

JURNAL ILMIAH AKUNTANSI, MANAJEMEN, & EKONOMI ISLAM

Pelindung	: Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB)
Penanggung Jawab	: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB
Ketua Dewan Redaksi	: Dr. Meilaty Finthariasari, M.M
Sekretaris Dewan Redaksi	: Marini, S.E., M. EK
Secretariat and Administration	: 1. Marliza Ade Fitri, M.M 2. Diah Khairiah, M.Ak

SEMUA TULISAN YANG ADA DALAM JURNAL PENELITIAN INI BUKAN
MERUPAKAN CERMINAN SIKAP ATAU PENDAPAT DEWAN REDAKSI
TANGGUNGJAWAB TERHADAP ISI ATAU AKIBAT DARI TULISAN TETAP
TERLETAK PADA PENULIS

ALAMAT REDAKSI

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Kampus IV Jl. Adam Malik KM. 9, Sidomulyo, Gading Cempaka Bengkulu

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU**

DAFTAR ISI

PERENCANAAN OPERASIONAL BRITISH PETROLEUM ACTIVE MOBILE FUEL STATION PT WHEZ ENERGI SEJAHTERA Zatmiko Setiawan Rhian Indradewa Dimas Angga Negoro Edi Hamdi	01 - 20
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM TERHADAP FAKTOR PENDUKUNG EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL PANORAMA KOTA BENGKULU Pajri Abdul Ajis Idwal Padlim Hanif	21 - 37
PEMASARAN PRODUK UMKM PADA KELOMPOK TANI KECAMATAN ENGGANO (Program Guidance For Marketing Of Umkm Products In Farmers' Groups In Enggano District) Arbit Khopangsang Eka sri Wahyuni Yenti Sumarni	38 - 50
PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION DAN CORPORATE REPUTATION TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan PT. JNE Kota Bengkulu) Meilaty Finthariasari Zicco Fernandez Subandrio Dedi Wahyudi	51 - 60
ADOPSI QRIS OLEH PEDAGANG TERAS MALIOBORO 1: ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN Avilla Nadhif Firjatullah Wahyu Hidayat Riyanto Subandrio Dimas Bagus Wiranatakusuma	61 - 71
PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP MINAT BERLANGGANAN LAYANAN STREAMING VIDEO-ON-DEMAND NETFLIX (STUDI PADA MAHASISWA AKTIF DI MALANG) Abdullah As Shoib Arief Noviarakhman Zagladi Wahyu Hidayat Riyanto	72 - 87
PELANGGARAN ETIKA DAN KEBIJAKAN STUDI MENGENAI PERDAGANGAN ILEGAL PAKAIAN BEKAS IMPOR DI LINGKUP PENGUSAHA THRIFTING Belva Sharafina Dinar Asriningpuri Khalila Zalema	88 - 103

PERAN KUALITAS PRODUK DAN INFLUENCER DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN NASABAH SERTA IMPLIKASINYA PADA KEPUTUSAN PEMBIAYAAN KPR DI BANK XYZ SYARIAH Elisa Purnawati	105 - 117
APLIKASI METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCES (AHP) DALAM UPAYA MENINGKATKAN WISATA HALAL (DI WISATA RINDU HATI KABUPATEN BENGKULU TENGAH) Andre Noprendi Andang Sunarto Nonie Afrianty	118 - 135
PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP ADOPSI E-COMMERCE DI KALANGAN GENERASI MILENIAL Fitri Syakinah Irfan Rizki Gumilar Reny Dany Merliyana	136 - 147
ANALISIS PELAKSANAAN KONTRAK EMAS SYARIAH (Studi Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Sampang) Imam Syafi'e Muhtadi Ridwan Irmayanti Hasan	148 - 158
FINANCIAL LITERACY DAN FINANCIAL SECURITY: PERAN MEDIASI FINANCIAL BEHAVIOR Lauren Prastika Marfia Putri Muhammad Ali Fikri	159 - 172
PERCEPTIONS AND PURCHASE INTENTIONS OF MUSLIM AND NON-MUSLIM CONSUMERS FOR ISLAMIC RETAILING Asyidatur Rosmaniar Ali Imaduddin Futuwwah Awanis Ku Ishak Alvia Poppy Nurjayanti	173 - 185
PENGARUH LABA BERSIH, ARUS KAS OPERASI, KESEMPATAN INVESTASI, KEBIJAKAN HUTANG DAN PERTUMBUHAN ASET TERHADAP KEBIJAKAN DEVIDEN (Studi Pada Perusahaan Food And Beverage 2019-2021) Desi Fitria Yazi Hamzah	186 - 203
PENGARUH PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT, PENGEMBANGAN KARIR, DAN KOMPENSASI TERHADAP KOMITMEN ORGANISASI PERAWAT PADA RSU PKU MUHAMMADIYAH BANTUL Sekar Dwi Hidayati Epsilandri Septyarini Tri Ratna Purnamarini	204 - 226
PENGARUH PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT, PENGEMBANGAN KARIR, DAN KOMPENSASI TERHADAP KOMITMEN ORGANISASI PERAWAT PADA RSU PKU MUHAMMADIYAH BANTUL Sekar Dwi Hidayati	227 - 236

Epsilandri Septyarini
Tri Ratna Purnamarini

PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN DI
TOKO AL MUAWANAH MART UIN FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
DALAM MENARIT MINAT BELANJA KONSUMEN 237 - 256

Robin Syahputra
Idwal
Citra Liza

POVERTY STUDY IN BENGKULU PROVINCE (INCLUSIVE DEVELOPMENT
INDEX REVIEW) 257 - 271

Barika
Aan Zulyanto

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KOMUNIKASI INTERPERSONAL,
DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT PADA
KANTOR DP3AKB KABUPATEN JEMBER 272 - 289

Rizqi Ahmad Nurillah
Retno Endah Supeni
Ahmad Izzuddin

PEMETAAN SISTEMATIS TOPIK KINERJA EKONOMI TAHUN 2015-2024
BERDASARKAN ANALISIS BIBLIOMETRIK 290 - 320

Fhirlyadi Aji
Dirvi Surya Abbas

PENGARUH FINANCIAL DISTRESS, LEVERAGE, OPINI AUDIT, AUDIT
DELAY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN 321 - 334

Sigit Budi Santoso
Dirvi Surya Abbas
Ismi Ramadhani
Indriyani
Syifa Nurkamilah

PROMOSI ONLINE, HARGA, DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAPA COOKIES 335 - 349

Dina Novita Sari
Ika Purwanti

PENGEMBANGAN IDE INOVASI KRIPIK TAHU KHAS BANGKA DENGAN
MENGUNAKAN PROSES DESIGN THINKING 350 - 365

Feby Febriyani
Heru Wijayanto Aripadono

UJI PERBANDINGAN KARAKTERISTIK PENELITIAN PADA VARIABEL
KOMUNIKASI PEMASARAN, DAYA TARIK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN 366 - 378

Meilaty Finthariasari
Zhenyuan Wang
Ari Yunita

DAMPAK IMPLEMENTASI PSAK 71/115 TERHADAP PRAKTIK MANAJEMEN
LABA DAN PENGHINDARAN PAJAK 379 - 397

Cinthy Oktaviana Nugroho

Eko Budi Santoso

KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGGUNA DALAM DIGITALISASI USAHA JASA BERBASIS PLATFORM DI INDONESIA Jodi Septiadi Akbar Ramadhana Aulia Wisdawati	398 - 411
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN, MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABLE INTERVENING PADA MINIMARKET SUPERIO SITUBONDO Devi Tri Wulandari Theresia Pradiani Fathorrahman	412 - 441
PERAN STRATEGIS PEMERINTAH DALAM PERTUMBUHAN EKONOMI ISLAM DI INDONESIA BERDASARKAN PERSPEKTIF AL-QUR`AN DAN HADIST: KAJIAN INVESTASI SYARIAH Fadlia Galib M. Zaidi Abdad Nikmatullah	442 - 454
ETIKA DISTRIBUSI KEKAYAAN DALAM PANDANGAN AL-QUR`AN Yeni Helmalia Putri M. Zaidi Abdad Nikmatullah	455 - 468
UPAYA MENSTABILKAN PEREKONOMIAN AKIBAT KRISIS EKONOMI MELALUI INSTRUMEN ZAKAT Sa'an Awaludin M. Zaidi Abdad Nikmatullah	469 - 482
PERAN EKONOMI ISLAM DALAM UPAYA MENCAPAI KEADILAN PADA ETIKA BISNIS PERSPEKTIF STUDI QUR`AN DAN HADIST EKONOMI Sandriani M. Zaidi Abdad Nikmatullah	483 - 496
ANALISIS KEUNGGULAN KOMPARATIF DAN PENTINGNYA LABEL HALAL PADA PRODUK PALM OIL DI PERDAGANGAN INTERNASIONAL Meldina Aulia Ananda Nikmatullah M. Zaidi Abdad	497 - 510
PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, BEBAN KERJA, DAN KERJASAMA TIM TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. CITRA INSAN ANUGERAH DI PALEMBANG Putri Marsela Wijaya Ima Andriyani Ulil Amri Hisbullah Basri	511 - 532

ANTESEDEN DARI POSITIVE WORD OF MOUTH PADA DESTINASI WISATA DI INDONESIA Ahmat Mutawali Putra Aekram Faisal	533 - 546
PENGARUH PENGALAMAN MEREK, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN DALAM MEMBANGUN LOYALITAS MEREK PADA PRODUK HALAL Dwi Septi Ariyani Anton Agus Setyawan	547 - 561
STUDI TENTANG DAMPAK DISIPLIN KERJA, PENGALAMAN PROFESIONAL, DAN KOMPENSASI TERHADAP OPTIMALISASI KINERJA KARYAWAN DOESOEN KAKAO Ahmad Yusron Moh. Usman Kurniawan Neviyani	562 - 577
A COMPREHENSIVE ANALYSIS OF THE DETERMINANTS OF INCOME INEQUALITY OVER THE PAST DECADE IN INDONESIA “PANEL DATA APPROACH” Suntra Yanti M. Fikry Hadi Muhammad Hidayat	578 - 588
SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW (SLR) PERAN LAYANAN PERBANKAN DIGITAL SYARIAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH Aliftha Luluk Nur Fu’aidah Gita Damayanti Qulud Dwitika Kusuma Rochmat Aldy Purnomo	589 - 602

SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW (SLR) PERAN LAYANAN PERBANKAN DIGITAL SYARIAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH

SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW (SLR) THE ROLE OF SHARIA DIGITAL BANKING SERVICES IN CUSTOMER SATISFACTION

Aliftha Luluk Nur Fu'aidah^{1*}, Gita Damayanti²⁾, Qulud Dwitika Kusuma³⁾, Rochmat Aldy Purnomo⁴⁾

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

aliftha.fuaidah2@gmail.com¹, agrigitaa16@gmail.com², haiquluddk25@gmail.com³
rochmataldy93@gmail.com⁴

Jl. Budi Utomo No. 10, Ronowijayan, Siman, Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia.

Corresponding email: aliftha.fuaidah2@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima : 9 Jan 2025

Direvisi : 20 Jan 2025

Disetujui : 25 Jan 2025

Keywords:

Digital Banking Services,
Customer Satisfaction,
Systematic Literature Review,
Islamic Banking

Kata kunci:

Layanan Perbankan Digital,
Kepuasan Nasabah, Systematic
Literature Review, Perbankan
Syariah

ABSTRACT:

This study aims to analyze the effect of digital banking services on customer satisfaction through the Systematic Literature Review (SLR) approach. Digital banking services have become an important component in the financial industry, providing convenience, efficiency, and accessibility for customers. However, the success of implementing these services is greatly influenced by the level of customer satisfaction. This study collects and analyzes relevant scientific articles from various databases to identify factors that influence the relationship between digital banking services and customer satisfaction, such as service quality, security, trust, and user experience. The results of the study indicate that reliable, secure, and easy-to-use digital banking services significantly increase customer satisfaction. These findings provide insights for banking institutions in designing digital service development strategies that focus on customer needs and expectations.

ABSTRAK:

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh layanan perbankan digital terhadap kepuasan nasabah melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Layanan perbankan digital telah menjadi

komponen penting dalam industri keuangan, memberikan kemudahan, efisiensi, dan aksesibilitas bagi nasabah. Namun, keberhasilan implementasi layanan ini sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan nasabah. Studi ini mengumpulkan dan menganalisis artikel-artikel ilmiah yang relevan dari berbagai database untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi hubungan antara layanan perbankan digital dan kepuasan nasabah, seperti kualitas layanan, keamanan, kepercayaan, dan pengalaman pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan perbankan digital yang andal, aman, dan mudah digunakan secara signifikan meningkatkan kepuasan nasabah. Temuan ini memberikan wawasan bagi institusi perbankan dalam merancang strategi pengembangan layanan digital yang berfokus pada kebutuhan dan harapan nasabah.

PENDAHULUAN

Pada zaman modern sekarang ini peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu saat ini dan di masa yang akan datang setiap negara dan individu kita tidak akan dapat lepas dari dunia perbankan, jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial atau perusahaan. Begitu pentingnya dunia perbankan, sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan “nyawa” untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara (Pratama, 2022).

Menurut Fridaus, dalam teorinya mengatakan bahwa : Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yakni bank dengan tata cara dan operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam. Salah satunya unsur yang harus di jauhi dalam muamalah Islam adalah praktik-praktik yang mengandung unsur ribah (spekulasi dan tipuan) (Muhamad Firdaus, 2005). Undang-Undang No. 21 Tentang Perbankan Syariah, 2008 pasal 1 disebutkan bahwa bank syariah adalah unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Perkembangan perbankan di Indonesia merupakan fenomena yang menarik dalam lingkup keuangan nasional sejak dikenalnya awal konsep Bank Syariah pada tahun 1992 melalui lahirnya PT Bank Muamalat Indonesia (BMMI) yang mulai beroperasi (Profil Bank Muamalat, 2024). Perkembangan bank syariah yang sebelumnya mengalami perlambatan, pada 5 (lima) terakhir bertransformasi cukup cepat memasuki pasar perbankan nasional didukung dari nilai pertumbuhan asset perbankan syariah sebesar 11,21% dengan total USD 4,5 miliar dibandingkan dengan tahun 2022 dan diprediksi akan tetap tumbuh mencapai USD 6,7 miliar tahun 2027 (LPKSI OJK, 2023a).

Mengamati realita perkembangan bank syariah di Indonesia hingga saat ini, maka peningkatan daya saing bank syariah merupakan hal yang sangat mendesak untuk dilaksanakan. Secara objektif harus diakui bahwa bank syariah masih kalah bersaing dibandingkan dengan bank konvensional, sehingga diperlukan strategi bersaing yang tepat untuk meraih keunggulan kompetitif dalam industri perbankan nasional. Dalam hal ini, kekuatan daya saing sangat menentukan bagi keberhasilan atau kegagalan sebuah perusahaan dalam suatu industri tertentu. Alih-alih mendukung pembangunan ekonomi bangsa, jika terus beroperasi dengan daya saing

yang rendah maka eksistensi bank syariah akan terancam oleh peta persaingan perbankan yang semakin ketat. Perkembangan dan kondisi persaingan saat ini mengisyaratkan perlunya program akselerasi agar bank syariah mampu mengejar ketertinggalannya atas bank konvensional.

Perkembangan teknologi informasi (TI) telah membawa perubahan signifikan terhadap tata cara bank syariah dalam menawarkan produk dan layanan mereka (peningkatan fitur transaksi hingga perubahan aplikasi layanan *mobile banking*), dikutip dari laman resmi salah satu Bank Umum Syariah di Indonesia (BSI) peluncuran aplikasi SuperApp Bernama BYOND by BSI sebagai salah satu hasil dari transformasi digital dalam merespon tantangan digitalisasi industri perbankan yang menghadirkan layanan finansial, social, dan spiritual dengan peningkatan sistem keamanan yang lebih terjaga. Peluncuran aplikasi yang disebut SuperApp tersebut dinyatakan telah diunduh lebih dari 2 (dua) juta pengguna dan 15 juta transaksi yang didominasi transaksi Ziswaf dan Investasi.

Ketidakkampuan bersaingnya perbankan syariah dengan perbankan konvensional dapat mengakibatkan kebangkrutan. Dengan mengetahui tantangan yang dihadapi serta strategi yang cocok dan sesuai untuk dilakukan perbankan syariah agar dapat mengembangkan produk dan layanannya hal itu akan menjadikan perbankan syariah Indonesia mengalami perkembangan pesat. Seperti yang sudah-sudah hal ini penting untuk diketahui agar perbankan syariah dapat berbenah menjadi lebih baik lagi dikemudian hari. Dan sebaliknya bila perbankan syariah di Indonesia tidak mengetahui tantangan yang dihadapi dan tidak mengetahui strategi yang harus dilakukannya maka hal itu dapat merugikan perbankan syariah itu sendiri. Dengan adanya perusahaan sejenis dan selalu mengalami perkembangan, persaingan menjadi tidak dapat dihindari lagi. Oleh karena itu, pengukuran kondisi dan tingkat kesehatan perbankan syariah itu sendiri harus segera dilakukan untuk mengantisipasi potensi bahaya. Ini membuktikan bahwa jika ingin bersaing atau bahkan memenangkan pangsa pasar maka harus bisa melewati tantangan-tantangan yang ada dengan menggunakan strategi yang tepat.

Dalam menjalankan suatu bisnis harus merancang strategi untuk mencapai tujuannya. Selama melakukan strateginya, perusahaan harus menelusuri hasilnya dan memantau perkembangan baru di lingkungan internal dan eksternalnya. Menurut Crown Dirgantoro, “strategi adalah sumber daya seseorang atau kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan di dalam pasar” (Dirgantoro, 2001). Strategi bisnis dapat digunakan sebagai langkah atau petunjuk dalam mencapai tujuan jangka panjang bagi suatu usaha sehingga dapat bersaing dan mempertahankan bisnisnya diantara pesaing. Untuk mampu bertahan di pasar perusahaan senantiasa berusaha dengan berbagai cara untuk berada di depan para pesaingnya dengan meningkatkan kualitas produk-produk yang lama dan produk yang baru supaya tetap diminati oleh banyak nasabah. Memanfaatkan infrastruktur yang sama tau berbeda, membutuhkan keterampilan baru, meluncurkan produk efisien, untuk menghemat biaya atau dengan menciptakan produk yang tergolong mudah tetapi dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Oleh karena itu perbankan syariah harus memiliki strategi yang sesuai dengan keadaan seperti lokasi strategis yang dapat dijangkau masyarakat dan bisa memberikan inovasi kepada masyarakat baik itu pada bidang jasa dan keuangan. Secara objektif harus diakui bahwa bank syariah masih kalah bersaing dibandingkan dengan bank konvensional, sehingga diperlukan strategi bersaing yang tepat untuk meraih keunggulan kompetitif dalam industri perbankan nasional. Dalam hal ini, kekuatan daya saing sangat menentukan bagi keberhasilan atau kegagalan sebuah perusahaan dalam suatu industri tertentu.

Salah satu strategi yang wajib terkait suatu usaha dan dalam hal ini membahas tentang perbankan syariah, salah satu tonggak yang menentukan adalah strategi dalam pemasaran. Tingkat kepuasan konsumen bisa di dapat dari strategi pemasaran yang baik dan tepat. Sesuai dengan yang di harapkan konsumen baik dalam segi procedural administrasi perusahaan maupun pelayanan. Prakteknya strategi dalam pemasaran dapat digolongkan menjadi beberapa bauran strategi diantaranya tentang strategi produk, strategi lokasi dan distribusi serta strategi promosi

(Kasmir, 2011). Strategi yang baik selalu dimulai dari yang paling mudah untuk diwujudkan. Dengan semakin berkembangnya pasar global, kecepatan inovasi memaksa setiap perusahaan menemukan strategi-strategi khusus untuk memenangkan persaingan global. Persaingan dibutuhkan untuk memunculkan hal baru dan inovasi baru (Mardatila Agniya, Prof. Dr. Asnaini, 2003).

Product Leadership digunakan perusahaan untuk menciptakan produk dan jasa inovatif yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dalam hal tersebut, produk atau jasa harus didorong dari inovasi yang kontan, manajemen risiko yang baik karena pemimpin produk merupakan inovator yang tidak lepas dengan risiko pasar, rasa bahwasannya kesuksesan perusahaan saat ini tidak lepas dari orang – orang yang terlibat didalamnya. Selain produk inovatif, perusahaan dituntut untuk dapat menyalurkan atau memasarkan produk inovatif tersebut secara kreatif agar bisa diterima dengan baik oleh masyarakat. Perlu juga dilakukan evaluasi dan pengembangan atas produk tersebut agar senantiasa dapat menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat (Silviany & Habib, 2023).

Digitalisasi selain menjadi peluang sekaligus tantangan Bank Syariah dalam menyediakan layanan yang lebih efisien, aman, dan mudah diakses oleh masyarakat. Produk berbasis IT seperti *mobile banking*, internet banking, *e-wallet syariah* merupakan *roadmap* pengembangan perbankan syariah Indonesia 2023-2027 (LPKSI OJK, 2023b). Produk digital bank syariah seperti *elektronik banking* kini telah menghadirkan fitur-fitur yang tidak hanya menawarkan menu transaksi melainkan fitur *top up e-wallet*, pembayaran tagihan, investasi keuangan (deposito, sukuk, tabungan emas, dll), transaksi sosial (ziswaf) hingga fitur non keuangan seperti pengingat waktu sholat dan arah kiblat. Upaya peningkatan kualitas layanan kepada nasabah melalui inovasi berbasis teknologi pada sektor keuangan, sejalan dengan Undang-undang No.4 tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan (UU PPSK) yang memberikan ruang khusus untuk perkembangan inovasi tersebut.

Tuntutan Digitalisasi Perbankan diperkuat oleh berbagai faktor pendorong pengembangan digital bank di Indonesia, mengingat Indonesia merupakan perekonomian yang berpotensi besar untuk menyerap arus digitalisasi. Faktor pendorong tersebut tercermin dalam 3 (tiga) aspek utama yaitu peluang digital (*digital opportunity*), perilaku digital (*digital behavior*), dan transaksi digital (*digital transaction*). Peluang digital antara lain meliputi potensi demografis, potensi ekonomi dan keuangan digital, potensi penetrasi penggunaan internet, serta potensi peningkatan konsumen. Perilaku digital di antaranya meliputi kepemilikan gawai dan penggunaan aplikasi mobile (*mobile apps*). Transaksi digital meliputi transaksi perdagangan online (*e-commerce*), transaksi digital banking, dan transaksi uang elektronik. (OJK, 2022).

Layanan Perbankan Digital adalah layanan bagi nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah dengan memperhatikan aspek pengamanan. Hal ini memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah bank melakukan transaksi diantaranya registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan (tarik tunai, transfer dan pembayaran), dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan (*financial advisory*), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*), dan kebutuhan lainnya dari nasabah bank. (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12 /POJK.03/2018).

Saat ini, banyak bank yang sudah mulai mengembangkan fitur-fitur perbankan digital mereka. Tidak hanya sebagai penyediaan aplikasi dan website untuk bertransaksi saja, digitalisasi

perbankan juga dilakukan pada kantor-kantor cabang perbankan yang ada di Indonesia. Misalnya, saat ini beberapa bank sudah memiliki aplikasi untuk reservasi nomor antrean yang digunakan untuk mencetak transaksi tabungan dan mengganti buku tabungan sudah bisa dilakukan melalui mesin. Bahkan untuk membuka rekening pun kini sudah dapat dilakukan secara self service oleh nasabah, tanpa harus datang ke kantor cabang lagi. Hadirnya permasalahan perbankan yang cukup menyita waktu. Dengan melakukan digitalisasi, industri perbankan sudah melakukan investasi jangka panjang untuk masa depan (Natazza et al., 2024).

Hasil penelitian Islamiah et.al, 2024 menyampaikan bahwa *e-banking* tidak hanya memberikan kenyamanan transaksi melainkan kemudahan, dimana fitur-fitur dapat digunakan tanpa harus memiliki keterampilan khusus, serta memenuhi standar keamanan dengan sistem berlapis yang dilengkapi dengan token (alat yang mengeluarkan angka-angka password yang berganti setiap kali melakukan transaksi). Penelitian tersebut juga menyebutkan layanan perbankan syariah menjadi mudah dan efisien dengan layanan keamanan yang mumpuni. Perkembangan bank syariah melalui digitalisasi berimplikasi terhadap layanan kepada nasabah yang berkaitan dengan tingkat kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan Restianti, et.al, 2023 menyatakan layanan digital pada Bank Syariah meliputi ATM dan *banking* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (dengan indikator kehandalan, daya guna, kenikmatan, control dan kecepatan).

Research gap pada penelitian ini melihat dari beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Susilawaty & Nicola, (2020) dan Chairunisa, 2022 berfokus pada dampak layanan perbankan digital terhadap kepuasan nasabah menggunakan metode kuantitatif atau deskriptif, eksplorasi temuan ini melalui Tinjauan Pustaka Sistematis (SLR) masih terbatas. Penelitian ini mengatasi kesenjangan ini dengan memberikan sintesis komprehensif dari literatur yang ada untuk menarik kesimpulan menyeluruh. Kemudian Penyertaan Beberapa Faktor yang Memengaruhi sebagian besar penelitian yang ada seperti penelitian Jannah et al., (2020), Mamun & Ningsih, (2021) meneliti faktor-faktor tertentu seperti kualitas layanan atau inovasi teknologi secara terpisah. Penelitian ini mengintegrasikan berbagai faktor, termasuk keandalan layanan, keamanan, pengalaman pengguna, dan kepercayaan, untuk menyajikan pandangan holistik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menginvestigasi tren penelitian terkait Peran Layanan Digital perbankan syariah terhadap Kepuasan Nasabah dalam rentang waktu tahun 2020-2024.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Perbankan Syariah

Perbankan syariah adalah jenis perbankan yang menjalankan operasinya sesuai dengan prinsip syariah. Implementasi syariah adalah perbedaan utama antara perbankan syariah dan perbankan konvensional. Implementasi Prinsip Syariah dalam Operasionalnya meliputi Murabahah, Ijarah (sewa menyewa), dan Pengawasan Syariah. Hubungan antara manusia dengan Sang Pencipta (HabluminAllah) dan sesama manusia (Hablumminannas) diatur secara menyeluruh dan universal dalam agama Islam. Dimensi Teologis HabluminAllah dan Hablumminannas menjelaskan konsep Kepercayaan dan Pilihan Nasabah. Dimensi ini menjelaskan lebih mendalam dengan menyoroti bagaimana bank syariah memenuhi kebutuhan spiritual nasabah. Misalnya, banyak nasabah merasa nyaman karena transaksi mereka dilakukan sesuai dengan ajaran agama yang memberi rasa tenang secara spiritual.

Perbankan Syariah menurut Pasal 1 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008, mencakup semua hal yang berkaitan dengan bank dan unit usaha syariah, termasuk kelembagaan, operasional, dan aturan bisnis (Gita Danupranata, 2013). Ada 3 Analisis Regulasi Pasal 1 UU No. 21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah, yang pertama Dukungan terhadap Pertumbuhan, regulasi ini memberikan kerangka hukum yang jelas untuk pengembangan bank syariah, termasuk aturan tentang tata kelola syariah, penyelesaian sengketa, dan perlindungan nasabah. Hal ini

menciptakan kepercayaan baik dari perilaku industri maupun nasabah. Regulasi kedua mengenai Tantangan Implementasi seperti kurangnya pemahaman masyarakat tentang produk syariah, terbatasnya sumber daya manusia yang kompeten di bidang ini, dan kebutuhan harmonisasi regulasi dengan aturan-aturan. Ketiga mengenai rekomendasi tambahan yang membahas bagaimana pemerintah dapat lebih proaktif misalnya melalui insentif pajak untuk produk syariah atau kampanye edukasi masyarakat, dapat menambah dimensi kebijakan. Bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, termasuk: terbebas dari bunga, yang dianggap sama dengan riba; dan terbebas dari kegiatan spekulatif yang tidak menghasilkan hasil apa pun (judi, maysir) (Zulkifli Rusby, 2022). Sesuai Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 15 tahun 2000 tentang Prinsip Distribusi Hasil Usaha Dalam Lembaga Keuangan Syari'ah menggunakan Prinsip Bagi Hasil (Net Revenue Sharing) maupun bagi untung profit dalam pembagian hasil usaha dengan mitra (nasabah)nya dan dilihat dari segi kemaslahatan, pembagian hasil usaha sebaiknya digunakan prinsip bagi hasil. Penetapan prinsip pembagian hasil usaha yang di pilih harus di sepakati dalam akad. (<https://www.santrinabawi.id/2023/01/fatwa-dsn-mui-prinsip-distribusi-hasil-usaha.html>)

Layanan Perbankan Digital

Layanan Perbankan Digital saat ini telah menjadi solusi yang efektif, inovatif, dan efisien bagi nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan menjalankan transaksi perbankan melalui media elektronik. Digitalisasi Layanan Perbankan menghadirkan berbagai keunggulan dibandingkan layanan konvensional, terutama dalam meningkatkan pengalaman pelanggan (customer experience) dan efisiensi operasional. Sebagai contoh, Bank syariah X telah berhasil mengimplementasikan layanan mobile banking yang memungkinkan nasabah untuk membuka rekening secara online dalam waktu kurang dari 10 menit, tanpa perlu mengunjungi kantor cabang. Dari contoh kasus ini menunjukkan bagaimana digitalisasi dapat menghemat waktu dan meningkatkan kenyamanan nasabah. Dikembangkan dengan mengoptimalkan data nasabah, layanan ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan secara lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan preferensi individu. Fitur ini memungkinkan nasabah melakukan berbagai aktivitas, seperti registrasi, pembukaan rekening, transfer dana, pembayaran, hingga penutupan rekening secara mandiri. Tak hanya itu, layanan ini juga mencakup akses ke informasi lain, seperti nasihat keuangan, investasi, dan transaksi e-commerce, yang menambah kenyamanan nasabah dalam mengelola kebutuhan keuangannya. Dengan digitalisasi, nasabah dapat mengakses layanan kapan saja dan di mana saja tanpa perlu mengunjungi kantor cabang, sehingga menghemat waktu dan biaya perjalanan. Antarmuka digital yang mudah digunakan, personalisasi layanan berbasis data nasabah, serta ketersediaan informasi secara real-time menjadi faktor utama yang meningkatkan kenyamanan dan kepuasan nasabah. Digitalisasi layanan perbankan merupakan salah satu aspek pendorong tingginya potensi perilaku digital masyarakat Indonesia, berdasarkan data Bank Indonesia dan Statistik Perbankan Indonesia OJK pada tahun 2020, tren peningkatan transaksi digital perbankan terjadi peningkatan setiap tahunnya (Herison dkk, 2022). Digitalisasi layanan dalam perbankan syariah ini meliputi : mobile banking, internet banking, kartu debit/kredit, dan Automatic Teller Machine (ATM).

Meskipun baik perbankan syariah maupun konvensional mengadopsi digitalisasi, terdapat perbedaan dalam penerapan prinsip dan fitur layanan: Dalam layanan konvensional, fokus utamanya adalah pada efisiensi transaksi dan inovasi teknologi, seperti integrasi dengan platform pembayaran digital atau penggunaan kecerdasan buatan untuk personalisasi layanan. Sementara itu, perbankan syariah memastikan bahwa setiap fitur digital, seperti mobile banking, transparan dalam menyajikan informasi akad-akad syariah yang mendasari transaksi. Sebagai contoh, fitur laporan transaksi pada aplikasi perbankan syariah menampilkan rincian akad, sehingga nasabah dapat dengan mudah memahami bagaimana dana mereka digunakan sesuai prinsip syariah. Selain itu, layanan seperti pembiayaan berbasis murabahah atau bagi hasil juga diintegrasikan dengan sistem digital untuk memastikan kepatuhan terhadap aturan syariah.

Pengertian Kepuasan Nasabah

Secara yuridis, nasabah diartikan sebagai pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah tidak hanya berupa masyarakat yang telah membuka buku rekening tetapi juga termasuk pihak yang tidak memiliki rekening, tetapi memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan (walk in customer) (Rahmawanti & Lubis, 2014). Nasabah merupakan tujuan akhir dari pemasaran produk dan jasa, karena dari nasabah lah suatu produk atau jasa dapat dinyatakan berkualitas atau tidak. Selanjutnya seorang nasabah akan menilai produk dan jasa yang telah digunakannya, dan akan menilai seberapa puas dia dalam menggunakan produk dan jasa tersebut. Kepuasan merupakan sebuah konsep yang menentukan suatu barang atau jasa dapat diterima atau tidak di dalam pasar. Kepuasan nasabah menjadi prioritas penting yang perlu diperhatikan serta sangat dibutuhkan untuk perkembangan dan kemajuan suatu perusahaan.

Menurut Kotler and Kerller (2016) Kepuasan Nasabah adalah rasa senang maupun kecewa pada konsumen terjadi setelah ia membandingkan kesesuaian pelayanan yang diberikan perusahaan dengan harapannya atas pelayanan tersebut. Apabila kinerja tidak sesuai harapan, konsumen merasa tidak puas dan apabila kinerja sesuai harapan, maka konsumen akan puas atau senang. Tjiptono, 2016 menyatakan kepuasan pelanggan adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang mengunakannya terpenuhi.

Konsekuensi Dari Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono & Diana (2015:43-44) kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap nilai beli ulang, loyalitas pelanggan, perilaku complain, dan gethok tular positif. Pelanggan yang puas cenderung untuk melakukan pembelian terhadap produk/jasa yang sama secara berulang, serta memiliki kemungkinan melakukan up-buying (membeli versi produk dengan harga lebih mahal) dan cross-buying (membeli produk lain yang dijual produsen atau distributor yang sama). Pelanggan yang puas juga akan cenderung loyal terhadap perusahaan, mereka akan lebih toleran terhadap kesalahan yang dilakukan perusahaan serta mereka berkemungkinan kecil untuk melakukan complain. Kepuasan pelanggan secara tidak langsung akan menjadikan konsumen bersedia untuk merekomendasikan produk atau perusahaan kepada orang lain (gethok tular positif). Hal ini dikarenakan pelanggan telah merasa nyaman dengan prodak ataupun perusahaan dan merekomendasikan kepada kerabatnya agar mereka bisa merasakan hal yang sama.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Systematic Literature Review (SLR). Metode pada penelitian ini memiliki beberapa alur proses yaitu planning yang merupakan tahapan awal melakukan SLR, tahap ini merumuskan pertanyaan penelitian secara spesifik. Pertanyaan utama dalam penelitian ini yaitu bagaimana layanan perbankan digital berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sebuah pertanyaan penelitian harus memandu SLR yang mendorong seluruh proses. Systematic Literatur Review yang baik didasarkan pada pertanyaan yang dirumuskan dengan baik dan dapat dijawab. Dalam menentukan pertanyaan penelitian SLR terdapat model PICO (*Population, Intervention, Comparison and Outcome*) yang umum digunakan untuk merumuskan pertanyaan klinis dan juga pertanyaan penelitian yang membantu para peneliti dalam proses ekstraksi data dan menemukan bukti yang relevan dari basis data. PICO memiliki empat kriteria utama, yaitu Populasi, Intervensi, Kontrol, dan Hasil (Schardt et al., 2007). Untuk membantu memfokuskan penelitian dan memperjelasnya maka peneliti menggunakan pendekatan PICO.

Tabel 1. Pendekatan PICO

Population or Problem	Interest	Context
-----------------------	----------	---------

<p>Variabel atau konteks penelitian apa saja yang terkait dengan layanan perbankan digital terhadap kepuasan nasabah.</p>	<p>Produk Digital Perbankan Syariah (transaksi dan investasi pada mobile banking)</p>	<p>Produk pada Layanan Perbankan Digital terhadap Kepuasan Nasabah.</p>
---	---	---

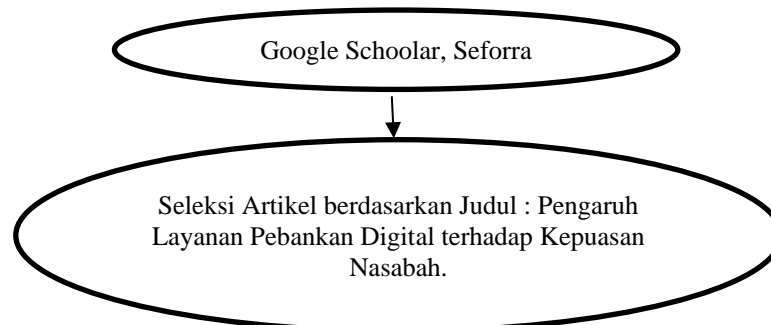
Setelah membuat tujuan dan cakupan yang jelas pada *review question*, selanjutnya adalah merumuskan pertanyaan. Penelitian ini akan membahas mengenai:

1. Variabel atau konteks apa saja yang terkait dengan Layanan Perbankan Digital terhadap kepuasan nasabah ?

Selanjutnya masuk ke tahap *conducting* yaitu tahap pelaksanaan dari SLR, langkah ini meliputi metode pencarian literature misalnya kata kunci yang di gunakan dalam penelitian seperti layanan perbankan digital, kepuasan nasabah, SLR dan perbankan syariah. Terdapat juga kriteria inklusi dan eksklusi secara implisist tentang rentang tahun penelitian dan jenis penelitian. Data yang digunakan berasal dari google scholar, seforra data base tentang layanan perbankan digital terhadap kepuasan nasabah dari tahun 2020-2024. Tahap terakhir yaitu *reporting* yang merupakan tahapan penulisan SLR menjadi sebuah laporan. Tahap reporting menjelaskan bagaimana hasil analisis literature dirangkum dan dilaporkan termasuk pada penarikan kesimpulan. Data yang dikumpulkan sebelumnya akan dianalisis, hasil yag dianalisa akan menjawab pertanyaan yang telah ditentukan dan dituliskan dalam bentuk paper sesuai format yang telah disediakan.

Tujuan utama Systematic Literature Review (SLR) adalah untuk meningkatkan transparansi dalam setiap proses review dengan cara mengandalkan proses eksplisit, metode sistematis yang mengurangi bias pada pemilihan dan studi yang dimasukan, menilai kualitas studi tersebut dan meringkasnya secara objektif (Liberati et.al, 2009). Tujuan Systematic Literatur Review memiliki tujuan yang jelas yaitu tentang menyusun pertanyaan, pendekatan tentang bagaimana mencari studi, menetapkan kriteria, dan menghasilkan penelitian kualitatif.

Prosedur penelitian ini menggunakan metode SLR mengikuti prosedur penelitian yang dilakukan oleh Salim et.al, 2022, yang terdiri dari identifikasi masalah, pencarian literatur, pemilihan hasil pencarian literatur, dan analisis hasil pencarian literatur. Prosedur tersebut dapat dijelaskan dengan gambar :



Gambar 1 : Tahapan Pencarian dan Pemilihan Literatur

Pemilihan Hasil Pencarian Literatur

Untuk memilah literatur dengan fokus penelitian berdasarkan judul yaitu “Pengaruh

Layanan Perbankan Digital terhadap Kepuasan Nasabah”, penulis menganalisis artikel yang duplikat dan artikel yang publikasi pada tahun 2020-2023.

Tabel 1 : Penelusuran Artikel Penelitian Terdahulu

NO	Author	Judul	Metode	Hasil
1	Rozaq M. Yasin, Nurzahroh Lailiyah, Mochamad Edris. (Yasin et al., 2021)	Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasil Millenial	Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. Sampel 100 responden generasi milenial di kudus yang menggunakan m- banking atau i- banking, dipilih dengan metode purposive sampling.	M-Banking dan i- banking memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap literasi keuangan syariah generasi milenial. Koefisien determinasi (R-Square) sebesar 77,5% menunjukkan layanan digital memberikan kontribusi besar terhadap literasi keuangan syariah.
2	Sukron Mamun, Tri Hadmiatin Ningsih. (Mamun & Ningsih, 2021)	Implementasi strategi layanan Teknologi Digital banking dan service quality dalam perspektif nasabah pada perbankan syariah.	Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif.	Digital banking merupakan elemen kunci dalam transformasi perbankan syariah. Dengan fokus pada peningkatan literasi keuangan dan kualitas layanan, bank syariah dapat: <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan inklusi keuangan di kalangan generasi muda. • Memperkuat loyalitas nasabah melalui layanan berkualitas tinggi yang responsif dan ramah. • Mendukung efisiensi operasional bank, sekaligus memenuhi kebutuhan nasabah akan layanan yang modern dan mudah diakses.

3	<p>Faiza Shakira Saina Harahap. (Shakira et al., 2024)</p>	<p>Implementasi Penggunaan Fitur E-Mas pada BSI mobile sebagai media Investasi Modern (Studi Kasus PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Sukaramai)</p>	<p>Metode penelitian Deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan officer gadai emas BSI dan Penggunaan langsung fitur E-Mas di Aplikasi BSI Mobile.</p>	<p>Fitur E-Mas pada BSI Mobile adalah solusi investasi modern yang memadukan kemudahan teknologi dengan prinsip syariah. Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi fitur E-Mas telah sesuai dengan prosedur dan akad syariah. Meski demikian, peningkatan literasi digital dan penyempurnaan waktu layanan, seperti proses tarik fisik emas, diperlukan untuk meningkatkan pengalaman nasabah.</p>
4	<p>Andrew Shandy Utama. (Utama, 2021)</p>	<p>Digitalisasi Produk Bank Konvensional dan Bank Syariah di Indonesia.</p>	<p>Metode dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Menggunakan pendekatan peraturan perundang-undangan.</p>	<p>Digitalisasi dalam perbankan khususnya layanan digital banking menjadi peluang bisnis yang potensial. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah.</p>
5	<p>Lilis Susilawaty, Nicola. (Susilawaty & Nicola, 2020)</p>	<p>Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan.</p>	<p>Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang di kumpulkan melalui kuesioner dari 136 responden.</p>	<p>Jurnal ini meneliti pengaruh layanan perbankan digital terhadap kepuasan nasabah, khususnya di Bank Central Asia (BCA). Penelitian ini relevan mengingat pesatnya perkembangan teknologi yang telah mendorong transformasi digital di industry perbankan khususnya dalam menghadapi tantangan</p>

				dari perusahaan berbasis Financial Technology (FinTech)
6	<p>Riska Imsa'ul Febiantoro, Yunita Dwi Nur Aini, Angel Adilla Ani'fa Dewanti Putri, Muhammad Raffi Wahidin, Binti Nur Asiyah.</p> <p>(Febiantoro et al., 2023)</p>	<p>Layanan Digital dan Mitigasi Resiko Sebagai upaya meningkatkan kualitas Layanan pada Perbankan Syariah di Indonesia.</p>	<p>metode penelitian kualitatif deksriptif. penelitian kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran secara akurat, factual, dan sistematis terkait sifat, fakta, serta kejadian terkini tentang layanan digital dan mitigasi risiko, semuanya dalam upaya untuk meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan oleh Bank Syariah di Indonesia.E17</p>	<p>Hasilnya menunjukkan bahwa layanan digital dan mitigasi risiko mempunyai dampak yang signifikan terhadap meningkatnya kualitas layanan di BSI yang selanjutnya memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan nasabah dalam Perbankan Islam.</p>
7	<p>Izma Fazlun Jannah, Inayatillah Djakfar, Azimah Dianah. (Jannah et al., 2020)</p>	<p>Pengaruh Kualitas Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bni Syariah Cabang Banda Aceh</p>	<p>Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mengkaji hubungan digital banking terhadap kepuasan nasabah</p>	<p>Hasil penelitian dengan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas desain website, kualitas informasi website, accuracy, speed, dan security secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna digital banking pada BNI Syariah. Secara parsial variabel kualitas desain website dan kualitas informasi website tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna digital banking pada BNI Syariah. Sedangkan variabel accuracy,</p>

				speed, dan security berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna digital banking pada BNI Syariah
8	Lia Chairunisa, Rahmayati (Chairunisa, 2022)	Pengaruh Layanan Digital Dan Non Digital Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia)	Metode dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Layanan Digital berpengaruh positif sebesar 78% terhadap Kepuasan Nasabah karena Layanan digital sangat berpengaruh besar terhadap kemudahan bertransaksi yang dilakukan nasabah dan yang paling memberi pengaruh layanan digital dapat melakukan transaksi secara langsung.

PEMBAHASAN DAN KESIMPULAN

Berdasarkan beberapa hasil penelitian artikel di atas sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil *Systematic Literature Review* menunjukkan bahwa Digitalisasi perbankan pada bank Syariah terhadap kepuasan nasabah menunjukkan hasil yang positif sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susilawaty & Nicola, 2020, Menunjukkan pengaruh layanan perbankan digital terhadap kepuasan nasabah, khususnya di Bank Central Asia (BCA). Penelitian (Chairunisa, 2022) juga menunjukkan hasil bahwa Layanan Digital berpengaruh positif sebesar 78% terhadap Kepuasan Nasabah, hasil ini diperoleh dari hasil kuisioner yang di uji menggunakan uji t. Pada penelitian Chairunisa, Layanan digital sangat berpengaruh besar terhadap kemudahan bertransaksi yang dilakukan nasabah dan yang paling memberi pengaruh layanan digital dapat melakukan transaksi secara langsung. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menguji suatu populasi atau sampel. Penelitian ini relevan mengingat pesatnya perkembangan teknologi yang telah mendorong transformasi digital di industry perbankan khususnya dalam menghadapi tantangan dari perusahaan berbasis Financial Technology (FinTech).

Namun penelitian yang dilakukan oleh Jannah et al., 2020, menunjukkan hasil Secara parsial variabel kualitas desain website dan kualitas informasi website tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna digital banking pada BNI Syariah. Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan sebelumnya yang menjelaskan bahwa tidak adanya pengaruh kualitas desain website terhadap kepuasan nasabah, dengan demikian hipotesis yang menyatakan kualitas desain website berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital

banking ditolak. Secara parsial, kualitas desain website tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti tidak ada kecenderungan nasabah untuk merasa puas dengan desain website digital banking BNI syariah saat ini. Namun, desain website memiliki arah yang positif terhadap kepuasan, yang jika kualitas desain ditingkatkan maka akan berdampak pada peningkatan kepuasan. Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan sebelumnya menjelaskan bahwa tidak adanya pengaruh kualitas informasi website terhadap kepuasan nasabah, dengan demikian hipotesis yang menyatakan kualitas informasi website berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital banking ditolak. Secara parsial, kualitas informasi website tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti tidak ada kecenderungan nasabah untuk merasa puas dengan informasi website digital banking saat ini. Namun, informasi website memiliki arah yang positif terhadap kepuasan, yang jika kualitas desain ditingkatkan maka akan berdampak pada peningkatan kepuasan.

DAFTAR RUJUKAN

- Chairunisa, L. (2022). Pengaruh Layanan Digital Dan Non Digital Terhadap Kepuasan Nasabah. *Koloni*, 1(3), 881–886. [Http://Repository.Umsu.Ac.Id/Handle/123456789/20097%0ahttp://Repository.Umsu.Ac.Id/Bitstream/Handle/123456789/20097/Skripsi](http://Repository.Umsu.Ac.Id/Handle/123456789/20097%0ahttp://Repository.Umsu.Ac.Id/Bitstream/Handle/123456789/20097/Skripsi) Lia Chairunisa_1801270062.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y
- Dirgantoro, C. (2001). *Manajemen Strategik*. Grasindo.
- Febiantoro, R. I., Aini, Y. D. N., & Putri, Angel Adilla Ani'fa Dewanti Wahidin, Muhammad Raffi Asiyah, B. N. (2023). Layanan Digital Dan Mitigasi Risiko Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Layanan Pada Bank Syariah Di Indonesia. *Musyitari*, 3(1).
- Gita Danupranata. (2013). *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*. Salemba Empat.
- Herison, R., Sahabuddin, R., Azis, M., & Azis, F. (2022). The Effect Of Working Capital Turnover, Accounts Receivable Turnover And Inventory Turnover On Profitability Levels On The Indonesia Stock Exchange 2015-2019. *Psychology And Education*, 59(1), 385–396.
- Jannah, I. F., Djakfar, I., & Dianah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bni Syariah Cabang Banda Aceh. *Jihbiz : Global Journal Of Islamic Banking And Finance.*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i1.8576>
- Kasmir. (2011). *Kewirausahaan*. Rajawali Pers.
- Mamun, S., & Ningsih, T. H. (2021). Implementasi Strategi Layanan Teknologi Digital Banking Dan Service Quality Dalam Perspektif Nasabah Pada Perbankan Syariah (Study Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Tomang). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 223–233. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.249>
- Mardatila Agniya, Prof. Dr. Asnaini, M. . (2003). *Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing Perbankan Syariah*. Cv. Brimedia Global.
- Muhamad Firdaus. (2005). *Konsep Dan Implementasi Bank Syariah*. Renaisan.
- Natazza, J., Fasa, M. I., & Lampung, I. (2024). *Era Digital Strategy Of Syariah Banking Industry In Facing The. November*, 5212–5222.

- Pratama, A. W. (2022). Strategi Perbankan Syariah Menghadapi Persaingan Dalam Menarik Nasabah (Bank Maslahat Kota Bengkulu). In *Skripsi*.
- Salim, R. R., Haliah, & N. (2022). Literature Review: Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Di Indonesia Isebelum Dan Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(3), 475–483.
- Shakira, F., Harahap, S., Islam, U., & Sumatera, N. (2024). Implementasi Penggunaan Fitur E-Mas Pada Bsi Mobile Sebagai Media Investasi Modern (Studi Kasus Pt. Bank Syariah Indonsia Kcp Medan Sukaramai). *Musytari*, 4(8).
- Silviany, R., & Habib, M. A. F. (2023). Strategi Bank Syariah Indonesia Kcp Tulungagung Trade Center Dalam Menghadapi Persaingan Di Industri Perbankan. *Journal On Education*, 05(03), 10250–10264. <https://www.jonedu.org/index.php/joe/article/view/1919>
- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh Layanan Perbankan Digital Pada Kepuasan Nasabah Perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179–190. <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i2.2478>
- Undang-Undang No. 21 Tentang Perbankan Syariah*. (2008).
- Utama, A. S. (2021). Digitalisasi Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Justisia : Jurnal Ilmu Hukum, Perundang-Undangan Dan Pranata Sosial*, 6(2), 113. <https://doi.org/10.22373/justisia.v6i2.11532>
- Yasin, R. M., Lailiyah, N., & Edris, M. (2021). Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah Terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial. *Jurnal Baabu Al-Ilmi: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 75. <https://doi.org/10.29300/ba.v6i1.4117>
- Zulkifli Rusby, M. A. (2022). *Manajemen Perbankan Syariah*. Ur Press.