

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan tren yang positif dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu pencapaian penting dalam perkembangan ini adalah penggabungan tiga bank syariah milik negara, yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri, menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) pada tahun 2021.¹ BSI terbentuk dari hasil penggabungan tiga bank syariah BUMN, yaitu PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. BSI resmi berdiri pada 1 Februari 2021 setelah mendapatkan izin merger dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank syariah terbesar di Indonesia. BSI memiliki peran strategis dalam memperkuat ekosistem ekonomi syariah nasional serta meningkatkan inklusi keuangan masyarakat. Namun, terlepas dari potensi dan dukungan pemerintah, penetrasi perbankan syariah di Indonesia masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan bank konvensional. Salah satu faktor yang diduga memengaruhi hal ini adalah tingkat literasi keuangan syariah masyarakat yang belum merata. Banyak masyarakat yang masih belum memahami prinsip dasar ekonomi Islam seperti larangan riba, sistem bagi hasil, dan mekanisme akad-akad syariah yang diterapkan oleh perbankan syariah.

¹ OJK, "OJK Dukung Merger Bank Syariah Himbara Jadi Bank Syariah Indonesia.," 2021, <https://www.ojk.go.id>.

Bank Islam merupakan lembaga keuangan yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi bagi pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk menjalankan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan syariat Islam. Selain itu, bank Islam juga disebut dengan perbankan syariah dan perbankan bebas bunga, yaitu sistem perbankan yang dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak menggunakan bunga. Salah satu fungsi bank syariah berdasarkan UU RI No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah adalah menghimpun dana dan menyalurkan dana pada masyarakat dengan tujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.²

Kepuasan merupakan kondisi dimana perasaan senang atau kecewa yang berasal dari hasil perbandingan antara kesan kinerja atau hasil produk dengan yang diharapkan. Sehingga apabila layanan sesuai dengan yang diharapkan maka layanan dikatakan memuaskan.³ Indikator dari kepuasan ini adalah kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.⁴ Nasabah akan merasa puas apabila produk atau jasa yang didapat sesuai dengan yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan sesuai atau melebihi harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas atau bahkan sangat puas. Sebaliknya, jika produk/jasa yang diterima tidak sesuai dengan harapan, maka akan timbul rasa kecewa. Di tengah persaingan yang

² UU RI No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah

³ Philip Kotler, *Manajemen pemasaran, jilid I*, 11 ed. (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2006). h.45

⁴ Kotler.

ketat antar bank, termasuk antara bank konvensional dan bank syariah, kualitas pelayanan menjadi faktor penentu utama dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah.

Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank syariah terbesar di Indonesia memiliki karakteristik layanan yang berbeda dibandingkan bank konvensional, karena beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, transparansi, dan kepatuhan terhadap akad syariah. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, BSI terus mengembangkan layanan *mobile banking* yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi keuangan, tetapi juga menyediakan fitur-fitur berbasis syariah seperti pembayaran zakat, infaq, sedekah, dan wakaf. Perbedaan karakteristik layanan tersebut memengaruhi persepsi dan tingkat kepuasan nasabah, sehingga tidak dapat disamakan dengan bank konvensional. Selain itu, masih terbatasnya penelitian yang mengkaji pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah menjadikan penelitian ini penting untuk dilakukan di BSI untuk perbaruan penelitian. Pada penelitian ini terdapat perbedaan mengenai layanan digital perbankan yaitu dalam tabel berikut:

Tabel 1.1
Perbedaan Bank Syariah Indonesia dengan Bank Konvensional

Aspek	Bank Syariah	Bank Konvensional
Dasar Hukum	Berdasarkan prinsip syariah Islam (tanpa riba, gharar, maysir)	Berdasarkan hukum ekonomi konvensional dan peraturan OJK
Jenis Layanan Digital	1. <i>Internet banking</i> 2. <i>Mobile banking</i> 3. <i>SMS banking</i>	1. <i>Internet banking</i> 2. <i>Mobile banking</i> 3. <i>SMS banking</i> 4. <i>E-wallet</i> (misalnya, GoPay, OVO, yang

	4. <i>E-wallet</i> (jika tersedia, berbasis Syariah)	berbasis konvensional)
Transaksi <i>Online</i>	1. Tidak diperbolehkan untuk transaksi yang melibatkan riba 2. Harus sesuai dengan prinsip syariah (contoh: jual beli halal)	1. Transaksi bebas riba 2. Bisa mencakup transaksi yang melibatkan bunga (riba)
Fitur Pembayaran	Pembayaran zakat, infak, dan sedekah (biasanya tersedia)	Pembayaran utilitas, belanja online, dan lain-lain
Pembiayaan	Pembiayaan berbasis akad syariah (<i>murabahah</i> , <i>musyarakah</i> , dll)	Pembiayaan dengan bunga (kredit, pinjaman)
Layanan Kartu Debit/Kredit	Kartu debit dan kredit berbasis syariah (tanpa bunga)	Kartu debit dan kredit berbasis bunga
Keamanan	Keamanan sesuai dengan standar OJK dan prinsip syariah	Keamanan standar OJK dan lembaga terkait
Aksesibilitas	Akses melalui aplikasi atau platform berbasis Syariah	Akses lebih luas, termasuk aplikasi mainstream dan non-syariah
Manfaat Tambahan	Program <i>reward</i> syariah, misalnya bagi hasil dari tabungan	Program <i>reward</i> (poin, <i>cashback</i> , dll) dengan sistem bunga
Inovasi Teknologi	Terbatas pada inovasi yang sesuai dengan prinsip Syariah	Teknologi lebih fleksibel dan cepat berkembang
Transparansi	Laporan transaksi dan biaya jelas, sesuai prinsip Syariah	Laporan transaksi dan biaya jelas, berbasis bunga

Sumber: M. Antonio⁵

Berdasarkan tabel diatas, peneliti lebih memilih bank Syariah karena sesuai dengan prinsip agama Islam dan sesuai dengan ajaran di UIN Syekh Wasil Kediri. Peneliti memilih Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai objek

⁵ Muhammad Syafi'i. Antonio, *Bank syariah: Dari teori ke praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001).

penelitian karena BSI memiliki karakteristik yang berbeda secara mendasar dibandingkan bank konvensional. Perbedaan tersebut terutama terletak pada jenis layanan digital yang disediakan, di mana layanan *mobile banking* BSI tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi keuangan, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai syariah melalui fitur dan mekanisme transaksi berbasis akad. Karakteristik layanan digital ini membentuk pengalaman pengguna yang berbeda dan berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan nasabah secara khusus, sehingga menjadikan BSI relevan untuk dijadikan objek penelitian.

Sebagai bank syariah, BSI menjalankan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah yang menekankan keadilan, transparansi, dan kepatuhan terhadap akad, sehingga seluruh transaksi yang dilakukan termasuk melalui layanan *mobile banking* bebas dari unsur riba, gharar, dan maisir. Perbedaan prinsip ini memengaruhi cara layanan disajikan serta persepsi nasabah terhadap kualitas layanan, yang tidak dapat disamakan dengan bank konvensional yang menggunakan sistem bunga.

Selain itu, *mobile banking* BSI memiliki keunikan dari sisi fitur, inovasi, dan pembiayaan. Layanan ini tidak hanya menyediakan transaksi keuangan, tetapi juga fitur berbasis syariah seperti pembayaran zakat, infak, sedekah, wakaf, serta informasi produk pembiayaan dengan sistem bagi hasil dan jual beli. BSI juga menekankan transparansi informasi terkait akad, biaya, dan mekanisme transaksi yang ditampilkan secara jelas pada layanan digitalnya.

Keunggulan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman nasabah BSI dalam menggunakan *mobile banking* memiliki karakteristik tersendiri, sehingga menjadikan BSI sebagai objek penelitian yang relevan untuk mengkaji pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah. Adanya fitur yang canggih dan lengkap ini bertujuan untuk memberikan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian lebih lanjut apakah nasabah merasakan kepuasan dengan adanya peningkatan dalam layanan digital yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia.

Mahasiswa jurusan perbankan syariah merupakan kelompok yang secara akademis memiliki pengetahuan tentang prinsip dan praktik perbankan Syariah, karena pada prodi perbankan syariah diajarkan mengenai manajemen SDI Bank Syariah, produk operasional Bank Syariah yang tidak didapatkan pada mahasiswa prodi lainnya. Secara logis, mahasiswa tersebut diharapkan menjadi pengguna aktif dari produk dan layanan bank syariah, termasuk menjadi nasabah BSI. Namun, pada kenyataannya, tidak semua mahasiswa perbankan syariah menjadi nasabah BSI, dan sebagian lainnya justru masih memilih bank konvensional. Faktor-faktor tersebut bisa berasal dari internal individu seperti pemahaman terhadap prinsip syariah, persepsi terhadap layanan bank, hingga faktor eksternal seperti promosi, pengaruh lingkungan, atau kemudahan akses *digital banking*. Menganalisis keputusan mahasiswa perbankan syariah dalam memilih BSI sebagai bank pilihan akan memberikan gambaran yang penting bagi pihak bank maupun institusi pendidikan dalam

merancang strategi literasi dan peningkatan kualitas layanan. Peneliti lebih memilih bank syariah karena sesuai dengan prinsip agama Islam dan sesuai dengan ajaran di UIN Syekh Wasil Kediri. Adanya *future* yang canggih dan lengkap ini bertujuan untuk memberikan kepuasan nasabah.

Tabel 1.2
Jumlah Mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri Angkatan 2023

No.	Prodi	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Nasabah BSI	Jumlah Nasabah BCA Syariah
1.	Perbankan Syariah	102	57	21
2.	Ekonomi Syariah	149	21	35
3.	Akuntansi Syariah	98	12	40
4.	Manajemen Bisnis Syariah	175	19	51
Jumlah		524	119	147

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Peneliti menggunakan sampel mahasiswa perbankan syariah UIN Syekh Wasil Kediri Angkatan 2023 karena banyak mahasiswa yang menjadi nasabah bank BSI. Mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2023 lebih mudah dijangkau oleh peneliti (misalnya karena lokasi, jaringan akademik, atau status sebagai mahasiswa aktif). Hal ini membantu mengontrol variabel luar, seperti perbedaan tingkat pemahaman antar angkatan. Selain itu, mahasiswa angkatan 2023 juga sudah berada di tahun ke-4 (saat penelitian dilakukan), yang berarti mereka telah mendapatkan materi inti perbankan syariah.

Penelitian ini memilih mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri sebagai objek penelitian karena mahasiswa merupakan kelompok pengguna aktif

layanan perbankan digital, termasuk mobile banking, dalam mendukung aktivitas akademik dan kebutuhan sehari-hari. Sebagai perguruan tinggi berbasis keislaman, UIN Syekh Wasil Kediri memiliki lingkungan akademik yang selaras dengan nilai-nilai perbankan syariah, sehingga mahasiswa memiliki pemahaman dan ketertarikan yang lebih tinggi terhadap layanan keuangan syariah, khususnya Bank Syariah Indonesia (BSI).

Selain itu, mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri tergolong generasi yang melek teknologi dan terbiasa menggunakan aplikasi digital, sehingga mampu memberikan penilaian yang objektif dan relevan terhadap kualitas layanan *mobile banking*. Kemudahan akses terhadap responden, homogenitas karakteristik, serta relevansi latar belakang akademik menjadikan mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri sebagai objek penelitian yang tepat untuk mengkaji pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah dalam konteks perbankan syariah.

Mahasiswa perbankan syariah berpotensi menjadi pengguna jasa Bank BSI. Karena, mahasiswa perbankan syariah sudah menyelesaikan materi terkait perbankan syariah sehingga mereka memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah lebih dari prodi yang lain. Dengan alasan tersebut, pemilihan sampel ini dinilai relevan dan strategis untuk menjawab tujuan penelitian, baik untuk mengeksplorasi layanan digital dan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. Pada Bank Syariah Indonesia ini mengembangkan digitalisasi dengan berbagai *fiture* pada *mobile banking*. *Fiture* dari *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu: info rekening, transfer, bayar, beli, layanan islami,

berbagi (*ziswaf*), e-mas, favorit, tarik tunai, buka rekening, *TopUp eWallet*, *e-commerce*. Sedangkan *mobile banking* pada bank konvensional merupakan layanan perbankan digital yang dirancang untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan secara cepat dan efisien. Fitur utama yang tersedia meliputi akses informasi rekening seperti cek saldo dan mutasi, transfer dana antar rekening maupun antar bank, pembayaran berbagai tagihan rutin, serta pembelian produk digital seperti pulsa dan paket data. Selain itu, *mobile banking* bank konvensional juga menyediakan layanan kartu dan kredit, termasuk pembayaran tagihan kartu kredit, pengaturan limit transaksi, serta pengajuan pinjaman berbasis bunga. Dari sisi keamanan, layanan ini dilengkapi dengan sistem pengamanan seperti OTP, notifikasi transaksi, dan autentikasi biometrik. Secara umum, *mobile banking* bank konvensional berfokus pada kemudahan dan efisiensi transaksi finansial tanpa mengintegrasikan fitur berbasis nilai syariah atau informasi akad secara khusus.

“Marketing mix is good marketing tool is a set of products, pricing, promotion, distribution, combined to produce the desired response of the target market”. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang baik yang berada dalam suatu perusahaan, dimana perusahaan mampu mengendalikannya agar dapat mempengaruhi respon pasar sasaran.

Pada teori 7P (*Marketing Mix*) memiliki kaitan yang sangat erat dengan kepuasan nasabah, karena setiap unsur 7P membentuk pengalaman layanan yang dirasakan nasabah. Semakin baik penerapan 7P, semakin tinggi tingkat

kepuasan nasabah. Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dalam istilah 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau saluran distribusi), dan *promotion* (promosi), sedangkan dalam pemasaran jasa memiliki beberapa alat pemasaran tambahan seperti *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik), dan *process* (proses), sehingga dikenal dengan istilah 7P. Maka dapat disimpulkan bauran pemasaran jasa yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process*.⁶ Peneliti melakukan observasi awal sebagai nasabah BSI, yang terdapat dalam tabel berikut:

Tabel 1.3
Alasan Mahasiswa Memilih Menjadi Nasabah Bank BSI

No.	Faktor yang Mempengaruhi	Responden
1.	<i>Product</i>	5
2.	<i>Place</i>	2
3.	<i>Price</i>	2
4.	<i>Promotion</i>	3
5.	<i>People</i>	5
6.	<i>Process</i>	11
7.	<i>Physical Evidence</i>	2
Jumlah		30

Sumber: Kotler, 2006⁷

Mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri umumnya memiliki preferensi khusus dalam memilih lembaga keuangan, terutama yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Salah satu indikator yang menjadi perhatian utama adalah *process* atau proses layanan yang diberikan oleh bank. Proses (process), adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini memiliki arti sesuatu untuk

⁶ Kotler, Manajemen pemasaran, jilid I.

⁷ Kotler, Manajemen pemasaran, jilid I.

menyampaikan jasa. Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan senang merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian jasa itu sendiri.⁸

Hal ini tidak terlepas dari kebutuhan mahasiswa akan kemudahan, kecepatan, dan kejelasan dalam setiap transaksi perbankan yang mereka lakukan. Salah satu alasan utama adalah kemudahan proses pembukaan rekening. Mahasiswa menginginkan sistem yang praktis dan efisien, terutama saat pembukaan rekening untuk keperluan administrasi kampus seperti pembayaran UKT atau pencairan beasiswa.

BSI yang menyediakan layanan digital seperti pembukaan rekening melalui aplikasi BSI Mobile menjadi solusi yang sangat sesuai dengan gaya hidup mahasiswa saat ini yang serba digital. Selain itu, sebagai mahasiswa yang mempelajari prinsip-prinsip ekonomi syariah, mereka juga memperhatikan bahwa proses yang dilakukan oleh BSI sesuai dengan ketentuan syariat Islam, terutama dalam hal transparansi dan bebas riba. Proses yang adil, jujur, dan tidak memberatkan nasabah menjadi nilai tambah yang penting. Proses transaksi digital juga menjadi faktor utama. Mahasiswa membutuhkan layanan yang dapat menunjang aktivitas sehari-hari seperti transfer uang, pembayaran via *QRIS*, *top-up e-wallet*, hingga pembayaran tagihan secara *online*. BSI yang memiliki sistem digital yang cepat dan stabil tentu menjadi pilihan yang logis. Penelitian ini didukung oleh Adik Risa Pratiwi yang menunjukkan bahwa layanan *internet banking* berpengaruh

⁸ Kotler, Manajemen pemasaran, jilid I.

positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan melalui *self-service technology* pada Bank Syariah Indonesia.⁹

Di sisi lain, pengalaman pelayanan langsung di kantor cabang juga menjadi bagian dari indikator proses yang dipertimbangkan. Proses antrean yang tertib, pelayanan yang ramah, serta kejelasan informasi dari petugas bank turut memengaruhi tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap BSI. Yang tidak kalah penting, banyak mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri menjadi penerima beasiswa seperti KIP Kuliah atau bantuan pendidikan lainnya. Proses pencairan dana beasiswa yang cepat dan tepat waktu melalui BSI menunjukkan efisiensi yang menjadi alasan kuat bagi mahasiswa untuk memilih bank ini sebagai mitra keuangan mereka. Kesimpulannya, indikator process menjadi pilihan utama karena mencakup berbagai aspek penting dalam pengalaman perbankan mahasiswa, mulai dari efisiensi digital, pelayanan sesuai syariah, hingga kemudahan akses dana pendidikan. BSI yang mampu memberikan proses layanan yang cepat, aman, dan sesuai nilai Islam akan semakin dipercaya dan diminati oleh mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri.

Seiring dengan konsistensi dan komitmen untuk naik level ke *beyond syariah banking*, BSI terus mendorong peningkatan layanan digital. *Fiture* dari *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu: produk (tabungan, investasi, pembiayaan), keuangan (transfer, bayar & beli, QRIS, berbagi, tarik

⁹ Adik Risa Pratiwi, “Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Layanan Digital Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta),” *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Islam Raden Mas Said Surakarta*, 2022.

tunai, manajemen kartu, transaksi terjadwal), Islami (sholat & kiblat, hikmah, masjid, haji & umroh, asmaul husna, juz amma). Langkah ini juga bertujuan untuk mempermudah akses masyarakat terhadap layanan perbankan syariah baik perorangan, pelaku UMKM, maupun korporasi. Aplikasi BSI Mobile kini telah digunakan oleh 10 juta orang. Aplikasi ini didapatkan dengan cara mengunduh di aplikasi *PlayStore*.¹⁰ Adanya peningkatan dalam layanan digital perbankan di BSI inilah peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai layanan digital perbankan dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.

Istilah *mobile banking* merujuk pada layanan perbankan yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi keuangan menggunakan perangkat seluler. Nasabah dapat menggunakan *m-banking* untuk melakukan sejumlah tugas tanpa harus mengunjungi ATM atau kantor cabang, termasuk memeriksa saldo, memindahkan dana, membayar tagihan, dan membeli kredit. Salah satu inovasi perbankan yang memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan menggunakan perangkat seluler adalah *mobile banking*. Layanan ini diciptakan sebagai pengganti prosedur perbankan konvensional yang mengharuskan nasabah untuk mengunjungi ATM atau kantor cabang.¹¹

Teori *Diffusion of Innovation* oleh Rogers mendasari pentingnya *mobile banking*. Dalam teori ini, adopsi teknologi dilihat sebagai sebuah proses sosial di mana individu mengadopsi inovasi berdasarkan karakteristik seperti

¹⁰ Sumber mengambil dari: PlayStore

¹¹ A. Fitria and A. Munawar, "Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI," *Jurnal Inform* 1, no (2021).

keunggulan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, kemampuan untuk diuji coba, dan observabilitas. *Mobile banking* dianggap sebagai inovasi yang menawarkan keunggulan relatif dibandingkan layanan konvensional karena dapat mengurangi waktu dan biaya transaksi. Di samping itu, layanan ini kompatibel dengan gaya hidup modern yang serba cepat dan dinamis. Dengan demikian, penerapan *mobile banking* bukan semata-mata mengikuti tren teknologi, tetapi berakar kuat pada teori-teori ilmiah yang menjelaskan bagaimana inovasi diterima, bagaimana keputusan adopsi dibuat oleh pengguna, dan bagaimana perusahaan membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.¹²

Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dikutip dalam *website*-nya, regulasi layanan perbankan digital merupakan kegiatan perbankan yang dapat diakses secara mandiri dengan menggunakan sarana elektronik, baik itu melalui media digital milik nasabah, calon nasabah maupun milik bank sendiri.¹³ Layanan digital perbankan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan perkembangan teknologi, bank terus berinovasi untuk menyediakan layanan yang lebih cepat, aman, dan nyaman melalui *platform digital*. Indikator layanan digitalisasi adalah keunggulan relative (*relevant advantage*), kesesuaian (*compatibility*), kompleksitas (*complexity*), dapat diuji (*trialability*), dapat diamati (*observability*).¹⁴ Penelitian oleh Sefti Dia Purnamasari menunjukkan bahwa meski sistem

¹² M. Rogers. Everett, *Diffusion of Innovation*, 5 ed. (New York: Free Press, 2003).

¹³ OJK. (2016). Panduan Penyelenggaraan Digital Branch oleh Bank Umum.

¹⁴ Everett, Diffusion of Innovation.

pelayanannya sangat menguntungkan dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi tanpa harus datang langsung ke kantor, namun kepuasan anggota tidak selamanya meningkat dengan kemudahan ini.¹⁵

Penelitian mengenai variabel layanan digital untuk mahasiswa sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) sangat relevan dan penting karena mahasiswa merupakan kelompok yang lebih akrab dengan teknologi digital, sehingga mereka menjadi target utama dalam penggunaan layanan digital seperti aplikasi perbankan. Mahasiswa Islam cenderung lebih memilih layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga BSI sebagai bank syariah perlu memastikan bahwa layanan digital yang mereka tawarkan dapat memenuhi harapan dan kebutuhan mereka. Meneliti layanan digital untuk mahasiswa bisa memberikan wawasan tentang bagaimana bank seperti BSI dapat mengoptimalkan dan mengembangkan layanan mereka agar lebih menarik bagi generasi muda yang lebih cenderung menggunakan aplikasi dan *platform* berbasis digital. Mahasiswa sering kali membutuhkan akses mudah dan cepat untuk melakukan transaksi keuangan, seperti pembayaran biaya kuliah, pembelian buku, dan kebutuhan lainnya. Layanan digital yang efektif dan efisien dapat memberikan solusi yang memenuhi kebutuhan, serta membantu mahasiswa mengelola keuangan mereka dengan lebih baik.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk mengoptimalkan layanan *mobile banking* sebagai sarana

¹⁵ Sefti Dia Purnamasari, "Peran Penggunaan Sistem Layanan Mobile Bmt Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Simpanan Di Bmt Rizqona Ikabu Tambakberas Jombang," *Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri*, 2024.

utama transaksi perbankan bagi nasabah, termasuk kalangan mahasiswa. Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Syekh Wasil Kediri Angkatan 2023 merupakan kelompok pengguna aktif layanan *mobile banking* BSI karena kebutuhan transaksi yang cepat, praktis, dan fleksibel. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan beberapa fenomena permasalahan yang memengaruhi tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan *mobile banking* BSI.

Fenomena yang sering terjadi antara lain kendala teknis seperti aplikasi yang mengalami gangguan (*error*), keterlambatan notifikasi transaksi, serta kecepatan akses yang tidak stabil pada waktu tertentu. Selain itu, meskipun *mobile banking* BSI telah menyediakan berbagai fitur berbasis syariah, tidak semua nasabah memahami secara optimal fungsi dan mekanisme layanan tersebut, sehingga menimbulkan kebingungan dalam penggunaan. Dari sisi kemudahan dan proses layanan, sebagian nasabah juga menilai bahwa prosedur aktivasi atau penanganan keluhan melalui layanan digital masih memerlukan waktu yang relatif lama.

Permasalahan lainnya berkaitan dengan persepsi keamanan dan transparansi informasi. Beberapa nasabah masih merasa ragu terhadap keamanan data dan kejelasan informasi biaya atau akad dalam transaksi digital, yang pada akhirnya dapat memengaruhi tingkat kepercayaan dan kepuasan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan nasabah terhadap layanan *mobile banking* yang cepat, aman, dan mudah digunakan dengan pengalaman nyata yang mereka rasakan. Oleh karena itu, fenomena tersebut menjadi dasar penting untuk meneliti sejauh mana layanan *mobile banking* BSI

berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, khususnya pada mahasiswa Perbankan Syariah UIN Syekh Wasil Kediri Angkatan 2023.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana layanan *mobile banking* pada nasabah BSI Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Syekh Wasil Kediri Angkatan 2023?
2. Bagaimana kepuasan nasabah BSI pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Syekh Wasil Kediri Angkatan 2023?
3. Bagaimanakah pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah BSI Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Syekh Wasil Kediri Angkatan 2023?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui layanan *mobile banking* perbankan pada nasabah BSI Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Syekh Wasil Kediri Angkatan 2023.
2. Untuk mengetahui kepuasan nasabah BSI pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Syekh Wasil Kediri Angkatan 2023.
3. Untuk mengetahui pengaruh layanan *mobile banking* perbankan terhadap kepuasan nasabah BSI Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Syekh Wasil Kediri Angkatan 2023.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis

Menjadi wawasan dan pengetahuan seseorang yang melakukan penelitian mengenai variabel layanan *mobile banking* perbankan dan kepuasan nasabah.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi BSI, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai evaluasi dalam hal layanan *mobile banking* perbankan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
- b. Bagi mahasiswa FEBI, mahasiswa dapat mengetahui pentingnya layanan *mobile banking* perbankan untuk kepuasan nasabah.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan sumber rujukan serta referensi untuk penelitian selanjutnya dan menjadi tolak ukur dalam mengevaluasi hasil penelitian penulis lebih lanjut.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah asumsi sementara atau klaim yang belum terbukti kebenarannya. Karena respons tersebut hanya didasarkan pada teori yang relevan dan bukan pada fakta empiris yang dikumpulkan melalui pengumpulan data, maka disebut sebagai respons sementara. Oleh karena itu, daripada menjadi respons empiris, hipotesis dapat dinyatakan sebagai respons teoritis terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah BSI Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Syekh Wasil Kediri Angkatan 2023.

H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah BSI Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Syekh Wasil Kediri Angkatan 2023.

F. Penelitian Terdahulu

Setiap penelitian memiliki kaitan, khususnya penelitian terdahulu. Oleh sebab itu, terdapat penelitian sebelumnya atau kajian pustaka terdahulu. Adapun penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti meskipun secara tidak langsung, yaitu:

1. Skripsi oleh Wilda Rizqi Amalia (2021) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember, dengan judul “Analisis Implementasi Digital Banking dalam Peningkatan Kualitas Layanan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember”.¹⁶ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa empati Bank Mandiri Syariah kantor cabang Jember mengembangkan *digital banking* menyesuaikan dengan gaya hidup para nasabahnya, berupa bukti fisik inovasi layanan yang diberikan Oleh Bank Mandiri Syariah KC Jember. Persamaan pada penelitian ini terletak pada variabel *digital banking*. Sedangkan perbedaannya terletak pada jenis penelitian. Peneliti terdahulu

¹⁶ Wilda Rizqi Amalia, “Analisis Implementasi Digital Banking Dalam Peningkatam Kualitas Pelayanan Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember,” *Analisis Implementasi Digital Banking Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember*, 2021, [http://digilib.uinkhas.ac.id/23989/%0Ahttp://digilib.uinkhas.ac.id/23989/1/Wilda Rizqi Amalia_E20161034.pdf](http://digilib.uinkhas.ac.id/23989/%0Ahttp://digilib.uinkhas.ac.id/23989/1/Wilda%20Rizqi%20Amalia_E20161034.pdf).

menggunakan jenis penelitian kualitatif, sedangkan peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Selain itu, terdapat perbedaan pada objek penelitian. Peneliti terdahulu melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, sedangkan peneliti di BSI.

2. Skripsi oleh Milannisti Rama Dhani Kansil (2022) Fakultas Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali, dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Renon Bali”.¹⁷ Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat variabel kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dimana nilai signifikan sebesar 0,000 dengan koefisien regresi positif sebesar 0,592. Nilai 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 mengidentifikasi bahwa H_0 di tolak dan H_a diterima Persamaan pada penelitian ini terletak pada variabel tepatnya kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian. Peneliti terdahulu melakukan penelitian di BNI Cabang Renon Bali, sedangkan peneliti di BSI.
3. Skripsi oleh Adik Risa Pratiwi (2022) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, dengan judul “Pengaruh Digitalisasi Perbankan melalui *Self-Service Technology* terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Layanan Digital Bank Syariah Indonesia (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN

¹⁷ Milannisti Rama Dhani Kansil, “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Renon Bali,” *Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali*, 2022.

Raden Mas Said Surakarta)”.¹⁸ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan Internet Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan melalui *self-service technology* pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan thitung sebesar 3.784 dengan ttabel 1,660, berarti nilai thitung > ttabel. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < (0,05)$. Persamaan pada penelitian ini terletak pada variabel tepatnya digitalisasi perbankan dan kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaannya, peneliti terdahulu menggunakan variabel mediasi.

4. Skripsi oleh Sefti Dia Purnamasari (2024) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri, dengan judul “Peran Penggunaan Sistem Layanan Mobile BMT dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Simpanan di BMT Rizqona Ikabu Tambakberas Jombang”.¹⁹ Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem layanan tersebut sangat membantu dan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi tanpa harus datang langsung ke kantor. Namun kemudahan nasabah tersebut belum tentu meningkatkan kepuasan anggota simpanan yang didapat oleh BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang. Maka dari itu penulis mengambil judul peran penggunaan sistem layanan Mobile BMT dalam meningkatkan kepuasan

¹⁸ Adik Risa Pratiwi, “Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Layanan Digital Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta),” *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Islam Raden Mas Said Surakarta*, 2022.

¹⁹ Sefti Dia Purnamasari, “Peran Penggunaan Sistem Layanan Mobile Bmt Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Simpanan Di Bmt Rizqona Ikabu Tambakberas Jombang,” *Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri*, 2024.

anggota tabungan di BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang dengan fokus penelitian, penggunaan sistem layanan Mobile BMT di BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang, kepuasan anggota simpanan di BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang, dan peran penggunaan sistem layanan Mobile BMT dalam meningkatkan kepuasan anggota simpanan di BMT Rizqona Tambakberas Jombang.

Skripsi oleh Zahrotul Ainia (2024) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri, dengan judul “Peran Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Studi pada Bank Muamalat KCP Mojokerto”.²⁰ Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran kualitas pelayanan Bank Muamalat KCP Mojokerto memberikan kepuasan bagi nasabah. Persamaan pada penelitian ini terletak pada variabel tepatnya kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaannya terletak pada jenis penelitian. Peneliti terdahulu menggunakan jenis penelitian kualitatif, sedangkan peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Selain itu, terdapat perbedaan pada objek penelitian. Peneliti terdahulu melakukan penelitian di Bank Muamalat KCP Mojokerto, sedangkan peneliti di BSI.

²⁰ Zahrotul Ainia, “Peran Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Studi Pada Bank Muamalat Kcp Mojokerto,” *Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri*, 2024.