengetahuan yang lebih lanjut perihal perbankan tentunya, dari bank Syariah tentang pengguna Bank BTN Syariah sebagai pengarahannya kepada penelitian berikutnya.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini sangat bermanfaat untuk masyarakat dalam memberi masukan yang lebih maju tentang E-Servqual dalam menggunakan layanan Mobile Banking di Bank BTN Syariah, sehingga dapat meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya kualitas layanan digital dalam pengalaman perbankan sehari-hari.

d. Bagi Bank BTN Syariah

Penelitian ini diinginkan memberikan feedback yang berguna bagi Bank BTN Syariah dalam memberi peningkatan dalam memperkuat posisi mereka di pasar perbankan syariah, meningkatkan loyalitas nasabah, dan menjadi dasar perumusan *strategic roadmap* digital-service bank guna mempertahankan keunggulan bersaing jangka panjang.

## **2. Manfaat Praktis**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan sektor industri perbankan serta memberikan kontribusi yang aplikatif dan praktis, khususnya bagi Bank BTN Syariah, dalam merumuskan strategi untuk mempertahankan keunggulan kompetitif layanan mobile banking BTNS serta mendorong pengembangan inovasi

baru di masa mendatang melalui fitur yang lebih canggih, menarik, dan memudahkan nasabah. Oleh karena itu, diharapkan nasabah akan tetap loyal menggunakan berbagai layanan yang disediakan oleh Bank BTN Syariah. Selain itu, temuan ini dapat membantu manajemen puncak BTN Syariah menyelaraskan investasi teknologi, kapabilitas SDM, dan target loyalitas dalam kerangka strategic alignment agar inisiatif digital berkontribusi nyata pada sustainable competitive advantage bank.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan yang telah dibuat oleh penulis untuk memudahkan dalam melakukan penelitian dan penyusunan hasil penelitian yang telah dilakukan. Berikut merupakan sistematika penulisan dalam penelitian ini:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab I dalam penelitian ini secara umum menguraikan gambaran menyeluruh dari studi yang akan dijalankan oleh peneliti, yang meliputi latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab II berisi landasan teori yang digunakan oleh peneliti sebagai landasan penelitian, tinjauan pustaka, serta hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab III memaparkan penjelasan mengenai populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian, metode yang diterapkan dalam pengumpulan data, definisi variabel penelitian, serta teknik analisis data yang dipakai dalam proses penelitian ini.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab IV menyajikan penjelasan umum tentang objek penelitian, deskripsi data, rincian populasi dan sampel, serta prosedur analisis data beserta temuan hasil penelitian.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Ringkasan temuan yang merangkum jawaban dari masalah penelitian dan memberikan rekomendasi berdasarkan hasil yang diperoleh