

STRATEGI INOVASI BANK SYARIAH BERBASIS DIGITAL FINTECH DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP GOWA

Siti Nadirah¹, Siti Fatimah², Asyraf Mustamin³, Nasrullah Bin Sapa⁴, Kamaruddin⁵
diraadahlan@gmail.com¹, imafebisamata@gmail.com², asyraf.mustamin@uin-alauddin.ac.id³,
nasrullah.sapa@uin-alauddin.ac.id⁴, dr.kamaruddin@uin-alauddin.ac.id⁵

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi inovasi berbasis digital financial technology (fintech) yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Gowa dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Latar belakang penelitian ini didasari oleh perkembangan teknologi perbankan yang semakin pesat, khususnya layanan digital seperti internet banking, mobile banking, dan ATM, yang menuntut bank untuk terus berinovasi guna meningkatkan kepuasan serta kepercayaan nasabah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian meliputi pegawai BSI KCP Gowa dan beberapa nasabah dari berbagai latar belakang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi yang dilakukan mencakup peningkatan fitur layanan mobile banking "BYOND BSI", optimalisasi internet banking, edukasi nasabah terkait penggunaan teknologi, serta penguatan pelayanan berbasis nilai-nilai syariah. Implementasi inovasi ini berkontribusi positif terhadap peningkatan kenyamanan, kemudahan transaksi, dan kepercayaan nasabah, yang berdampak pada tingginya tingkat loyalitas. Namun, masih terdapat tantangan berupa kurangnya literasi digital pada sebagian nasabah dan kendala teknis seperti lupa PIN atau gangguan jaringan. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan edukasi dan pendampingan penggunaan layanan fintech serta penguatan sistem keamanan digital.

Kata Kunci: Strategi Inovasi, Digital Fintech, Loyalitas Nasabah.

ABSTRACT

This study aims to analyze the digital financial technology (fintech)-based innovation strategies implemented by Bank Syariah Indonesia (BSI) Gowa Branch Office to maintain customer loyalty. The background of this research is based on the increasingly rapid development of banking technology, particularly digital services such as internet banking, mobile banking, and ATMs, which require banks to continuously innovate to increase customer satisfaction and trust. The research method used was descriptive qualitative, with data collection techniques through interviews, observation, and documentation. The research informants included BSI Gowa Branch Office employees and several customers from various backgrounds. The results indicate that the strategic innovations implemented included improving the "BYOND BSI" mobile banking service feature, optimizing internet banking, educating customers about technology use, and strengthening services based on Sharia values. The implementation of these innovations has positively contributed to increased convenience, ease of transactions, and customer trust, which has resulted in high levels of loyalty. However, challenges remain, including a lack of digital literacy among some customers and technical obstacles such as forgotten PINs or network disruptions. This study recommends improving education and support for fintech service users, as well as strengthening digital security systems.

Keywords: Work Motivation, Psychological Wellbeing, Workload And Employee Performance.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi sebenarnya tidak dapat di hentikan oleh faktor apapun. Perkembangan ini menunjukkan bahwa dinamika dalam ilmu pengetahuan akan terus

bergerak maju. Teknologi sejatinya adalah alat yang memudahkan masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya yang diperlukan. Kehadiran teknologi membuat penggunaan sumber daya menjadi lebih mudah dan jauh lebih efisien. Salah satu teknologi yang semakin populer di kalangan masyarakat penggunaan internet.(Martinelli, 2021).

Bank sebagai bagian dari sektor keuangan, memiliki peran penting dalam perekonomian dengan menyediakan layanan keuangan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Seiring waktu, industri keuangan semakin berkembang, yang mendorong bank untuk melakukan inovasi dalam layanan bisnis mereka. Fintech muncul sebagai inovasi dalam sektor keuangan dengan penerapan teknologi modern.

Financial Technology atau Fintech adalah salah satu inovasi dalam layanan jasa keuangan yang muncul di era digital, dengan fokus pada digitalisasi pembayaran. Fintech menjadi salah satu sektor fintech dapat mendorong kemajuan dan meningkatkan jumlah masyarakat yang memiliki akses untuk menggunakan layanan keuangan dengan baik. (Zulfa Qur'anisa et al., 2024).

Inovasi Fintech hadir setelah krisis keuangan global pada tahun 2008 dengan mengintegrasikan e-financial, teknologi internet, layanan jejaring sosial, media sosial, kecerdasan buatan, dan analitik Big Data. Seiring dengan perkembangan ekonomi digital, Fintech hadir sebagai inovasi. Namun, dalam perkembangannya, masih terdapat isu positif dan negatif terkait penerapan Fintech, yang memberikan berbagai perspektif baru dan mengarah pada persoalan moral serta etika.(Suryono, 2019).

Fintech juga mencakup model bisnis peer-to-peer lending, di mana individu dan usaha mikro dapat meminjam dan memberikan pinjaman tanpa perlu perantara tradisional seperti bank, Ini memberikan kesempatan bagi masyarakat yang mungkin kesulitan mendapatkan dukungan dari lembaga keuangan konvensional untuk mengakses pembiayaan. Perkembangan teknologi telah memberikan dampak besar terhadap produk-produk perbankan, menciptakan tantangan dan persaingan yang semakin ketat antara lembaga perbankan dan lembaga keuangan lainnya. Saat ini, untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah, banyak lembaga perbankan dan lembaga keuangan lainnya.

Saat ini, untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah, banyak lembaga perbankan yang telah mempersiapkan diri dengan mengembangkan atau memanfaatkan fitur-fitur teknologi financial. Dalam sepuluh tahun terakhir, layanan digital dengan berbagai fitur fintech telah berkembang pesat di industri keuangan, termasuk internet banking, pembayaran mobile, uang elektronik, dan mobile banking.

Keberadaan bank syariah khususnya Bank Syariah Indonesia KCP Gowa tentunya saling bersaing dengan bank-bank atau lembaga keuangan non bank lainnya. Pesatnya persaingan menyebabkan bank melakukan inovasi bisnis, bertransformasi dari sistem konvensional menjadi digitalisasi fintech sebagai alat penunjang operasi bank. Bank Syariah Indonesia sendiri sudah menyediakan layanan digital fintech sejak tahun 2021 yaitu kartu debit syariah yang dilengkapi teknologi chip aplikasi pengenkripsi data dan layanan e-channel diantaranya: Internet Banking, Mobile Banking, dan ATM.

METODOLOGI

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan, yang dilakukan dilokasi tertentu untuk menyelidiki gejala atau peristiwa objektif yang terjadi ditempat tersebut. Lokasi penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia KCP Gowa, yang terletak di Jl. K. H. Wahid Hasyim No. 248B, Sungguminasa, Kec. Somba Opu, Kabupaten Gowa, Sulawesi

Selatan 92114, Indonesia. Fokus penelitian ini adalah strategi inovasi bank syariah berbasis digital fintech dalam mempertahankan loyalitas nasabah.

Pemilihan lokasi ini didasarkan pada relevansi topik yang diangkat dan ketertarikan yang mendalam. Bank Syariah Indonesia KCP Gowa telah mengadopsi layanan digital dengan fitur fintech, yang menjadi salah satu indikator keberhasilan strategi inovasi melalui pemanfaatan jejaring sosial

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil observasi menunjukkan bahwa BSI KCP Gowa memberikan layanan perbankan syariah secara langsung melalui teller dan customer service, serta layanan digital melalui aplikasi BSI Mobile dan internet Banking. Layanan yang paling sering digunakan nasabah adalah pembukaan rekening Tabungan, transaksi setor tunai dan tarik tunai, pembayaran tagihan, serta pengajuan pembiayaan berbasis syariah. Selain itu, cabang ini juga dilengkapi dengan fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang memudahkan nasabah melakukan transaksi di luar jam operasional.

Secara operasional, BSI KCP Gowa berfungsi melayani masyarakat dengan prinsip syariah yang mengacu pada fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Aktivitas pelayanan berlangsung pada hari kerja, yaitu senin hingga jumat pukul 08.00-15.00 WITA. Berdasarkan wawancara dengan pihak Bank, mayoritas nasabah yang bertransaksi di cabang ini berasal dari kalangan pegawai negeri, pedagang, serta pelaku usaha kecil menengah dan mahasiswa yang memanfaatkan layanan tabungan dan pembiayaan.

Penelitian ini dilaksanakan berdasarkan wawancara dengan pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Gowa dan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Gowa yang mana informan penelitian ini dari berbagai kalangan mulai dari nasabah Imran sebagai salah seorang mahasiswa di sebuah universitas di kota Makassar, serta nasabah kedua ibu Difa sebagai seorang karyawan di salah satu Perusahaan di Gowa, dan ibu Sarah sebagai ibu rumah tangga sekaligus guru les serta wawancara dengan Sub Branch Bank Syariah Indonesia KCP Gowa Ibu Cyndi Nataya P dan Customer Service Bank Syariah Indonesia KCP Gowa Ibu Farhana.

1. Persepsi nasabah terhadap layanan digital berbasis fintech yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Gowa

Persepsi nasabah sangat penting dalam meningkatkan layanan digital berbasis fintech dimana Bank Syariah Indonesia mampu menentukan strategi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah melalui persepsi yang didapatkan melalui penilaian kinerja, atau persepsi yang di dapatkan melalui wawancara langsung dengan nasabah.

Menurut Kotler dan Armstrong, persepsi nasabah merupakan hasil dari proses psikologis dimana konsumen memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi untuk membentuk gambaran dan penilaian terhadap suatu produk. Dalam memperkenalkan layanan digital berbasis fintech kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Gowa, tentu terdapat berbagai persepsi yang muncul dari berbagai nasabah. Persepsi nasabah adalah sebuah keadaan dimana para nasabah menginterpretasikan yang berguna pada saat menentukan tindakan yang akan ditentukan setelahnya. (Cleanita Imra'atul Khasanah & Nur Huri Mustofa, 2022).

Adapun indikator dari persepsi adalah :

a) Tanggapan (Respon)

Dalam percakapan sehari-hari, istilah tanggapan kerap di artikan sebagai dugaan, perkiraan, atau sangkaan, bisa juga disebut anggapan atau pendapat pribadi, dan jarang dianggap sebagai bentuk perasaan orang. (Kasman, 2021)

b) Pendapat

Menurut Cawood dalam Karnadi, keterampilan dalam menyampaikan pendapat merupakan bentuk ekspresi dari pikiran, perasaan, kebutuhan, serta hak individu yang disampaikan secara langsung, jujur, dan tepat tanpa diliputi kecemasan yang berlebihan. Keterampilan ini juga mencakup kemampuan untuk menghargai dan menerima perasaan maupun pendapat orang lain tanpa mengabaikan hak mereka dalam mengekspresikan gagasan dan perasaan. (Ii & Pustaka, 2021)

c) Penilaian

Penilaian adalah kegiatan sistematis untuk mengumpulkan data mengenai tingkat pencapaian tujuan pendidikan, sekaligus mengungkap bagian yang belum tercapai beserta penyebabnya. Menurut Cronback dan Stufflebeam, penilaian bukan hanya sebatas pengukuran, tetapi juga berfungsi sebagai dasar pengambilan keputusan. (Badrudin et al., 2024)

Seiring berjalannya waktu Bank Syariah Indonesia mulai bertransformasi dalam upaya menjadi Financial Company. Langkah perubahan ini ditandai dengan Bank Syariah Indonesia telah berhasil mengeluarkan inovasi pada produk layanan yang disediakan melalui kemudahan bertransaksi kapan dan dimana pun yang mampu membuat nasabah lebih muda melakukannya namun seiring berkembangnya teknologi tentu tantangan serta hambatan akan terus mengikuti terlebih lagi nasabah yang bervariasi mulai dengan nasabah yang sudah paham penggunaan teknologi sampai dengan nasabah yang belum mengerti dan paham mengenai penggunaan teknologi tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti juga menggali informasi dengan melakukan wawancara kepada beberapa nasabah pengguna layanan digital fintech di Bank Syariah Indonesia KCP Gowa.

Berdasarkan hasil wawancara yang disampaikan oleh Imran yang merupakan mahasiswa di universitas di kota Makassar mengatakan :

“Saya tahumi layanan jasa yang disediakan BSI KCP Gowa, dan saya sudah pakai layanannya seperti ATM dan Mobile Bankingnya nah alasanku pakai BSI karena di sana bayar UKT/SPP persemester dan lebih efektif kurasa karena ndk perluka mengantri lagi ke bank terdekat atau cabang terdekat, tapi sayangnya kadang eror aplikasinya itu ji sih kendalaku kalau saya rasa selama ini”

Kendala teknis yang sering muncul yang dirasakan oleh nasabah Imran merupakan kendala yang terjadi diluar human eror yang dimana kendala ini terjadi akibat sistem mengalami down dan merupakan salah satu tantangan terbesar bagi perusahaan khususnya di Bank Syariah yang dimana sering terjadi karena perbaikan sistem. Namun Bank Syariah Indonesia telah berusaha untuk terus memberikan informasi update melalui informasi yang dibagikan melalui platform digital seperti story Instagram dan informasi yang dibagikan oleh seluruh staf pegawai melalui story WhatsApp apabila terjadi perbaikan sistem.

Perlu kita ketahui bahwa seiring berkembangnya teknologi tentu tidak terlepas dari kendala dan tantangan yang akan dihadapi adapun kendala yang sering muncul dalam layanan digital fintech yaitu gangguan pada sistem nasional akibat maintenance, dan dugaan serangan siber ini merupakan kendala yang sering dihadapi Bank Syariah Indonesia khususnya KCP Gowa.

Grandis Haelmi selaku Direktur Risk mengatakan dalam sebuah wawancara di media pada tahun 2023 yang dimana Bank Syariah Indonesia untuk pertama kalinya terkena serangan siber selama 4 hari, ia mengatakan Bank Syariah Indonesia telah mengidentifikasi risiko digitalisasi ini dan mengadopsi pendekatan dengan 3 lapisan untuk menghadapinya, melibatkan unit bisnis, manajemen risiko independen, dan pengawasan oleh dewan komisaris.

Dalam hal ini Bank Syariah Indonesia terus melakukan perbaikan dengan mempelajari dan menganalisis kendala atau masalah guna memperkuat data privasi nasabah agar tetap percaya dalam menggunakan produk yang di tawarkan.

Adapun hasil wawancara oleh Ibu Difa yang merupakan karyawan di salah satu perusahaan di kabupaten Gowa mengatakan :

“Tidak saya tahu apa itu digital fintech sebenarnya cuma memang kalau di BSI sudah adami layanannya seperti internet banking, mobile banking (BSI Mobile), dan ATM. Karena saya sering pakai kalau ATM dengan Mobile Bankingnya buat menabung karena biaya perbulannya itu murahki beda sama bank pada umumnya yang sering juga ku pake, Cuma kadang itu kalau saya pakai aplikasinya lebih hati-hatima karena pernahka salah masukkan Pin dan terblokir akunku dan langsung ke cabang terdekat buat buka blokir dan sudah lama ma pakai BSI kisaran mau 3 tahunmi.”

Menurut Aekar, faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan adalah :

a. Kepuasan

Kepuasan menurut persepsi nasabah menggambarkan penilaian mereka terhadap kualitas layanan yang di terima dibanding dengan harapan sebelum mendapatkan layanan tersebut. Bagi nasabah, kepuasan muncul ketika proses pelayanan berlangsung lancar, mudah diakses, serta memberikan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Perasaan nyaman, aman, dan dihargai selama proses pelayanan turut memperkuat tingkat kepuasan yang dirasakan.

Dalam pandangan nasabah, kepuasan tidak hanya berkaitan dengan hasil akhir layanan, tetapi juga meliputi pengalaman secara keseluruhan, mulai dari kemudahan mendapatkan informasi, keramahan petugas, hingga kecepatan penyelesaian kebutuhan mereka. Semua aspek ini membentuk kesan positif yang membuat nasabah merasa puas dan percaya terhadap layanan yang digunakan.

b. Perilaku Kebiasaan

Tindakan atau pola yang dilakukan secara berulang oleh seorang nasabah hingga menjadi bagian dari rutinitasnya. Dalam konteks penggunaan layanan, perilaku kebiasaan terbentuk ketika nasabah secara konsisten menggunakan layanan yang sama karena merasa nyaman, terbiasa, dan yakin manfaat yang di berikan. Kebiasaan ini biasanya dipengaruhi oleh pengalaman positif yang berulang, kemudahan akses, serta rasa percaya terhadap kualitas layanan.

Seiring waktu, perilaku kebiasaan membuat nasabah tidak lagi banyak mempertimbangkan alternatif lain, karena sudah merasa familiar dan puas dengan layanan yang digunakan. Hal ini menjadikan penggunaan layanan berlangsung secara otomatis tanpa memerlukan banyak pertimbangan di setiap kesempatan.

c. Komitmen

Padangan Nasabah sering kali dilihat dari kesungguhan dan konsistensi Bank Syariah Indonesia dalam memenuhi janji serta menjaga kualitas layanan yang telah dijanjikan. Dari sudut pandang nasabah, komitmen terlihat ketika perusahaan tetap memberikan pelayanan terbaik meskipun menghadapi kendala atau situasi sulit. Hal ini mencakup ketepatan waktu, kejelasan informasi, serta kesiapan perusahaan dalam menindaklanjuti setiap kebutuhan atau keluhan yang di sampaikan. Bagi nasabah, komitmen juga berarti keseriusan Bank Syariah Indonesia sebagai pihak penyedia layanan dalam membangun hubungan jangka panjang, tidak hanya fokus pada transaksi sesaat. Sekipa ini menumbuhkan rasa percaya, membuat nasabah merasa dihargai, dan mendorong mereka untuk tetap setia menggunakan layanan yang di berikan.

d. Kesukaan Produk

Rasa ketertarikan dan kepuasan yang dirasakan seorang nasabah terhadap suatu

barang atau layanan yang digunakan. Kesukaan ini biasanya terbentuk dari pengalaman positif yang konsisten, seperti kualitas produk yang baik, tampilan yang menarik, kemudahan penggunaan, atau manfaat yang sesuai dengan kebutuhan. Dari sudut pandang pengguna, kesukaan terhadap produk juga dapat dipengaruhi oleh kenyamanan saat menggunakannya, kesesuaian dengan selera pribadi, serta nilai lebih yang dirasakan dibandingkan dengan produk lain. Ketika seorang nasabah sudah merasa cocok, mereka cenderung memilih produk tersebut berulang kali dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.

e. Biaya Pengalihan

Ini merupakan segala bentuk pengorbanan yang harus di tanggung nasabah ketika memutuskan untuk berpindah dari satu penyedia ke layanan atau produk ke penyedia lainnya. Biaya ini tidak selalu berupa uang, tetapi juga bisa berupa waktu, tenaga, kenyamanan, atau bahkan risiko kehilangan manfaat yang sudah dinikmati sebelumnya. Dari sudut pandang nasabah, biaya pengalihan dapat dirasakan saat harus mempelajari cara kerja produk baru, menyesuaikan kebiasaan, atau kehilangan hubungan baik yang sudah terjalin dengan penyedia lama. Semakin besar upaya yang diperlukan untuk berpindah, semakin kuat pula kecenderungan seseorang untuk tetap bertahan berpindah, semakin kuat pula kecenderungan seseorang untuk tetap bertahan menggunakan layanan atau produk yang sama.

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti menyimpulkan bahwa nasabah belum sepenuhnya mengetahui apa itu digital fintech. Meskipun demikian, ia telah menggunakan layanan digital yang di sediakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Gowa, seperti internet banking, mobile banking, dan ATM.

Responden juga mengungkapkan bahwa penggunaan ATM dan BSI Mobile Banking atau BYOND dominan dilakukan untuk kegiatan menabung, dengan alasan biaya administrasi bulanan yang lebih murah dibanding bank konvensional pada umumnya. Faktor biaya ini menjadi salah satu pertimbangan utama dalam memilih dan mempertahankan penggunaan layanan yang di sediakan Bank Syariah Indonesia KCP Gowa.

Dalam penggunaan aplikasi BYOND By BSI, responden menunjukkan sikap kehati-hatian. Hal ini dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya ketika akun terblokir akibat kesalahan memasukkan PIN. Untuk mengatasi kendala tersebut, ia langsung mendatangi kantor cabang terdekat. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun layanan digital sudah tersedia, peran layanan tatap muka di kantor cabang masih dianggap penting bagi sebagian nasabah. ia juga mengatakan telah menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Gowa selama tiga tahun. Durasi ini menunjukkan adanya tingkat loyalitas nasabah yang cukup baik terhadap layanan Bank Syariah Indonesia KCP Gowa, meskipun terdapat kendala teknis yang pernah dialami.

Begitupun dengan hasil wawancara dengan Ibu Sarah yang merupakan Ibu Rumah Tangga sekaligus guru les dan mengaji mengatakan :

“Saya sama sekali tidak tahu apa itu layanan digital fintech sebelum kita jelaskan ke saya, dan saya memang nasabah BSI KCP Gowa tapi belum pakai mobile bankingnya, saya cuma pakai ATM saja itupun hanya untuk kirimkan anak uang atau untuk menarik uang, karena usiaku yang lumayan tuami kadang bingungka kalau saya transaksi lewat headhone itupun kalau mau ke Bank pasti ku panggil anakku atau orang yang bisa temanika karena kadang kulupa caranya.”

Dari pernyataan di atas peneliti beranggapan bahwa nasabah dengan rentan usia yang sudah tua kesulitan dalam mengakses layanan digital fintech karena kurangnya pemahaman terkait penggunaan teknologi yang mungkin merupakan salah satu cara untuk

menghemat waktu dalam mencari ATM terdekat untuk melakukan transaksi karena telah menggunakan layanan mobile banking yang di sediakan oleh BSI yaitu BYOND By BSI dan BSI Mobile.

Berdasarkan analisis peneliti, ini menunjukkan bahwa responden belum sepenuhnya mengetahui konsep layanan digital fintech sebelum peneliti memberikan penjelasan. Meskipun merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Gowa, responden belum menggunakan layanan mobile banking dan hanya memanfaatkan ATM untuk keperluan mengirim uang kepada anak atau menarik uang.

Fokus usia menjadi salah satu kendala dalam mengadopsi layanan digital. Responden mengaku sering merasa kebingungan saat melakukan transaksi melalui perangkat elektronik, bahkan terkadang lupa prosedur penggunaannya. Kondisi ini menyebabkan responden lebih memilih bantuan orang terdekat seperti anak atau kerabat, ketika harus bertransaksi di bank. Pengalaman ini menunjukkan bahwa keterbatasan pemahaman teknologi serta fokus usia dapat memengaruhi tingkat pemanfaatan layanan digital fintech dikalangan nasabah. responden cenderung mengandalkan layanan fisik seperti ATM dan bantuan langsung dari pihak bank atau keluarga dibanding mengoperasikan layanan digital secara mandiri.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori Technology Acceptance Model (TAM), yang menilai respons pengguna berdasarkan dua faktor utama, yaitu perceived usefulness (persepsi manfaat yang dirasakan) dan perceived ease of use (persepsi kemudahan penggunaan). Teori ini menggambarkan bagaimana pengalaman pengguna terhadap suatu aplikasi tertentu dapat meningkatkan kinerja perusahaan, serta menjelaskan hubungan sebab-akibat antara keyakinan pengguna mengenai manfaat dan kemudahan suatu sistem informasi dengan perilaku, kebutuhan, dan tingkat penggunaan sistem tersebut.

Dapat peneliti simpulkan bahwa berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa nasabah yang terdiri dari mahasiswa, karyawan, dan Ibu rumah tangga, diperoleh gambaran bahwa sebagian besar responden belum sepenuhnya memahami istilah digital fintech secara konseptual. Meskipun demikian, mereka telah memanfaatkan layanan yang termasuk kategori tersebut. Seperti ATM, internet banking, mobile banking (BSI Mobile), dan aplikasi BYOND By BSI. Pemahaman nasabah lebih banyak berfokus pada fungsi praktis layanan dibandingkan definisi atau konsep fintech itu sendiri.

Alasan utama nasabah menggunakan layanan digital fintech adalah kemudahan transaksi yang dapat di lakukan kapan dan dimana saja tanpa harus mendatangi langsung kantor cabang. Layanan ini dinilai efektif untuk memenuhi kebutuhan rutin seperti pembayaran UKT/SPP dan menabung. Selain itu, biaya administrasi perbulan yang lebih rendah dibandingkan Bank konvensional menjadi daya tarik tersendiri, terutama bagi pengguna BYOND By BSI.

Dari sisi pengalaman positif, nasabah menilai layanan digital Bank Syariah Indonesia KCP Gowa memberikan kemudahan, efisiensi waktu, dan fleksibilitas. Aksesibilitas layanan yang tersedia 24 jam menjadi nilai tambah yang membuat nasabah merasa terbantu, khususnya dalam aktivitas keuangan sehari-hari seperti transfer dana dan pembayaran tagihan.

Namun, beberapa kendala juga diungkapkan, di antaranya gangguan teknis seperti error aplikasi, gangguan sistem saat proses maintenance, serta resiko keamanan digital seperti serangan siber. Beberapa nasabah juga mengalami pemblokiran akun akibat kesalahan memasukkan PIN, yang mengharuskan mereka untuk datang langsung ke kantor cabang. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun transformasi digital sudah berjalan, peran layanan tatap muka masih di perlukan oleh sebagian nasabah.

Secara keseluruhan, meskipun menghadapi kendala teknis dan keterbatasan literasi fintech, nasabah tetap menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap layanan digital fintech Bank Syariah Indonesia KCP Gowa. Durasi penggunaan layanan yang cukup lama, hingga tiga tahun, menjadi indikator loyalitas yang baik. Faktor biaya yang kompetitif, kemudahan akses, dan pelayanan yang responsif menjadi alasan utama nasabah mempertahankan penggunaan layanan tersebut. Dengan demikian, pandangan nasabah terhadap layanan digital fintech di BSI KCP Gowa dapat dikategorikan positif, namun masih memerlukan peningkatan dalam hal stabilitas sistem dan edukasi literasi digital.

Berikut secara terinci dalam tabel data tanggapan nasabah:

No	Nama	Pekerjaan	Mengetahui Fintech/Tidak	Pengguna Layanan	Alasan Penggunaan	Tanggapan
1	I	Mahasiswa	Ya	ATM dan M Banking	Kebutuhan Kemudahan	Puas tanpa kendala
2	D	Karyawan	Ya	ATM dan M Banking	Kebutuhan	Puas tanpa kendala
3	S	Guru Ngaji	Tidak	ATM	Kebutuhan	Cukup Puas

1. Strategi Inovasi Bank Syariah Indonesia KCP Gowa berbasis Digital fintech terhadap Loyalitas Nasabah

Dalam upaya mempertahankan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Gowa perlu memperhatikan persepsi yang diberikan nasabah terhadap pelayanan yang di berikan oleh Bank sehingga peningkatan kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan kendala yang dihadapi oleh setiap nasabah salah satu strategi yang perlu diperhatikan adalah layanan berbasis digital fintech.

Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu institusi perbankan syariah yang telah mengadopsi layanan berbasis digital fintech guna memudahkan akses dan transaksi bagi nasabahnya. Beberapa layanan yang disediakan mencakup internet banking, mobil banking (BYOND), serta fasilitas ATM. Dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah, Bank Syariah Indonesia KCP Gowa menerapkan strategi pemasaran yang berorientasi kepada loyalitas nasabah terhadap layanan digital fintech yang ditawarkan.

Sebagaimana hasil wawancara yang peneliti lakukan oleh Ibu Cyndi Nataya P selaku Sub Branch Manager Bank Syariah Indonesia KCP Gowa sebagai berikut:

“BSI telah menawarkan fitur-fitur produk yang tidak hanya memudahkan urusan keuangan, tetapi juga mendukung aktivitas ibadah dan nilai-nilai syariah. Salah satu fitur unggulannya adalah BSI Mobile dan BYOND By BSI, aplikasi digital yang memungkinkan nasabah melakukan hampir semua aktivitas perbankan tanpa harus kecabang.”

Adapun fitur produk yang di tawarkan Bank Syariah Indonesia KCP Gowa :

a. Tabungan

1) Tabungan Easy Wadiah

Tabungan Easy Wadiah adalah produk tabungan berdenominasi rupiah yang menggunakan akad Wadiah Yad Adh-Dhamanah, yaitu sistem titipan dengan jaminan. Penyetoran dan penarikan dana dapat dilakukan kapan saja selama jam operasional, baik melalui kantor bank maupun mesin ATM. Dalam produk ini, nasabah memegang peran penting dalam mendukung keberhasilan bank syariah.

Semakin banyak nasabah yang menggunakan produk ini, maka semakin besar pula potensi keuntungan yang diperoleh bank. DI BSI KCP Gowa, tabungan Easy Wadiah menempatkan nasabah sebagai pihak penitip dana (Mawaddi’), sedangkan bank bertindak sebagai pihak penerima dan penyimpan dana titipan (wadi’), yang bertanggung jawab

menjaga dan mengelola dana tersebut sesuai prinsip syariah.(Ramin et al., 2023)

2) Tabungan Mudharabah

Tabungan Mudharabah adalah bentuk simpanan dimana nasabah menyerahkan dana kepada pihak bank sebagai mitra usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dana tersebut kemudian dikelola oleh pihak bank, dan hasil keuntungannya akan dibagi kepada nasabah sesuai kesepakatan yang telah ditentukan dalam akad mudharabah.(Rantika Seotiana Sari & Fasa, 2024)

3) Tabungan Pensiun

Tabungan Pensiun merupakan produk simpanan jangka panjang berbasis syariah yang dirancang khusus untuk mempersiapkan dana hari tua atau masa pensiun. Produk ini menggunakan akad Mudharabah Muthlaqah, di mana nasabah bertindak sebagai pemilik dana (shabihul maal), dan bank sebagai pengelola dana (mudharib), dengan sistem bagi hasil sesuai kesepakatan.

4) Tabungan Junior

Tabungan selanjutnya adalah tabungan junior dimana produk ini ditujukan khusus untuk anak-anak di bawah 17 tahun. Produk ini dirancang untuk menumbuhkan kebiasaan menabung sejak dini, sekaligus memberikan edukasi keuangan yang sesuai prinsip-prinsip Islam. Produk ini menggunakan akad Wadiah Yad Adh-Dhamanah, yaitu akad titipan dengan jaminan di mana bank dapat memanfaatkan dana, namun wajib menjaganya mengembalikannya sesuai permintaan nasabah.

5) Tabungan Haji dan Umrah

Produk ini merupakan produk simpanan berbasis syariah yang ditujukan bagi nasabah yang ingin merencanakan ibadah haji atau umrah secara terencana dan sesuai dengan prinsip syariah Islam. Produk ini menggunakan akad Wadiah Yad Adh-Dhamanah, yaitu akad titipan dengan jaminan dari bank.

b. Pembiayaan

1) BSI Griya Hasanah

Merupakan fasilitas pembiayaan kepemilikan rumah berbasis syariah yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia. Produk ini membantu nasabah memiliki rumah impian tanpa unsur riba, menggunakan prinsip jual beli (Mudharabah) atau sewa-beli (Ijarah Muntahiyah Bittamlik), sesuai kebutuhan dan pilihan nasabah.

2) BSI OTO

BSI OTO adalah produk pembiayaan kendaraan bermotor berbasis syariah dari Bank Syariah Indonesia (BSI) yang memungkinkan nasabah membeli mobil impian tanpa riba, melalui akad syariah yang transparan dan aman.

c. Deposito

Deposito adalah produk simpanan berjangka panjang berbasis akad syariah, yang memberikan imbal hasil kompetitif kepada nasabah. Dana disimpan untuk jangka panjang waktu tertentu dan akan dibagikan sesuai prinsip bagi hasil (akad Mudharabah Muthlaqah)

d. Emas

Emas BSI adalah produk layanan dari Bank Syariah Indonesia yang memungkinkan nasabah untuk berinvestasi emas secara syariah, baik melalui cicilan pembiayaan emas (cicil emas) maupun tabungan emas digital (tabungan emas).

Bank Syariah Indonesia (BSI) terus menunjukkan inovasi dalam menghadirkan layanan digitalisasi perbankan yang tidak hanya memudahkan aktivitas finansial, tetapi juga mendukung kehidupan spiritual nasabah. Dalam wawancara yang dilakukan peneliti diatas, dijelaskan bahwa BSI menghadirkan fitur-fitur unggulan yang berlandaskan pada nilai-nilai syariah, Salah satu inovasi yang menonjol adalah kehadiran BSI Mobile dan BYOND By BSI, dua aplikasi digital yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah

di era modern.

Sehingga Nasabah bukan hanya berfokus dalam pemenuhan kebutuhan semata melainkan menghadirkan layanan tanpa melupakan sisi spritual setiap hari upaya Bank Syariah Indonesia terus mengikuti perkembangan teknologi dengan menghadirkan fitur-fitur islami seperti pengingat sholat dihalaman utama serta ucapan salam sebelum login ke dalam fitur yang ingin di akses.

Dalam menawarkan inovasi produk yang dilakukan secara online, penulis buku "Principles of Marketing" Kotler dan Armstrong menyebutkan bahwa terdapat tiga indikator inovasi produk, yaitu:

a. Fitur Produk

Nasabah cenderung merasa puas jika produk yang mereka gunakan memiliki keunikan atau nilai tambah yang membedakan dari produk serupa. Misalnya, fitur yang tersedia di BYOND By BSI itu memiliki fitur yang mempermudah dalam transaksi keuangan syariah seperti layanan Infaq dan Sedekah, Tabungan haji dan tabungan Qur'ban ini dapat membuat nasabah lebih mudah mengakses dan melakukan transaksi sesuai dengan nilai-nilai syariat islam. Hal ini memperkuat hubungan persepsi positif terhadap produk yang bisa di akses dimana dan kapanpun.(A. G. Hasibuan et al., 2025)

Dalam wawancara dengan Sub Brach Manager BSI KCP Gowa, Ibu Cyndi Nataya P menjelaskan:

"Sekarang BSI sudah memiliki fitur layanan tabungan Haji dan Umrah. Nasabah tidak perlu lagi datang ke kantor cabang hanya untuk membuka tabungan haji, cukup melalui beberapa langkah verifikasi digital dan input data, maka rekening tabungan haji bisa langsung diaktifkan. Setelah saldo memenuhi syarat pendaftaran haji, Nasabah bisa langsung mendapatkan nomor kursi secara online."

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Gowa telah melakukan inovasi produk syariah yang dimana dalam fitur tersebut sudah tersedia layanan Haji dan Umrah dengan proses yang lebih praktis melalui layanan digital fintech yaitu Fitur yang tersedia di Mobile Banking BSI dan BYOND By BSI nasabah hanya perlu melakukan verifikasi data melalui online tanpa harus datang ke kantor cabang atau unit terdekat mulai dari proses tabungan sampai dengan pemberangkatan, ini juga menjadi solusi bagi nasabah yang tergolong lansia dan ingin melakukan ibadah haji dan umrah. Layanan haji dan umrah pun menjadi salah satu fitur pembeda dalam layanan perbankan lainnya begitupun dengan layanan tabungan qurban ini hanya tersedia dalam pelayanan digital Bank Syariah Indonesia.

b. Desain dan Rancangan Produk

Merupakan proses perencanaan yang mencakup bentuk, tampilan, fungsi, serta fungsi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kenyamanan pengguna nasabah BSI KCP Gowa. Desain yang baik tidak hanya mempertimbangkan estetika, tetapi juga kemudahan penggunaan, daya tahan, dan kesesuaian dengan tujuan produk tersebut dibuat. Rancangan produk melibatkan pemilihan bahan, penentuan ukuran, pengaturan warna, hingga tata letak komponen agar produk dapat memberikan pengalaman yang optimal. Dari sudut pandangan nasabah, desain dan rancangan yang tepat akan memudahkan mereka dalam menggunakan produk, memberikan rasa puas, serta meningkatkan nilai dan daya tarik produk di mata pasar.

Desain BSI Mobile memadukan simplicity (kesederhanaan), functionlaity (kefungsian), dan spiritual identity (identitas keislaman) dalam satu platform yang menyatu. Lebih lanjut Ibu Cyndi Nataya P menjelaskan:

"Setiap fitur dalam BYOND By BSI juga memiliki berbagai makna dan di rancang dengan sederhana dan sesuai dengan fungsi masing-masing tanpa lupa akan nilai

keislaman melalui fitur yang di tawarkan dalam layanan digital fintech contoh fitur ketika kita akan login ke BYOND By BSI maka kita akan di suguhkan pengingat waktu sholat dan berbagai macam fitur lainnya."

Dari Hasil wawancara di atas peneliti menyimpulkan bahwa desain yang dihadirkan oleh Bank Syariah Indonesia sangat memperhatikan nilai spritual dan kenyamanan nasabah dengan berbagi fitur dan kegunaan masing-masing serta pemilihan warna yang melambangkan ketenangan dan font yang digunakan mudah dipahami oleh banyak kalangan nasabah karena memilih font yang lebih besar di banding penggunaan font pada umumnya. Walaupun disisi lain mungkin banyak nasabah milenial merasa kurang menarik perihal pemilihan warna dan font namun BSI terus berinovasi dalam layanan digital fintech.

Namun dari hasil wawancara dengan Ibu Farhana selaku Costumer Service Bank Syariah Indonesia KCP Gowa, menurut beliau masih banyak nasabah yang kesulitan saat mengakses layanan digital fintech, beliau mengatakan bahwa:

"Dalam kategori nasabah terbagi menjadi 2 yaitu kalangan anak muda saat ditawarkan menggunakan Aplikasi BSI Mobile dan BEYOND by BSI cepat paham dalam penggunaannya, Sedangkan kalangan orangtua terkadang susah untuk menggunakan fitur-fitur produk yang ditawarkan oleh BSI yang ada pada layanan digital fintech."

Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa perbedaan kemampuan dalam mengakses layanan digital fintech dipengaruhi oleh faktor usia dan tingkat literasi teknologi nasabah. Kalangan anak muda cenderung lebih adaptif dan cepat memahami penggunaan aplikasi BSI Mobile maupun BYOND By BSI, karena mereka sudah terbiasa menggunakan perangkat digital dan aplikasi berbasis teknologi. Sebaliknya, kalangan orang tua masih menghadapi tantangan dalam memahami dan mengoperasikan fitur-fitur yang tersedia, sehingga memerlukan pendampingan lebih intensif dari pihak Bank Syariah Indonesia KCP Gowa.

Dari pihak Bank Syariah Indonesia sendiri telah melakukan edukasi lebih intensif terhadap para nasabahnya dan mengeluarkan beberapa inovasi yang lebih ramah bagi kalangan yang lanjut usia dan fitur-fitur yang dibuat versi ringan atau tutorial interaktif untuk memudahkan penggunaan oleh nasabah yang belum terbiasa dengan digital banking contoh penggunaan qris yang bisa di akses tanpa perlu login ke menu utama. Ini menunjukkan bahwa meskipun layanan digital fintech memberikan kemudahan, keberhasilan implemetasinya juga sangat bergantung pada strategi edukasi dan pendampingan yang tepat bagi seluruh segmen nasabah. hal ini menjadi peluang dari pihak Bank Syariah Indonesia KCP Gowa untuk meningkatkan literasi digital, terutama bagi kalangan yang kurang familiar dengan teknologi, agar manfaat layanan dapat dirasakan secara merata dan optimal.

Adapun tanggapan tim Costumer Service Bank Syariah Indonesia KCP Gowa mengatakan:

" kami berikan edukasi digital langsung di kantor, karena sebagian besar mereka belum terbiasa termasuk lansia dan masyarakat umum. Terkadang mereka lupa dan tidak bisa bedakan pin atm dengan pin aplikasi. Tetapi setelah diajari, mereka cepat paham karena desain aplikasinya memang mudah diikuti."

Pernyataan diatas menunjukkan tantangan yang di hadapi oleh Bank Syariah dalam perkembangan teknologi yang dimana nasabahnya adalah masyarakat umum dan lansia. Meskipun demikian pihak costumer service telah berupaya memberikan pemahaman terkait layanan digital fintech kepada seluruh nasabahnya, melalui penjelasan singkat dan praktek langsung melalui aplikasi guna nasabah mampu mengetahui fungsi disetiap produk yang disediakan. Proses edukasi digital memiliki peran yang sangat penting dalam

meningkatkan pemahaman nasabah terhadap layanan fintech. Meskipun terdapat kendala awal, seperti kebingungan membedakan PIN ATM dan PIN aplikasi, faktor kemudahan desain aplikasi membantu mempercepat adaptasi pengguna. Pendekatan edukasi langsung di kantor terbukti efektif, terutama bagi segmen nasabah yang kurang akrab dengan teknologi. Hal ini mengindikasikan bahwa keberhasilan implementasi layanan digital tidak hanya bergantung pada kualitas fitur, tetapi juga pada strategi pendampingan yang berkelanjutan agar seluruh lapisan masyarakat dapat memanfaatkan secara optimal.

c. Kualitas Produk

Menurut Kotler, kualitas merujuk pada keseluruhan karakteristik dan sifat suatu produk atau layanan yang memengaruhi kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, baik yang dinyatakan secara eksplisit maupun implisit. Kualitas juga dipandang sebagai kondisi dinamis yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan, yang secara keseluruhan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen. (Meilani & Sugiarti, 2022)

Dari hasil wawancara Ibu Farhana selaku Customer Service Bank Syariah Indonesia KCP Gowa juga mengatakan:

“Untuk menjaga kerahasiaan data nasabah aplikasi akan menolak pin atau password yang sama dengan pin yang digunakan di ATM atau menggunakan tanggal lahir sesuai identitas nasabah jadi nasabah harus menggunakan password dengan kombinasi huruf besar, angka serta tanda lainnya .”

Dari pernyataan di atas peneliti menyimpulkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Gowa sangat memperhatikan tingkat privasi nasabah dan mengoptimalkan data nasabah untuk tidak mudah terkena peretasan atau hacking akibat pin dan password digunakan terlalu mudah untuk di akses ini juga akan menjadi salah satu cara untuk membuat nasabah merasa lebih aman dan loyal terhadap layanan yang disediakan Bank Syariah Indonesia berbasis digital fintech. Kebijakan keamanan ini menunjukkan bahwa perlindungan data nasabah menjadi prioritas utama dalam penggunaan layanan digital fintech. Dengan menolak PIN atau kata sandi yang mudah ditebak, risiko akses tidak sah terhadap akun dapat ditekan. Meskipun bagi sebagian nasabah, terutama yang kurang terbiasa dengan teknologi, pembuatan kata sandi yang kompleks bisa menjadi tantangan, langkah ini tetap penting sebagai bentuk pencegahan terhadap potensi penyalahgunaan. Oleh karena itu, edukasi mengenai pembuatan dan penyimpanan kata sandi yang aman perlu terus dilakukan secara konsisten agar keamanan dan kenyamanan nasabah dapat terjaga.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Teori Don Norman (2013), Don Norman menegaskan bahwa masalah pada produk yang sulit digunakan bukan berasal dari pengguna, melainkan dari desain yang mengabaikan aspek visibilitas kontrol mapping yang intuitif antara fungsi dan ikon, serta kurangnya bantuan visual atau umpan balik. Norman juga menyarankan desain digital sebaiknya tidak sarat makna ideologis atau religius agar bisa diterima secara luas. Dalam konteks bank syariah seperti BSI, pendekatan ini tidak sejalan, karena nilai-nilai keislaman justru menjadi identitas utama yang membedakan layanan syariah dari konvensional. Oleh karena itu, BSI secara sengaja menyematkan nilai-nilai religius dalam desain aplikasinya guna memperkuat engagement emosional nasabah.

Dengan demikian Bank Syariah Indonesia terus berupaya mengembangkan strategi inovasi untuk mempertahankan loyalitas nasabah. Salah satu langkah yang dilakukan adalah penyampaian informasi secara cepat kepada nasabah ketika sistem layanan sedang dalam proses pemeliharaan (maintenance), sehingga nasabah tetap mendapatkan kejelasan dan merasa diperhatikan. Selain itu, bagi nasabah yang mengalami kesulitan dalam mengakses layanan digital fintech, bank menghadirkan inovasi berupa layanan QRIS

yang memungkinkan transaksi dilakukan dengan lebih mudah dan cepat tanpa harus masuk ke menu utama aplikasi. Inovasi ini menjadi bukti komitmen Bank Syariah Indonesia KCP Gowa dalam memberikan kemudahan, efisiensi, dan kenyamanan bagi seluruh nasabahnya.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti menyimpulkan bahwa strategi inovasi yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Gowa dalam mempertahankan loyalitas nasabah melalui layanan digital berbasis fintech berfokus pada pengembangan layanan, peningkatan keamanan, pelayanan tatap muka pendukung, serta edukasi literasi digital.

Pertama, pengembangan layanan digital dilakukan dengan menyediakan aplikasi BSI Mobile dan BYOND By BSI yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi secara cepat dan mudah, seperti transfer, pembayaran UKT/SPP, hingga menabung, tanpa harus datang ke kantor cabang. Akses layanan yang tersedia 24 jam, biaya administrasi yang rendah, dan tampilan aplikasi yang lebih praktis menjadi faktor pendorong nasabah untuk terus menggunakan layanan ini.

Ketiga, meskipun digitalisasi menjadi fokus utama, BSI KCP Gowa tetap mempertahankan kualitas pelayanan tatap muka di kantor cabang. Hal ini menjadi penting terutama ketika nasabah menghadapi kendala seperti pemblokiran oleh petugas Bank. Pelayanan langsung yang responsif ini menjadi salah satu faktor yang membuat nasabah merasa dihargai dan diprioritaskan.

Keempat, edukasi literasi digital dilakukan melalui berbagai kanal seperti media sosial, layanan customer service, dan sosialisasi langsung dari pegawai Bank. Edukasi ini bertujuan membantu nasabah memahami cara penggunaan layanan digital, termasuk pengaturan keamanan seperti PIN dan verifikasi, sehingga mengurangi risiko kesalahan dan meningkatkan kenyamanan dalam bertransaksi.

Secara keseluruhan, strategi inovasi yang dijalankan BSI KCP Gowa telah memberikan dampak positif terhadap loyalitas nasabah. Walaupun masih terdapat kendala teknis, mayoritas nasabah memilih untuk tetap menggunakan layanan karena merasa puas dengan kemudahan akses, biaya yang kompetitif, serta adanya dukungan layanan tatap muka yang responsif. Strategi yang menggabungkan transformasi digital dengan pelayanan langsung terbukti efektif dalam mempertahankan kepercayaan dan loyalitas nasabah di tengah persaingan industri perbankan yang semakin ketat.

2. Ringkasan Hubungan Persepsi Nasabah dan Strategi Inovasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Gowa, peneliti melakukan analisis terhadap keterkaitan antara persepsi nasabah dengan strategi inovasi layanan digital fintech yang diterapkan oleh Bank syariah.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah BSI KCP Gowa telah menggunakan layanan digital seperti ATM, mobile banking, dan internet banking, meskipun belum sepenuhnya memahami istilah digital fintech. Hal ini di respon oleh pihak Bank melalui strategi edukasi berkelanjutan, baik melalui media sosial, layanan tatap muka di cabang, maupun penyuluhan langsung, agar nasabah memahami konsep dan manfaat fintech.

Nasabah menilai layanan digital memudahkan transaksi, menghemat waktu, dan mengurangi kebutuhan untuk datang ke kantor cabang. Strategi inovasi yang mendukung persepsi ini adalah pengembangan fitur transaksi yang cepat, mudah di akses, dan tersedia 24 jam, seperti transfer, pembayaran, dan pengecekan saldo.

Selain itu, biaya administrasi yang rendah menjadi daya tarik tersendiri dibanding bank konvensional. Untuk mempertahankan keunggulan ini BSI KCP Gowa menetapkan biaya layanan yang kompetitif sehingga mampu meningkatkan daya saing dan loyalitas

nasabah. Faktor kepuasan layanan, kenyamanan, dan kebiasaan penggunaan juga terbukti membuat nasabah enggan berpindah ke bank lain. Strategi inovasi yang dilakukan untuk memperkuat hal ini adalah menjaga kualitas layanan, meningkatkan performa aplikasi, dan menyediakan customer service yang responsif terhadap keluhan atau kebutuhan nasabah.

Kendala teknis seperti gangguan sistem, kesalahan PIN, dan risiko serangan siber menjadi tantangan yang mengganggu pengalaman pengguna. BSI KCP Gowa mengantisipasi hal ini melalui perbaikan infrastruktur digital, pembaruan sistem secara rutin penguatan keamanan data, dan pemberitahuan cepat saat terjadi gangguan. Meskipun layanan digital semakin berkembang, oleh karena itu, bank mempertahankan keberadaan cabang fisik dengan petugas yang siap membantu sebagai pelengkap layanan digital. Sehingga inovasi dan kebutuhan personal nasabah dapat berjalan seiring.

Penjelasan diatas sejalan dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi ditentukan oleh dua faktor utama, yaitu perceived usefulness (persepsi manfaat) dan perceived ease of use (persepsi kemudahan penggunaan). Imran, sebagai mahasiswa, merasakan manfaat langsung dari BSI Mobile untuk pembayaran UKT/SPP tanpa harus datang ke bank, menunjukkan tingginya perceived usefulness. Ibu Difa, meski sudah terbiasa menggunakan layanan digital seperti mobile banking, tetap berhati-hati karena pengalaman akun terblokir, yang mengindikasikan tingkat perceived ease of use yang masih perlu ditingkatkan. Sementara itu, Ibu Sarah yang berusia lanjut belum memanfaatkan mobile banking karena keterbatasan pemahaman teknologi, sehingga kedua faktor dalam TAM masih rendah.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan, persepsi ketiga nasabah dari berbagai kalangan tersebut mengilustrasikan bahwa strategi digital fintech BSI KCP Gowa perlu diterapkan secara segmentatif sesuai karakteristik pengguna. Segmen mahasiswa membutuhkan kecepatan dan kestabilan sistem, segmen pekerja mengutamakan biaya kompetitif dan keamanan, sedangkan segmen lansia memerlukan pendampingan intensif dan desain yang ramah pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi inovasi BSI KCP Gowa dalam mempertahankan loyalitas nasabah tidak hanya bergantung pada ketersediaan fitur digital, tetapi juga pada kemampuan bank menyesuaikan pendekatan dengan kebutuhan spesifik setiap kelompok nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang peneliti lakukan terkait strategi inovasi Bank Syariah Berbasis Digital Fintech dalam mempertahankan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Gowa dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi nasabah terhadap layanan digital fintech yang disediakan oleh BSI KCP Gowa menunjukkan kecenderungan positif meskipun tingkat pemahaman konsep “Fintech” masih beragam. Nasabah mahasiswa menilai layanan seperti BSI Mobile dan BYOND By BSI sangat membantu dalam transaksi rutin seperti pembayaran UKT/SPP, karena bisa dilakukan secara cepat dan fleksibel tanpa harus datang ke cabang. Nasabah dari kalangan karyawan merasa layanan ini praktis dan ekonomis, dengan biaya administrasi yang lebih rendah dibanding bank konvensional, walaupun terkadang menghadapi kendala teknis seperti akun terblokir.

Sementara itu, nasabah dari kalangan lansia cenderung masih mengandalkan layanan ATM karena keterbatasan literasi digital, sehingga membutuhkan pendampingan dari pihak bank atau keluarga. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan akses, efisiensi waktu, dan biaya yang terjangkau menjadi faktor pendorong utama loyalitas nasabah, meskipun masih ada kendala teknis dan perbedaan kemampuan adaptasi antar segmen usia.

2. BSI KCP Gowa menerapkan strategi inovasi berbasis digital fintech yang menitikberatkan pada pengembangan layanan, peningkatan keamanan, dan edukasi literasi digital. Pengembangan layanan dilakukan melalui fitur-fitur unggulan di BSI Mobile dan BYOND By BSI, seperti tabungan haji dan umrah digital yang dapat diakses tanpa datang ke cabang, QRIS untuk transaksi cepat, serta pengungat ibadah yang menguatkan identitas syariah. Peningkatan keamanan diwujudkan dengan kebijakan PIN dan kata sandi kompleks untuk melindungi data nasabah dari potensi peretasan.

Sementara itu, edukasi literasi digital dilakukan melalui media sosial, tutorial interaktif, dan pendampingan langsung oleh pegawai bank, khususnya bagi segmen lansia yang masih kesulitan mengoperasikan layanan digital. Strategi ini membuktikan bahwa kombinasi antara inovasi teknologi, keamanan data, pelayanan tatap muka yang responsif, dan sentuhan nilai syariah mampu mempertahankan loyalitas nasabah di tengah persaingan industri perbankan modern.

DAFTAR PUSTAKA

Adolph, R. (2021) 1–23.

Andi Asari. (2021). Manajemen Inovasi. CV. ISTANA AGENCY.

Anjung Peby Lestari. (2024). Pengaruh Inovasi Produk dan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Terhadap Daya Saing Di Pasar Financial Technology.

Azaria, D. P. (2014). (2020). Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents, 7(2), 107–115.

Badrudin, B., Razabi, M. R., Rahmi, R. S., & Mulyani, S. (2024). Pengembangan Manajemen Penilaian Pendidikan. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(2), 1788–1796. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i2.3963>

Cleanita Imra'atul Khasanah, & Nur Huri Mustofa. (2022). Analisis Persepsi Nasabah, Kepercayaan dan Brand Image Terhadap Minat dan Keputusan Nasabah Menabung. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 93–111. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i2.104.93-111>

Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). 5(2), 164–165.

Economics, S., & Journal, E. (2024). Do Perceived Security and Financial Literacy Affect the Use of Financial Technology? *Soedirman Economics Education Journal*, 6(Volume 6 No.2), 95–114. <https://doi.org/10.32424/seej.v6i2.12812>

Fadila, N., Goso, G., Hamid, R. S., & Ukkas, I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, Persepsi Risiko, dan Locus of Control Terhadap Keputusan Investasi Pengusaha Muda. *Owner*, 6(2), 1633–1643. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.789>

Febryanti, A. A., Hadi, S. P., & Listyorini, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Dak Nalgae Tembalang Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 30–39.

Hasibuan, A. G., Nasution, S. L., & Siregar, U. D. (2025). Pengaruh Fitur Produk, Servicescape, Diskon, dan Brand Awareness terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Kedai Kopi. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(4), 1657–1672. <https://doi.org/10.60036/jbm.660>

Hasibuan, S., Rodliyah, I., Thalhah, S. Z., Ratnaningsih, P. W., & E, A. A. M. S. (n.d.). Tahta Media Group.

<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-mobile-ujung-tombak-untuk-tingkatkan-penetrasi-digital-layanan-keuangan-terintegrasi>

- <https://www.kajianpustaka.com/2024/01/technology-acceptance-model-tam.html>
- Ii, B. A. B., & Pustaka, K. (2021). S_SEJ_1300898_Chapter1. 9–33.
- Ikhsan Bayanuloh. (2019). Marketing Syariah. CV BUDI UTAMA.
- Imelda, T., Mahmudah, N., & Liberty, L. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Bank Syari'ah Berbasis Digital FINTECH terhadap Pelayanan Nasabah Bank Muamalat KCP Metro. *FINANSIA : Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 131–154. <https://doi.org/10.32332/finansia.v4i2.3061>
- Irawan, D., Sugianto, S., & Siregar, S. (2022). Manajemen Pemasaran Bank Syariah Berbasis Tekhnology Revolusi Industry 4.0. *MES Management Journal*, 1(1), 27–39. <https://doi.org/10.56709/mesman.v1i1.11>
- Kasman, W. (2021). Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menabung Guru Pondok Pesantren di Bank Syariah Kabupaten Sidenreng Rappang. 1–23.
- LaJuan Perronoski Fuller, C. B. (2024). The Theoretical and Practical Implications of OpenAI System Rubric Assessment and Feedback on Higher Education Written Assignments. <https://pubs.sciepub.com/education/12/4/4/index.html>
- Margareta, & Eka Liliani. (2023). Inovasi Kepala Madrasah Dalam Mewujudkan Sekolah Yang Efektif Di Madrasah Aliyah Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar. 4–5.
- Martinelli, I. (2021). Menilik Financial Technology dalam Bidang Perbankan. *Jurnal Somasi Sosial Humaniora Komunikasi*, 2(1), 32–43.
- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2501. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6586>
- Nawawi, S., Muhammad Mufti, R., Agung, A., & Mega, A. (2021). The Influence of Strategy, Innovation and Development of MSMEs in the Culinary Sector in Bandung during the Covid-19 Period. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)*, 2(3), 23–30. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Norma Azmi Farida. (2020). Tafsir Surat al-Mulk Ayat 15: Berkelanalah! Hingga Sadar Kefanaan Dunia dan Kekekalan Allah. *Tafsiralquran.Id*. <https://tafsiralquran.id/tafsir-surat-al-mulk-ayat-15-berkelanalah-hingga-sadar-kefanaan-dunia-dan-kekekalan-allah/>
- Nurdewi, N. (2022). Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangsa Melayani Di Provinsi Maluku Utara. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2), 297–303. <https://doi.org/10.55681/sentri.v1i2.235>
- Nurfajriani, W. V., Arivan, M. W. I., Mahendra, Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/download/7892/6912/pemerintahan.malangkota.go.id>
- (2022). Struktur Organisasi. *Pemerintahan.Malangkota.Go.Id*, April. https://pemerintahan.malangkota.go.id/?page_id=10
- Pratama Atmajaya, A. (2021). Penerapan Diskon Melalui Pembayaran Gopay ditinjau dari Etika Bisnis Islam: Studi kasus Seblak Indoleta Tejo Agung Metro Timur Lampung. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Ramin, M., Waqiah, W., & Kiptiyah, K. (2023). Implementasi Akad Wadiah Pada Produk Tabungan Easy Wadiah Di Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kcp Sampang. *Prospeks: Prosiding Pengabdian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 246–257. <https://doi.org/10.32806/pps.v1i2.281>
- Rantika Seotiana Sari, & Fasa, M. I. (2024). Analisis Tabungan Wadiah Dan Tabungan Mudharabah Di Bank Syariah Indonesia (Bsi). *Jurnal Media Akademik*, 2(10), 3031–5220.

- Rizky D, A. K. (2020). Jenis Kesimpulan dan Saran Metode A. *Jenis Kesimpulan Dan Saran Metode A*, 3(5), 1–15.
- Shihab, M. Q. (2002a). *Tafsir Al-Misbah Jilid-07*. Jakarta : Lentera Hati, 568.
- Shihab, M. Q. (2002b). *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Volume 7.
- Shihab, M. Q. (2011). *Tafsir al-Misbāh, Pesan Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, Volume 14. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 624.
- Siburian, I. T. P., Djoko, H., & Widayanto. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1–10.
- Silvia, N. (2020). Analisis Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Koperasi Mitra Dhuafa (KOMIDA) Banda Aceh. 1–87.
- Siti Fatimah. (2020). personal dan budaya terhadap strategi inovasi. YAYASAN BARCODE.
- Siti Husnul Hotima. (2020). Analisis Strategi Inovasi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Olahan Daun Kelor Pada Cv. Kreatif Maronggih Center Community. 2507(February), 1–9.
- Sumaryono. (2024). Manajemen Strategis dan Kerangka Kerja Strategis. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 5(3), 353–366. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v5i3.1850>
- Suprpto, H. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Antar Jasa Penginapan Di Kota Lamongan (Studi Pada Hotel Mahkota Lamongan). *Jurnal Manajemen*, 4(3), 1049. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i3.271>
- Suryono, R. R. (2019). Financial Technology (Fintech) Dalam Perspektif Aksiologi. Masyarakat Telematika Dan Informasi : *Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 10(1), 52. <https://doi.org/10.17933/mti.v10i1.138>
- Syafnidawaty. (2020). data sekunder. <https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-sekunder/>
- Zulfa Qur'anisa, Mira Herawati, Lisvi Lisvi, Melinda Helmalia Putri, & O. Feriyanto. (2024). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Akses Keuangan Di Era Digital. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(3), 99–114. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i3.1573>