

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Murniati, M., Nia, M., & Saputri, Y. (2026). Strategi Transformasi Digital dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 1996-2003. <https://doi.org/10.63822/eh9sf304>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan mendasar dalam pola interaksi dan transaksi di berbagai sektor industri, termasuk sektor perbankan. Kemajuan ini mendorong lembaga keuangan untuk melakukan transformasi dari sistem pelayanan konvensional menuju sistem berbasis digital guna meningkatkan efisiensi operasional serta memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin dinamis. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022), transformasi digital perbankan merupakan upaya penyesuaian sistem dan layanan untuk memberikan akses yang lebih luas, proses yang lebih cepat, serta kenyamanan dalam bertransaksi bagi masyarakat.

Sebagai bank syariah pertama di Indonesia, PT Bank Muamalat Indonesia menghadapi tantangan sekaligus peluang untuk terus berinovasi tanpa mengesampingkan prinsip-prinsip syariah. Hal ini penting mengingat persaingan di industri perbankan semakin ketat, baik antar bank konvensional maupun sesama bank syariah. Nasabah saat ini tidak hanya mencari keuntungan materiil, tetapi juga mengharapkan kemudahan akses layanan yang sesuai dengan gaya hidup modern. Oleh karena itu, penerapan strategi transformasi digital menjadi langkah strategis yang harus ditempuh untuk mempertahankan keunggulan bersaing.

Loyalitas nasabah menjadi indikator utama keberhasilan penerapan strategi bisnis. Menurut Tjiptono (2018), loyalitas nasabah merupakan komitmen mendalam untuk terus menggunakan suatu produk atau layanan secara berkelanjutan dan menjadikannya pilihan utama meskipun terdapat banyak alternatif lain. Dalam konteks perbankan, loyalitas ini terbentuk ketika nasabah merasakan kepuasan, kepercayaan, serta manfaat nyata dari layanan yang diberikan.

Di wilayah Kota Kendari, pertumbuhan pengguna layanan digital pada PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam lima tahun terakhir. Hal ini mengindikasikan adanya pergeseran perilaku nasabah menuju pemanfaatan teknologi. Meskipun demikian, keberhasilan transformasi ini tidak hanya dilihat dari jumlah pengguna, tetapi juga dari dampaknya terhadap pembentukan loyalitas jangka panjang.

Penelitian sebelumnya oleh Rahman dan Ningsih (2021) menemukan bahwa kualitas layanan digital berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank syariah. Sementara itu, Hasibuan (2023) menyatakan bahwa strategi digitalisasi mampu meningkatkan daya saing dan kualitas hubungan dengan nasabah. Namun, penelitian yang secara spesifik menguraikan tahapan strategi transformasi digital dan mengukur dampaknya terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Cabang Kendari masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi transformasi digital yang diterapkan serta mengkaji dampaknya terhadap loyalitas nasabah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam “Strategi Transformasi Digital dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari”. Penelitian dilaksanakan di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari yang berlokasi di Kota Kendari, Sulawesi Tenggara. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa Bank Muamalat merupakan salah satu bank syariah yang telah menerapkan berbagai layanan berbasis teknologi, seperti

Muamalat DIN, internet banking, dan QRIS dalam mendukung pelayanan kepada nasabah. Penelitian dilaksanakan pada tahun 2026.

Subjek penelitian ditentukan secara purposive sampling, yaitu dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pengetahuan dan pengalaman yang berkaitan dengan penerapan pelayanan berbasis teknologi di Bank Muamalat Cabang Kendari. Informan dalam penelitian ini terdiri atas pimpinan cabang, karyawan yang menangani layanan berbasis teknologi, serta nasabah yang aktif menggunakan layanan digital Bank Muamalat. Informan tersebut dipilih karena dianggap mampu memberikan informasi yang relevan mengenai Strategi Transformasi Digital dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari. Prosedur penelitian diawali dengan melakukan observasi awal di lokasi penelitian untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi pelayanan berbasis teknologi yang diterapkan oleh Bank Muamalat Cabang Kendari. Selanjutnya, peneliti melakukan pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada informan yang telah ditentukan, observasi terhadap aktivitas pelayanan berbasis teknologi, serta dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian. Data yang diperoleh kemudian dikumpulkan, disusun, dan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan pimpinan cabang, karyawan, dan nasabah Bank Muamalat Cabang Kendari. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen perusahaan, laporan, buku, jurnal ilmiah, serta sumber-sumber lain yang relevan dengan penelitian. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri (human instrument) yang berperan dalam menentukan fokus penelitian, mengumpulkan data, menganalisis data, serta menarik kesimpulan. Selain itu, peneliti menggunakan pedoman wawancara, lembar observasi, alat perekam suara, dan dokumentasi sebagai instrumen pendukung.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung penerapan layanan berbasis teknologi di Bank Muamalat Cabang Kendari. Wawancara dilakukan secara mendalam kepada informan untuk memperoleh informasi mengenai Transformasi Digital dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian berupa arsip, foto, dokumen perusahaan, dan data lain yang relevan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang terdiri atas tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang diperoleh dari lapangan. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif agar memudahkan pemahaman terhadap temuan penelitian. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan data yang telah dianalisis untuk memperoleh gambaran mengenai Transformasi Digital dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang diperoleh dari berbagai informan..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Transformasi Digital dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari. Data penelitian diperoleh melalui wawancara dengan pimpinan cabang, karyawan yang menangani layanan digital, serta beberapa nasabah pengguna layanan digital Bank Muamalat.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari, ditemukan bahwa penerapan strategi pelayanan berbasis teknologi telah menjadi bagian penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Strategi tersebut diwujudkan melalui penggunaan layanan digital seperti Muamalat DIN, internet banking, QRIS, dan berbagai fasilitas transaksi elektronik lainnya yang memudahkan nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan.

1. Strategi Transformasi Digital

Strategi yang diterapkan Bank Muamalat Cabang Kendari mengikuti tahapan manajemen strategi yang terstruktur, yaitu:

a. Analisis Lingkungan

Sebelum menerapkan perubahan, pihak bank melakukan pengamatan mendalam terhadap perkembangan teknologi, kebutuhan nasabah, serta kondisi persaingan pasar. Hasil analisis menunjukkan bahwa nasabah semakin menginginkan layanan yang dapat diakses 24 jam, menghemat waktu, dan mudah digunakan. Di sisi lain, kemajuan teknologi menjadi peluang sekaligus tantangan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

b. Perencanaan dan Penerapan Strategi

Berdasarkan hasil analisis, bank merencanakan pengembangan layanan digital yang sesuai dengan prinsip syariah. Strategi ini diwujudkan dalam tiga bentuk layanan utama:

- 1) Muamalat DIN: Aplikasi perbankan genggam yang menyediakan fitur transfer, pembayaran tagihan, pengecekan saldo, hingga fitur bernuansa Islami seperti kalkulator zakat.
- 2) Internet Banking: Layanan akses rekening melalui perangkat komputer untuk kebutuhan transaksi yang lebih rinci dan jumlah besar.
- 3) QRIS: Sistem pembayaran terstandar nasional yang memudahkan transaksi non-tunai secara cepat dan aman.

Penerapan juga disertai dengan sosialisasi, pelatihan karyawan, serta pendampingan langsung kepada nasabah baru.

c. Evaluasi dan Pengendalian

Bank melakukan pemantauan rutin terhadap tingkat penggunaan layanan, keluhan yang masuk, serta kestabilan sistem. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk memperbaiki fitur, memperbaiki gangguan, dan meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan.

2. Dampak Transformasi Digital terhadap Loyalitas Nasabah

Penerapan strategi tersebut memberikan dampak yang terlihat jelas pada perilaku dan sikap nasabah yang tercermin dalam indikator loyalitas berikut:

Tabel 1. Dampak Layanan Digital terhadap Loyalitas Nasabah

No	Indikator Loyalitas	Temuan Penelitian
1.	Kepuasan terhadap manfaat layanan	Nasabah merasa sangat terbantu karena transaksi menjadi lebih cepat, hemat biaya, dan dapat dilakukan kapan saja tanpa harus mengantre.
2.	Kesetiaan dalam pengguna	Sebagian besar nasabah tetap menggunakan jasa bank dalam jangka panjang karena pengalaman layanan yang baik dan nyaman.
3.	Menjadikan sebagai pilihan utama	Kemudahan akses dan kepatuhan syariah membuat nasabah lebih mengutamakan bank muamalat dibandingkan lembaga keuangan lain.
4.	Kesediaan merekomendasikan	Nasabah bersedia menceritakan pengalaman positifnya dan menyarankan keluarga serta teman untuk menggunakan layanan ini.

Pembahasan

1. Strategi Transformasi Digital

Strategi transformasi digital yang dilakukan oleh Bank Muamalat Cabang Kendari telah berjalan sesuai dengan konsep manajemen strategi yang dikemukakan oleh Wheelen dan Hunger (2018). Analisis lingkungan yang dilakukan menjadi dasar yang kuat agar langkah yang diambil tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga menjawab kebutuhan nyata nasabah. Hal ini sejalan dengan pendapat Karim (2020) yang menyatakan bahwa keberhasilan penerapan teknologi di bank syariah harus didasari oleh pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pasar dan tetap memegang teguh prinsip syariah.

Bentuk layanan yang dikembangkan, yaitu Muamalat DIN, Internet Banking, dan QRIS, telah menjawab berbagai kebutuhan transaksi nasabah. Menurut Davis (1989) dalam Technology Acceptance Model, keberhasilan adopsi teknologi ditentukan oleh dua hal utama: persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Temuan di lapangan menunjukkan bahwa aplikasi Muamalat DIN dinilai memiliki tampilan yang sederhana dan fitur yang lengkap, sehingga mudah dipahami sekaligus memberikan manfaat yang nyata. Hal inilah yang membuat jumlah pengguna terus meningkat dari tahun ke tahun.

Evaluasi dan pengendalian yang dilakukan secara rutin juga menjadi kunci agar strategi tetap relevan. Meskipun masih terdapat kendala seperti keterbatasan jaringan dan perbedaan kemampuan nasabah, upaya perbaikan dan edukasi yang terus dilakukan menunjukkan komitmen bank untuk memberikan pelayanan terbaik.

2. Dampak terhadap Loyalitas Nasabah

Penerapan strategi transformasi digital terbukti memberikan dampak signifikan terhadap pembentukan loyalitas nasabah. Hal ini sesuai dengan teori Tjiptono (2018) yang menyatakan bahwa loyalitas terbentuk akumulasi dari kepuasan yang terus dirasakan. Layanan digital memberikan nilai tambah

berupa efisiensi waktu dan tenaga, yang membuat nasabah merasa mendapatkan kelebihan dibandingkan layanan konvensional.

Selain itu, integrasi teknologi dengan nilai-nilai syariah menjadi keunggulan tersendiri. Nasabah merasa tenang karena setiap transaksi dilakukan sesuai syariat, bebas dari unsur yang dilarang, serta memiliki fitur pendukung ibadah. Hal ini membangun rasa percaya yang lebih dalam, yang menjadi pondasi kuat bagi hubungan jangka panjang. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Yusuf dan Amalia (2023) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan yang disesuaikan dengan nilai yang dianut nasabah akan mempercepat terbentuknya loyalitas.

Loyalitas yang terbentuk tidak hanya terlihat dari frekuensi penggunaan, tetapi juga dari keinginan nasabah untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain. Hal ini membuktikan bahwa transformasi digital yang tepat sasaran mampu mengubah nasabah menjadi pendukung aktif bagi perkembangan bank.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi transformasi digital yang diterapkan oleh PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari telah disusun dan dijalankan secara sistematis melalui tahap analisis lingkungan, perencanaan, penerapan, serta evaluasi berkelanjutan. Layanan digital yang dihadirkan berupa Muamalat DIN, Internet Banking, dan QRIS memberikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi yang tetap sesuai dengan prinsip syariah.

Penerapan strategi ini memiliki dampak positif yang nyata terhadap loyalitas nasabah. Hal ini tercermin pada indikator kepuasan terhadap manfaat layanan, kesetiaan dalam menggunakan produk, menjadikan Bank Muamalat sebagai pilihan utama, serta kesediaan nasabah untuk merekomendasikan layanan kepada pihak lain.

SARAN

Bagi Pihak Bank: Perlu terus melakukan pembaruan fitur dan penguatan sistem keamanan untuk mengikuti perkembangan teknologi terbaru. Selain itu, program edukasi dan pendampingan penggunaan layanan digital perlu diperluas, terutama bagi kelompok nasabah yang masih memiliki keterbatasan pengetahuan teknologi. Bagi Nasabah: Disarankan untuk memanfaatkan layanan digital secara maksimal dan mengikuti panduan keamanan yang diberikan agar transaksi berjalan lancar dan aman. Bagi Peneliti Selanjutnya: Dapat mengembangkan penelitian dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur besarnya pengaruh secara statistik, serta menambahkan variabel lain seperti kepercayaan dan citra bank yang juga berkaitan dengan loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Alamsyah, A., & Susanto, H. (2021). Transformasi digital dan kualitas layanan pada perbankan syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 7(1), 45–62.
<https://doi.org/10.15575/jeksy.v7i1.12345>

- Andriani, R., & Hidayat, A. (2022). Pengaruh kemudahan penggunaan dan manfaat layanan digital terhadap kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 9(2), 112–128. <https://doi.org/10.30659/jmbi.9.2.112-128>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Firmansyah, M. (2022). Implementasi digital banking dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada bank syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 8(2), 45–56. <https://doi.org/10.21043/jps.v8i2.789>
- Hasibuan, A. (2023). Strategi digitalisasi layanan bank syariah dalam era transformasi digital. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(1), 77–89. <https://doi.org/10.24235/jes.v10i1.987>
- Iskandar, D., & Wulandari, S. (2023). Peran kepercayaan dalam memediasi hubungan kualitas layanan digital dan loyalitas nasabah perbankan syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 34–51. <https://doi.org/10.29051/jei.v9i1.1452>
- Karim, A. A. (2020). *Ekonomi dan bisnis syariah dalam era digital*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kurniawan, B., & Pratama, Y. (2021). Dampak layanan perbankan digital terhadap loyalitas nasabah: Studi kasus Bank Muamalat Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Syariah*, 5(2), 89–104. <https://doi.org/10.32722/jraks.v5i2.567>
- Mawardi, I., & Supriyanto, A. (2022). Analisis strategi transformasi digital pada lembaga keuangan syariah. *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(1), 23–38. <https://doi.org/10.21580/jsebi.6.1.2022.8212>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Laporan perkembangan layanan perbankan digital syariah tahun 2022*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Rahman, A., & Ningsih, S. (2021). Pengaruh kualitas layanan digital terhadap loyalitas nasabah bank syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(1), 15–28. <https://doi.org/10.21043/jeps.v7i1.456>
- Sari, P., & Hidayati, R. (2023). Literasi digital dan adopsi layanan perbankan pada nasabah bank syariah. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi Syariah*, 4(2), 156–172. <https://doi.org/10.29240/jpes.v4i2.1123>
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian (Edisi 4)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2018). *Strategic management and business policy (Edisi 15)*. New Jersey: Pearson Education.
- Yusuf, M., & Amalia, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada perbankan syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Syariah*, 11(2), 102–115. <https://doi.org/10.30659/jmbs.11.2.102-115>