

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Sebagai negara dengan populasi mayoritas beragama Islam, Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan ekonomi syariah. Data proyeksi Badan Pusat Statistik menunjukkan jumlah penduduk Indonesia mencapai 284.438.800 orang, dengan 86,98% di antaranya beragama Islam (BPS, 2025). Kondisi demografis ini, dikombinasikan dengan tren digitalisasi perilaku masyarakat, membuka peluang luas bagi pertumbuhan perbankan syariah sebagai pilar utama ekonomi syariah (Maulana et al., 2022).

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan kemajuan signifikan. Menurut Menne (2023), sektor ini mengalami ekspansi pesat, yang menjadi pendorong utama bagi peran keuangan syariah dalam mendukung perekonomian nasional. Proyeksi memperkirakan pertumbuhan ekonomi syariah sebesar 4,7-5,5% dan peningkatan pembiayaan perbankan syariah hingga 10-12% pada tahun 2024 (Stefany, 2024).

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam industri perbankan, di mana digitalisasi menjadi strategi utama untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan

layanan, serta mempertahankan loyalitas nasabah. Bank tidak hanya bersaing dalam hal produk keuangan, tetapi juga dalam kemampuan menghadirkan layanan berbasis teknologi yang cepat, mudah, dan aman. Dalam hal ini, inovasi layanan menjadi elemen kunci bagi perbankan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin modern.

Pada sektor perbankan syariah, *Service Innovation* dan *E-Servqual* juga menjadi kebutuhan mendesak agar dapat bersaing dengan lembaga keuangan syariah lain yang telah mengoptimalkan teknologi untuk mencapai kepuasan dan loyalitas nasabah. Menurut data yang dirilis dalam ajang *Satisfaction, Loyalty & Engagement Award* yang diadakan oleh MRI bersama Infobank.

Tabel 1. 1

*The Best Bank in SLE Awards*

Tahun	<i>1<sup>st</sup> Place</i>	<i>2<sup>nd</sup> Place</i>	<i>3<sup>rd</sup> Place</i>
2024	BSI Syariah	BCA Syariah	Bank Muamalat
2025	BSI Syariah	Bank Muamalat	BCA Syariah

Sumber: Youtube infobanktv

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dilihat bahwa BSI Syariah mendominasi posisi pertama selama dua tahun berturut-turut (2024–2025). Bank Muamalat merupakan bank syariah pertama di Indonesia yang memiliki sejarah panjang dalam pengembangan industri keuangan syariah nasional. Namun, meskipun memiliki pengalaman dan reputasi yang kuat,

Bank Muamalat belum mampu mengungguli Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam *Satisfaction, Loyalty & Engagement Awards 2024 & 2025*. Berdasarkan hasil survey yang melibatkan 1.440 responden dari Sembilan kota besar di Indonesia, Bank Muamalat hanya menempati posisi kedua dalam kategori *The Best Sharia Bank in Customer Loyalty*, masih berada di bawah BSI yang konsisten meraih posisi pertama. Kondisi ini menunjukkan bahwa, meskipun telah terjadi peningkatan kinerja dibanding tahun sebelumnya, masih terdapat faktor-faktor kritis yang menghalanginya meraih posisi juara pertama yang mengindikasikan bahwa masih terdapat kelemahan dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah. Penelitian di cabang-cabang Bank Muamalat menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan realitas layanan. Hal inilah yang menandakan masih terdapat celah dalam hal inovasi layanan, maupun kualitas layanan.

*Service Innovation* telah menjadi komponen penting bagi perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan keunggulan kompetitifnya dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. *Service Innovation* dapat berupa penciptaan layanan baru, perbaikan layanan yang sudah ada, atau pengembangan cara baru untuk memberikan layanan kepada pelanggan (Sulistyawati, 2024). Begitupun dengan *E-Service Quality (E-Servqual)*, yang berperan dalam memastikan bahwa layanan berbasis teknologi dapat berjalan secara efektif, mudah diakses, dan memberikan pengalaman positif bagi pengguna. Kedua konsep ini saling

berkaitan karena keberhasilan inovasi layanan akan optimal apabila diikuti dengan kualitas layanan digital yang baik.

Bank Muamalat Indonesia Sebagai pionir bank syariah di Indonesia terus berupaya melakukan inovasi berbasis teknologi melalui peluncuran aplikasi Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) sebagai platform transaksi keuangan syariah. Aplikasi ini diharapkan menjadi bentuk nyata dari *service innovation* dan pengimplementasian *E-servqual* yang mampu memberikan pengalaman layanan digital yang cepat dan praktis, serta berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas nasabah.

Namun demikian, tingkat penggunaan aplikasi Muamalat DIN masih relatif rendah dibandingkan pesaing sesama bank syariah. Berikut berdasarkan data *Similarweb App Intelligence* (2025) periode Juni-Agustus 2025.



**Gambar 1. 1**

### **Grafik Tren Pengguna Aktif Aplikasi Mumalat DIN**

Berdasarkan gambar 1.1 terlihat adanya kesenjangan yang signifikan antara kinerja aplikasi Muamalat DIN milik Bank Muamalat

Indonesia dan BYOND by BSI milik Bank Syariah Indonesia (BSI). Aplikasi Muamalat DIN tercatat memiliki 302,96 ribu pengguna aktif bulanan (*Monthly Active Users/MAU*), 193,73 ribu pengguna aktif mingguan (*Weekly Active Users/WAU*), dan 70,16 ribu pengguna aktif harian (*Daily Active Users/DAU*). Sementara itu, aplikasi BYOND by BSI menunjukkan performa yang jauh lebih tinggi, dengan 7,24 juta MAU, 5,15 juta WAU, dan 2,21 juta DAU pada periode yang sama.

Perbedaan jumlah pengguna aktif tersebut menunjukkan bahwa tingkat adopsi dan keterlibatan digital nasabah Bank Muamalat masih tertinggal dibandingkan BSI. Tingginya nilai *daily active users* pada aplikasi BYOND menandakan keberhasilan BSI dalam menyediakan layanan digital yang lebih inovatif, mudah diakses, dan relevan dengan kebutuhan nasabah. Sebaliknya, rendahnya tingkat aktivitas harian pada aplikasi Muamalat DIN mencerminkan masih terbatasnya efektivitas implementasi *service innovation* dan *e-service quality* dalam menarik serta mempertahankan keterlibatan nasabah.

Kondisi ini memperlihatkan bahwa transformasi digital Bank Muamalat belum sepenuhnya optimal, terutama dalam aspek inovasi layanan, kecepatan sistem, serta pengalaman pengguna (*user experience*). Hal ini sejalan dengan beberapa keluhan nasabah terkait performa aplikasi, kecepatan sistem, dan keandalan fitur menunjukkan adanya fenomena *service failure*, yaitu kondisi ketika layanan tidak berfungsi sesuai harapan nasabah.

Fenomena ini selaras dengan yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menunjukkan bahwa pengaduan pada sektor perbankan syariah masih cukup tinggi. Hingga akhir tahun 2024, OJK menerima 9.101 pengaduan masyarakat dari sektor jasa keuangan, di mana sebagian besar berasal dari kategori perbankan dan fintech, termasuk masalah terkait layanan digital, kesalahan sistem transaksi, serta respons yang lambat terhadap keluhan nasabah (Rini, 2024).



**Gambar 1. 2 Ulasan Aplikasi Muamalat DIN**

*Sumber: Ulasan aplikasi Muamalat Din & X*

Berdasarkan Gambar 1.2, terlihat bahwa beberapa nasabah mengeluhkan kinerja layanan digital Bank Muamalat, khususnya pada aplikasi Muamalat DIN dan fasilitas pendukungnya. Keluhan yang muncul meliputi aplikasi yang sulit diakses, lambat meskipun jaringan stabil, hingga kendala login ulang setelah data terhapus. Selain itu, terdapat keluhan terhadap website bank yang lemot saat proses aktivasi, serta keterbatasan mesin ATM yang sering mengalami gangguan.

Permasalahan tersebut mencerminkan rendahnya aspek *E-Service Quality*, terutama pada dimensi *efficiency* dan *responsiveness*, serta menunjukkan kurang optimalnya *Service Innovation* baik pada layanan digital maupun operasional. Kondisi ini berdampak pada penurunan kenyamanan dan kepercayaan nasabah, yang pada akhirnya dapat melemahkan loyalitas. Dimana, menurut Asnawi & Setyaningsih, (2021), inovasi layanan yang tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas sistem dan pengalaman pengguna akan menghambat terbentuknya hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah. Oleh karena itu, perbaikan mutu layanan digital serta penguatan inovasi menjadi langkah penting dalam menjaga loyalitas.

Literatur *review* menunjukkan hasil yang inkonsisten mengenai pengaruh variabel-variabel ini terhadap loyalitas. Penelitian Asnawi & Setyaningsih, (2021) menemukan bahwa inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, kepuasan, dan pada akhirnya

loyalitas nasabah. Hasil tersebut sejalan dengan temuan Nguyen et al., (2024) maupun Kanwal & Yousaf, (2019). Namun demikian, penelitian Widiastuti et al., (2020) justru menunjukkan bahwa inovasi layanan berbasis teknologi tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan pengguna, sehingga secara tidak langsung melemahkan hubungan inovasi layanan dengan loyalitas.

Sedangkan *e-service quality*, penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa kualitas layanan elektro (*service quality*) memiliki peran penting dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah bank syariah (Hidayat, 2022). Akan tetapi, penelitian Setyawan, (2023) menemukan bahwa *e-servqual* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Perbedaan hasil penelitian di atas memperlihatkan bahwa hubungan antara *service innovation*, dan *e service quality*, dengan loyalitas nasabah belum sepenuhnya terjelaskan secara konsisten. Kondisi ini membuka ruang untuk kajian lebih lanjut, khususnya dalam perbankan syariah di Indonesia yang memiliki karakteristik berbeda dengan perbankan konvensional. Selain itu, hingga saat ini belum ada penelitian yang secara spesifik dilakukan pada Bank Muamalat KC Sumber,

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis terdarik dan mengambil judul **“Pengaruh *Service Innovation*, dan *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat KC Sumber”**.

## B. Identifikasi Masalah

Identifikasi yang dapat diambil dari latar belakang masalah diatas adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil survei *Satisfaction, Loyalty & Engagement Awards* 2024-2025, loyalitas nasabah Bank Muamalat belum stabil karena masih berada pada posisi kedua, sehingga menunjukkan bahwa tingkat loyalitas nasabah belum sepenuhnya optimal.
2. Berdasarkan data *Similarweb App Intelligence* (2025), jumlah pengguna aktif aplikasi Muamalat DIN hanya mencapai 302,96 ribu, jauh di bawah BYOND BSI yang mencapai jutaan pengguna. Hal ini menunjukkan inovasi layanan dan kualitas layanan digital Bank Muamalat belum berjalan efektif dan belum mampu menyaingi kompetitor.
3. Berdasarkan data OJK 2024, terdapat 3.262 pengaduan nasabah perbankan terkait kesulitan akses *mobile banking* dan lambatnya penanganan keluhan, yang menunjukkan terjadinya *service failure* pada perbankan.
4. Berdasarkan ulasan pada aplikasi *Google Play* dan X 2025, aplikasi Muamalat DIN sering mengalami error saat login, lemot, hingga menyulitkan akses ulang. Prosedur pelayanan yang rumit menandakan bahwa inovasi layanan dan *E-Service Quality* yang lemah.

### C. Pembatasan Masalah

Untuk menjaga fokus penelitian dan menghindari pembahasan yang terlalu luas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Variabel yang diteliti terbatas pada *Service Innovation* dan *E-Service Quality* sebagai variabel independen, serta Loyalitas Nasabah sebagai variabel dependen.
2. Penelitian ini hanya difokuskan pada nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang (KC) Sumber.
3. Faktor-faktor eksternal seperti kondisi kebijakan pemerintah, maupun kompetisi antarbank tidak dibahas dalam penelitian ini.

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Service Innovation* terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat KC Sumber?
2. Bagaimana pengaruh *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat KC Sumber?

### E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh *Service Innovation* terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat KC Sumber.

2. Mengukur pengaruh *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat KC Sumber.

## F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmiah di bidang manajemen pemasaran dan perbankan syariah, khususnya mengenai pengaruh *Service Innovation* dan *E-Service Quality* terhadap loyalitas nasabah. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengembangan teori dan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan layanan perbankan syariah.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur di bidang manajemen pemasaran dan perbankan syariah, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang meneliti topik serupa.

#### b. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memperdalam pemahaman mengenai dinamika inovasi dan kualitas layanan elektronik dalam perbankan syariah, khususnya faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah.

c. Bagi Pihak lain dan Masyarakat

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah perbankan syariah. Selain itu, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan bagi masyarakat agar lebih memahami pentingnya kualitas layanan digital dan inovasi dalam menentukan pilihan bank. Bagi pihak perbankan, hasil ini dapat menjadi masukan strategis untuk terus meningkatkan mutu layanan serta memperkuat daya saing di industri perbankan syariah.

**G. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan arah yang jelas serta memastikan penulisan proposal skripsi mencapai tujuan yang diharapkan, disusunlah sistematika penulisan yang berfungsi sebagai pedoman atau kerangka acuan dalam penyusunan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, berisi uraian mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam karya ilmiah ini.

Bab II Tinjauan Pustaka, pada bagian ini disajikan pembahasan mengenai landasan teori yang relevan, meliputi konsep-konsep dasar tentang bank syariah, pengetahuan perbankan syariah, kepercayaan, serta minat dalam menggunakan produk bank syariah. Selain itu, bab ini juga

memuat tinjauan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian, bab ini menjelaskan secara rinci mengenai metode penelitian yang digunakan, termasuk ruang lingkup penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, operasional variabel, serta metode analisis data yang diterapkan untuk menguji hipotesis.

Bab IV Hasil dan Pembahasan, pada bab ini penulis menguraikan deskripsi objek penelitian, hasil pengolahan data, serta analisis dan interpretasi temuan penelitian yang diperoleh dari proses penelitian yang telah dilakukan.

Bab V Penutup, bab ini berisi kesimpulan yang ditarik berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, serta saran-saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak terkait maupun sebagai arah untuk penelitian selanjutnya.