

Pengaruh Produk Pembiayaan Mudharabah dan Layanan Digital terhadap Keputusan Nasabah pada BTPN Syariah MMS Panjang

Heni Rosmiati¹, Umi Khulsum², Nur Azizah Zuhriyah³, Pertiwi Utami⁴

^{1,3} Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Lampung, Indonesia

² Perbankan Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Lampung, Indonesia

⁴ Magister Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Lampung, Indonesia
henijpg09@gmail.com

Info Artikel

Sejarah artikel :

Diterima September 2025

Direvisi September 2025

Disetujui September 2025

Diterbitkan September 2025

ABSTRACT

This study's objective is to investigate whether there is an influence of mudharabah financing products and digital services on customer decisions at BTPN Syariah MMS Panjang in the TUNA era. This type of research is quantitative research. The sampling technique in this study is Simple Random Sampling. Data collection by distributing questionnaires through the Google form application with the number of samples used in this study was 95 respondents from BTPN Syariah MMS Panjang customers. The software used to analyze the data uses the assistance of the Smart PLS 4.1 application. Data analysis such as reliability testing and validity testing using the outer model. While testing the relationship between the coefficient of determination and hypothesis testing using the inner model. The results of the study show that partially based on the structural model test, it has an R^2 (Coefficient of Determination) value, it can be seen that the R-square value on the Mudharabah Financing variable (X1), and Digital Services (X2), on the Customer Decision variable (Y) has an effect together or simultaneously with a value of 0.359. Thus, it can be concluded that 36% of Customer Decisions are explained by the Mudharabah Financing and Digital Services variables. Based on the regression model, the path coefficient value is 0.513, t -statistic = 5.038, P -value = $0.000 < 0.05$ for the mudharabah financing variable, and the path coefficient value is 0.110, t -statistic = 1.267, P -value = $0.114 > 0.05$ for the digital services variable. Both variables have a positive and significant influence on the decision to become a customer at BTPN Syariah MMS Panjang Bandar Lampung.

Keywords : Digital Services; Financing; Islamic Banking.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki adakah pengaruh produk pembiayaan mudharabah dan layanan digital terhadap keputusan nasabah pada BTPN Syariah MMS Panjang di era TUNA. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Simple Random Sampling. Pengumpulan data dengan cara penyebaran kuisioner melalui aplikasi google form dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah 95 responden dari nasabah BTPN Syariah MMS Panjang. Software yang digunakan untuk menganalisa data menggunakan bantuan dari aplikasi Smart PLS 4.1. Analisis data seperti uji reliabilitas dan uji validitas menggunakan outer model. Sedangkan untuk menguji hubungan koefisien determinasi dan uji hipotesis menggunakan inner model. Hasil penelitian menunjukkan secara persial berdasarkan uji model struktural memiliki nilai R^2 (Koefisien Determinasi) dapat diketahui bahwa nilai R-square pada variabel Pembiayaan Mudharabah (X1), dan Layanan Digital (X2), terhadap variabel Keputusan Nasabah (Y) berpengaruh secara bersama-sama atau simultan

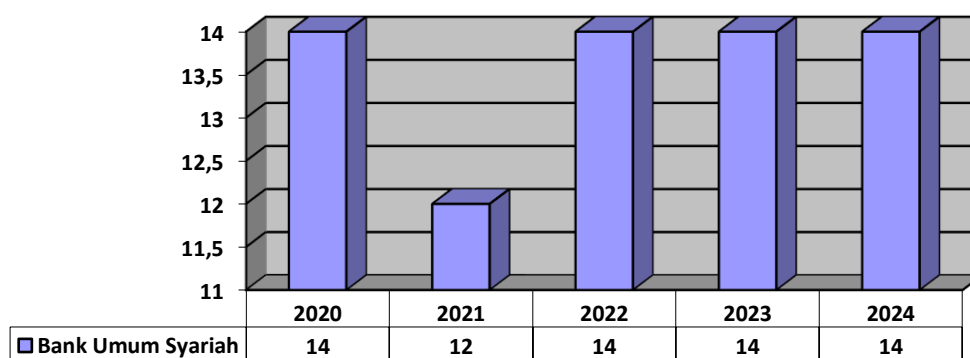
dengan nilai sebesar 0,359. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa 36% Keputusan Nasabah dijelaskan oleh variabel Pembiayaan Mudharabah, dan Layanan Digital. Berdasarkan model regresi diperoleh nilai koefisien jalur 0.513, t-statistik = 5.038, P-value = 0.000 < 0,05 untuk variabel pembiayaan mudharabah, dan nilai koefisien jalur 0.110, t-statistik = 1.267, P-value = 0.114 > 0.05 untuk variabel layanan digital. Kedua variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BTPN Syariah MMS Panjang Bandar Lampung.

Kata Kunci : Bank Syariah; Layanan Digital; Pembiayaan.

PENDAHULUAN

Industri keuangan dan perusahaan harus menghadapi tantangan di era TUNA yang merupakan singkatan *Turbulent* (bergolak), *Uncertain* (tidak pasti), *Novel* (baru), dan *Ambiguous* (ambigu), lingkungan eksternal berubah dengan cepat dan tidak terduga di abad ke-21 [1]. Pesatnya daya saing dan tantangan dunia industri era TUNA yang semakin konprehensif menjadikan pentingnya perusahaan untuk menyusun strategi baru memecahkan masalah TUNA tersebut [2]. Studi literatur yang dilakukan oleh Dewanti (2023) [3] mengungkapkan bahwa dalam dunia industri dan bisnis, tren yang sedang berkembang di tengah masyarakat tidak dapat diprediksi. Ketidakpastian kebijakan setiap negara yang mampu mempengaruhi industri dan pebisnis. Lingkungan akan berdampak pada minat masyarakat. Minat masyarakat akan mempengaruhi produksi, sehingga mempengaruhi bahan baku yang digunakan. Bahan baku akan memengaruhi biaya yang dikeluarkan, begitu seterusnya.

Literatur mengungkapkan bahwa perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia menghadapi berbagai tantangan seperti pemanfaatan teknologi ditengah fenomena rendahnya literasi keuangan syariah pada masyarakat. Tidak dapat dipungkiri industri keuangan syariah juga perlu menyusun strategi baru untuk dapat bersaing [4] [5] [6]. Perkembangan perbankan syariah selama beberapa periode juga mengalami pasang surut, berikut daftar perkembangan kelembagaan perbankan syariah di Indonesia selama 5 tahun terakhir.



Gambar 1. Perkembangan Bank Umum Syariah Tahun 2020-2024

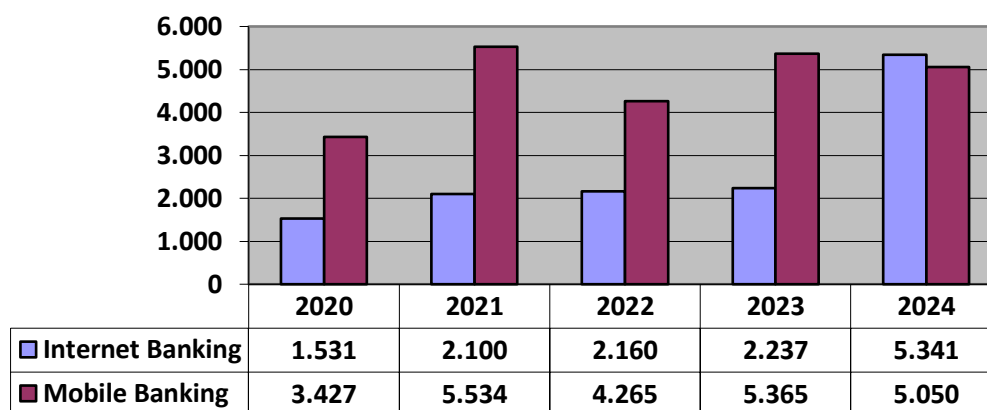
Sumber: www.ojk.go.id dan www.bps.go.id

Berdasarkan Gambar 1. dapat dilihat perkembangan Bank Umum Syariah (BUS) dari tahun 2020-2021 mengalami penurunan, namun pada tahun 2022

mengalami peningkatan. Jumlah BUS berkurang disebabkan beberapa masalah sosial dan ekonomi yang sangat beragam salah satunya adalah masalah inflasi. Sementara itu pada tahun 2022-2024, jumlah BUS 14 unit. Hal ini menunjukkan bahwa BUS di Indonesia selama 3 tahun terakhir mengalami pertumbuhan yang konsisten.

Evolusi perbankan melalui digitalisasi membutuhkan dan mendorong institusi untuk menawarkan layanan yang fleksibel dan memastikan perlindungan nasabah. Maka, sudah sewajarnya bank syariah memberikan layanan yang berkualitas sehingga bisa mendapatkan keunggulan dibanding bank lain [7] [8]. Fasilitas digital dapat memudahkan masyarakat untuk bertransaksi keuangan syariah kapanpun dan di manapun [9] [10] [11].

Keberadaan teknologi dan informasi membuat perbankan menjadi mudah dalam menyimpan, dan mengambil data nasabah sehingga membantunya dalam menjaga hubungan baik dengan konsumen, mengatasi keluhan konsumen, serta mencocokkan produk yang sesuai dengan kebutuhan para konsumen [12] Praktik pemanfaatan teknologi menjadikan perkembangan volume transaksi perbankan syariah mengalami peningkatan.



Gambar 2. Volume Transaksi (Juta Transaksi) Tahun 2020-2024

Sumber: Bank Indonesia (2024)

Menurut data dari Bank Indonesia (2024), tercatat terjadi peningkatan volume transaksi digital banking pada tahun 2020-2024 secara signifikan mengalami peningkatan terus menerus selama kurun waktu lima tahun dengan jumlah transaksi sebesar 50,5 juta transaksi. Bank Syariah menawarkan beragam produk seperti produk simpanan dan pembiayaan yang mematuhi prinsip-prinsip syariah, termasuk larangan riba (bunga) dan transparansi dalam transaksi. Produk pembiayaan ini salah satunya adalah mudharabah yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang ingin melakukan transaksi keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah [13] [14].

Berdasarkan observasi awal mengenai produk pembiayaan mudharabah di BTPN syariah MMS panjang diidentifikasi permasalahan sebagai berikut; (1) Produk pembiayaan *mudharabah* kurang diminati nasabah di wilayah Panjang

Bandar Lampung sehingga menjadikan tantangan besar perbankan tersebut di era TUNA; (2) rendahnya daya saing BTPN Syariah terhadap bank konvensional yang ada di wilayah Panjang Bandar Lampung; dan (3) Layanan digital belum dirasakan manfaatnya secara menyeluruh oleh nasabah di wilayah Panjang Bandar Lampung.

Digitalisasi teknologi dari sisi bisnis dimanfaatkan dengan baik oleh PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah Tbk melalui cara yang unik misalnya melalui aplikasi Tepat Daya (TDP), program BESTEE (Berdaya Bersama Sahabat Tepat Indonesia, dan aplikasi Jenius untuk bertransaksi, menabung, dan mengendalikan keuangan [15]. Sejak tahun 2015, BTPN Syariah banyak belajar bahwa teknologi untuk kalangan sub-mikro tidak bisa disamakan dengan nasabah-nasabah perkotaan. Butuh waktu dan adaptasi agar pengembangan teknologi bisa secara tepat memenuhi kebutuhan golongan prasejahtera dan sub-mikro. Studi yang dilakukan oleh El et al., (2022) [16] menguji pengaruh pembiayaan *mudharabah* dan musyarakah terhadap profitabilitas bank syariah di Indonesia. Profitabilitas diukur dengan menggunakan ROA. Hidayat (2023) [17] dengan pendekatan menggunakan metode penelitian kuantitatif yang didasarkan pada data-data yang diperoleh dari perusahaan. Hasilnya menunjukkan bahwa prosedur pembiayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan *mudharabah* pada bank Syariah Indonesia (BSI). Studi terdahulu yang dilakukan Nopita (2021) [18] menemukan bahwa terdapat pengaruh positif karena variabel layanan digital (ATM) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan nasabah.

Meskipun banyak penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh pembiayaan *mudharabah* maupun layanan digital terhadap perilaku nasabah, sebagian besar studi tersebut hanya menekankan pada aspek umum seperti profitabilitas bank, kepuasan nasabah, atau loyalitas [18]. Hal ini sering menimbulkan anggapan bahwa penelitian sejenis tidak menghadirkan kebaruan. Namun demikian, penelitian ini memiliki kekuatan novelty dalam beberapa hal. Pertama, penelitian ini dilaksanakan dalam konteks era TUNA (Turbulent, Uncertain, Novel, Ambiguous) yang hingga kini masih jarang digunakan sebagai kerangka analisis pada studi perbankan syariah. Kedua, fokus penelitian adalah BTPN Syariah MMS Panjang Bandar Lampung yang memiliki karakteristik unik, yaitu mayoritas nasabah adalah perempuan pelaku UMKM sub-mikro. Kondisi ini belum banyak dijadikan objek penelitian kuantitatif sebelumnya sehingga menawarkan perspektif baru. Ketiga, penelitian ini menggunakan Smart PLS versi terbaru (4.1, 2023) yang mampu memberikan hasil analisis lebih akurat dan komprehensif dibanding metode terdahulu.

Dengan demikian, penelitian ini bukan sekadar pengulangan, melainkan memberikan kontribusi akademik dalam bentuk integrasi isu pembiayaan *mudharabah*, kualitas layanan digital, serta perilaku pengambilan keputusan konsumen dalam menghadapi dinamika ketidakpastian era TUNA. Selain itu, hasilnya diharapkan memberi kontribusi praktis bagi strategi bank syariah dalam meningkatkan literasi, memperluas penetrasi produk *mudharabah*, dan memperkuat daya saing layanan digital.

Pada penelitian ini lembaga keuangan syariah yang dimaksud adalah BTPN Syariah. Penelitian menguji kembali literatur sebelumnya karena adanya kesenjangan antara temuan yang satu dengan yang lainnya terkait faktor-faktor

yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Penelitian ini tentunya sangat penting untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam menghadapi ketidakpastian kondisi TUNA terutama dalam mewujudkan nilai-nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan kesejahteraan rakyat dan *maqasid asy syariah*, menggunakan metode penelitian kuantitatif menggunakan Smart PLS versi 4.1 yang dirilis tahun 2023.

Era TUNA hadir dari gagasan bahwa dunia saat ini penuh ketidakpastian, terus merepson hal apa berikutnya yang dapat dilakukan perusahaan. Karena terlalu banyak variabel yang dapat berubah setiap saat, tidak dapat diprediksi, hingga perlu benar-benar mendapatkan perhatian yang serius dan belajar menangkap akar permasalahan serta mencari jalan keluarnya [19]. Studi terdahulu mengungkapkan penting untuk *stakeholder* memahami industri dan memprediksinya agar tetap *agile* dan adaptif. Lebih dalam, temuan terdahulu juga menjelaskan bahwa studi dengan tema tersebut memiliki keterbatasan sampel yang digunakan Sehingga tidak dapat digeneralisasikan di wilayah lainnya dengan luasnya perilaku konsumen dan banyaknya pilihan perbankan syariah yang semakin kompetitif [20].

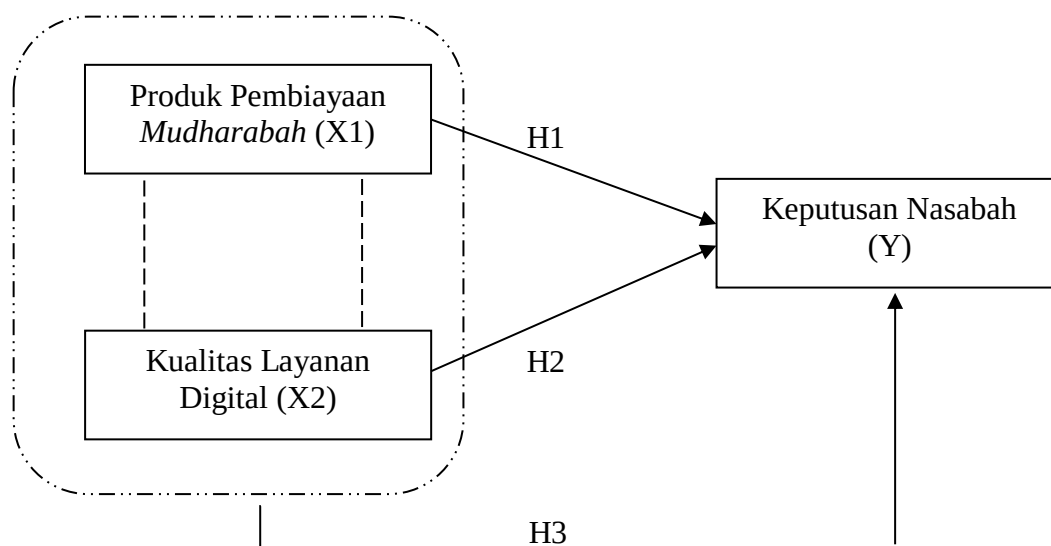
Pentingnya kualitas layanan digital dan variabel independen yang digunakan dengan melakukan studi komparatif perilaku konsumen sebagai faktor yang mempengaruhi untuk memilih dan memutuskan produk pembiayaan *mudharabah* bank BTPN Syariah MMS Panjang Bandar Lampung dalam meningkatkan daya saing digital dengan bank syariah lainnya. Walaupun banyak penelitian kuantitatif sebelumnya membahas pengaruh pembiayaan *mudharabah* maupun layanan digital, sebagian besar studi tersebut bersifat umum dan belum secara spesifik menyinggung konteks permasalahan yang muncul di lapangan. Hasil observasi awal di BTPN Syariah MMS Panjang menunjukkan beberapa temuan penting yang jarang disorot oleh penelitian terdahulu. Pertama, produk pembiayaan *mudharabah* masih kurang diminati oleh masyarakat setempat meskipun secara teori produk ini menawarkan skema bagi hasil yang adil dan sesuai syariah. Kedua, BTPN Syariah menghadapi tantangan daya saing karena sebagian besar masyarakat Panjang Bandar Lampung masih lebih memilih layanan bank konvensional. Ketiga, implementasi layanan digital belum sepenuhnya dirasakan manfaatnya oleh nasabah, sehingga potensi digitalisasi yang seharusnya meningkatkan efisiensi dan kenyamanan belum optimal.

Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan empiris antara potensi teoritis pembiayaan *mudharabah* dan layanan digital dengan kenyataan di lapangan. Di sinilah letak kebaruan penelitian ini: mencoba menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik melalui pengujian empiris berbasis data responden lokal di BTPN Syariah MMS Panjang pada era TUNA.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner penelitian. Responden sampelnya adalah nasabah BTPN Syariah MMS Panjang Bandar Lampung yang berjumlah 95 nasabah yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup, yaitu responden menjawab sesuai dengan pilihan jawaban yang

telah disediakan menggunakan fasilitas *google form* disebarakan melalui WhatsApp. Dalam penyusunan instrumen digunakan model Rensis Likert. bobot mulai dari 5 untuk sangat setuju hingga bobot 1 untuk pilihan sangat tidak setuju. Berdasarkan penelitian terdahulu serta landasan teori yang telah diuraikan, kerangka konseptualnya:

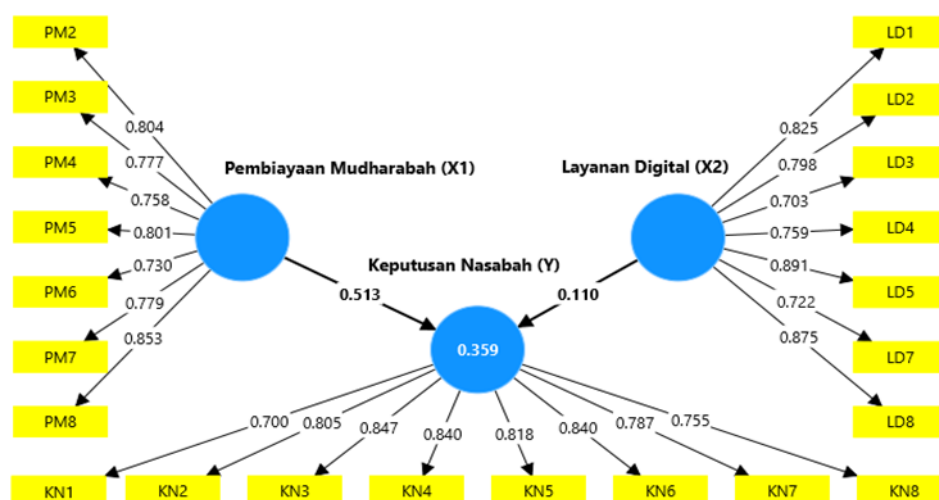


Gambar 3. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah structural equation modeling partial least squares (SEM-PLS) dengan menggunakan software SmartPLS 4.1.0.9. Analisis PLS-SEM terdiri dari sub model yaitu Outer model dan inner model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan di lapangan dari 95 responden nasabah kecamatan Panjang, menunjukkan bahwa nasabah BTPN Syariah MMS Panjang seluruhnya atau 100% berjenis kelamin perempuan. Hal itu disebabkan karena produk pembiayaan syariah yang ditujukan langsung kepada Ibu Rumah Tangga sebagai bantuan untuk modal usaha. Usia responden atau BTPN Syariah yang diambil sebagai sampel penelitian, yang menunjukkan jumlah responden terbanyak yaitu usia antara 36-45 tahun sebanyak 43 orang atau 45%, usia 26-35 tahun sebanyak 21 orang atau 22%, usia 46-55 tahun sebanyak 18 orang atau 19%, dan usia 19-25 tahun sebanyak 13 orang atau 14%. Nasabah terbanyak berada di kelurahan Panjang Utara sebesar 51% atau 50 orang, 24% atau 23 orang berada di kelurahan Ketapang dan 23% atau 22 orang berada di kelurahan Ketapang Kuala.



Gambar 4. Nilai Outer Loading

Tabel 6. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average variance extracted (AVE)
Keputusan Nasabah (Y)	0.640
Layanan Digital (X2)	0.638
Pembiayaan Mudharabah (X1)	0.619

Berdasarkan tabel 6 diketahui bahwa nilai AVE masing-masing konstruk berada di atas 0.5. oleh karena tidak ada permasalahan validitas konvergen pada model yang diuji.

Tabel 7. Hasil Uji HTMT

Variabel	Keputusan Nasabah (Y)	Layanan Digital (X2)	Pembiayaan Mudharabah (X1)
Keputusan Nasabah (Y)			
Layanan Digital (X2)	0.519		
Pembiayaan Mudharabah (X1)	0.643	0.794	
Variabel	HTMT		
Layanan Digital (X2) <-> Keputusan Nasabah (Y)	0.519		
Pembiayaan Mudharabah (X1) <-> Keputusan Nasabah (Y)	0.643		
Pembiayaan Mudharabah (X1) <-> Layanan Digital (X2)	0.795		

Hasil dari uji Heterotrait-Monotrait Ratio menunjukkan bahwa semua nilai HTMT < 0.90 maka dinyatakan bahwa semua konstruk telah valid secara validitas diskriminan berdasarkan perhitungan HTMT. *R-Square* dari pengolahan data ini adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Nilai Cronbach's Alpha dan Reliabilitas Komposit

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
Keputusan Nasabah (Y)	0.919	0.922	0.934
Layanan Digital (X2)	0.905	0.920	0.925
Pembiayaan Mudharabah (X1)	0.897	0.902	0.919

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan bahwa dari masing-masing variabel pembiayaan mudharabah, layanan digital, dan keputusan nasabah dalam penelitian ini memiliki nilai diatas 0.6 (> 0.6), sehingga dapat diartikan semua variabel dalam penelitian ini reliable dan telah memenuhi syarat dalam uji reliabilitas.

Tabel 9. Koefisien Determinasi (R²)

Variabel	R-square	R-square adjusted
Keputusan Nasabah (Y)	0.359	0.345

Berdasarkan tabel 7, dapat diketahui bahwa nilai R-square pada variabel Pembiayaan Mudharabah (X1), dan Layanan Digital (X2), terhadap variabel Keputusan Nasabah (Y) berpengaruh secara bersama-sama atau simultan dengan nilai sebesar 0,359.

Pengaruh Pembiayaan *Mudharabah* terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Hipotesis pertama adalah Pembiayaan Mudharabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Berdasarkan model regresi di atas diperoleh nilai koefisien jalur 0.513, t-statistik = 5.038, P-value = 0.000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pembiayaan mudharabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BTPN Syariah MMS Panjang Bandar Lampung dengan hipotesis 1 diterima. Pada hasil uji nilai F-Square-Effect Size (f^2) Pembiayaan Mudharabah (X1) terhadap Keputusan Nasabah (Y), yaitu: Nilai $f^2 = 0.185$ memiliki pengaruh efek sedang.

Aspek lainnya, bisa dilihat dari produk-produk yang ditawarkan BTPN Syariah, promosi, dan kualitas produk. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan studi terdahulunya [33] yang menunjukkan bahwa pembiayaan mudharabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Sehingga semakin mudah regulasi, dan pembagian nisbah dalam produk pembiayaan mudharabah, maka semakin meningkat pula peluang masyarakat dalam memutuskan menjadi nasabah bank syariah. Berdasarkan uji hipotesis, dibuktikan dari jawaban responden pada kuesioner yang telah disebar menunjukkan bahwa pada variabel pembiayaan mudharabah dengan tiga indikator diantaranya nisbah, keamanan dan legalitas menunjukkan bahwa responden merasakan manfaat dan dampak positif terhadap keuntungan usaha. Seperti pada pernyataan bahwa "Pembiayaan yang Anda terima memberikan dampak positif terhadap keuntungan usaha Anda", banyak diantara responden yang menjawab pernyataan tersebut dengan "Setuju" dan "Sangat Setuju". Sehubungan dengan pernyataan tersebut, hal ini sesuai dengan produk unggulan yang paling diminati nasabah di BTPN Syariah MMS Panjang Bandar Lampung adalah Pembiayaan Mikro dan Pembiayaan UMKM, yaitu Tepat Pembiayaan Syariah, selain itu juga sesuai dengan kondisi masyarakat Panjang Bandar Lampung yang sebagian dengan mayoritas penduduknya adalah sebagai pengusaha UMKM. Maka, dapat disimpulkan bahwa pembiayaan mudharabah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BTPN Syariah MMS Panjang Bandar Lampung.

Pengaruh Layanan Digital terhadap Keputusan Nasabah

Hipotesis kedua adalah Layanan Digital berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Berdasarkan model regresi di atas diperoleh nilai koefisien jalur 0.110, t-statistik = 1.267, P-value = 0.114 > 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel layanan digital memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BTPN Syariah MMS Panjang Bandar Lampung dengan hipotesis 2 ditolak. Pada hasil uji nilai F-Square - Effect Size (f^2) Layanan Digital (X_2) terhadap Keputusan Nasabah (Y), yaitu: Nilai $f^2 = 0.009$ memiliki pengaruh kecil. Aspek lainnya, bisa dilihat dari produk-produk yang ditawarkan BTPN Syariah, promosi, nisbah dan kualitas produk. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputro (2020) dan Hendro et al. (2020) [34] yang menunjukkan bahwa layanan digital marketing berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan konsumen.

Semakin buruk kualitas layanan digital yang diberikan, maka semakin menurun pula peluang masyarakat dalam memutuskan menjadi nasabah bank syariah. Berdasarkan uji hipotesis, dibuktikan dari jawaban responden pada kuesioner yang telah disebar menunjukkan bahwa pada variabel layanan digital dengan tiga indikator diantaranya ketanggapan, kehandalan, dan empati menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang netral (ragu-ragu) terhadap layanan digital. Seperti pada pernyataan bahwa "Karyawan bank menunjukkan kecermatan yang tinggi dalam menyelesaikan masalah atau permintaan Anda melalui layanan digital", banyak diantara responden yang menjawab pernyataan tersebut dengan "Netral". Sehubungan dengan pernyataan tersebut, hal ini sesuai dengan tantangan terbesar yang dihadapi BTPN Syariah MMS Panjang Bandar Lampung dalam bersaing dengan bank konvensional terutama dalam layanan digital dan teknologi adalah transformasi digital yang cepat. Bank konvensional sering kali memiliki sumber daya yang lebih besar untuk berinvestasi dalam teknologi canggih, seperti aplikasi mobile banking, big data, dan kecerdasan buatan (AI). Maka, dapat disimpulkan bahwa layanan digital memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BTPN Syariah MMS Panjang Bandar Lampung.

Pengaruh Secara Simultan Pembiayaan Mudharabah dan Layanan Digital terhadap Keputusan Nasabah

Hipotesis ketiga adalah Pembiayaan Mudharabah dan Layanan Digital secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah. Berdasarkan tabel 9, hasil uji model struktural memiliki nilai R^2 (Koefisien Determinasi) dapat diketahui bahwa nilai R-square pada variabel Pembiayaan Mudharabah (X_1), dan Layanan Digital (X_2), terhadap variabel Keputusan Nasabah (Y) berpengaruh secara bersama-sama atau simultan dengan nilai sebesar 0,359. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa 36% Keputusan Nasabah dijelaskan oleh variabel Pembiayaan Mudharabah, dan Layanan Digital. Artinya semakin mudah regulasi dan pembagian nisbah dalam produk pembiayaan mudharabah, maka semakin meningkat pula peluang masyarakat dalam memutuskan menjadi nasabah BTPN Syariah MMS Panjang Bandar Lampung. Begitu pula dengan layanan digital

semakin mudah penggunaan aplikasi atau sistem layanan digital maka semakin meningkat pula peluang masyarakat dalam menggunakan produk-produk yang ditawarkan dan memutuskan menjadi nasabah BTPN Syariah MMS Panjang Bandar Lampung. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh menunjukkan bahwa produk pembiayaan mudharabah dan layanan digital berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memanfaatkan layanan bank syariah [35].

Dalam layanan perbankan, seringkali terdapat konflik antara tekanan dari pihak eksternal diantaranya seperti keluhan nasabah maupun konflik dari pihak internal seperti tuntutan pekerjaan. Maka dalam hal ini diperlukan keimanan yang kuat sebagai motivasi dalam memberikan suatu pelayanan yang baik [36]. Pada akhirnya penelitian ini telah berhasil menemukan bukti baru terkait pentingnya memberikan literasi tentang produk-produk bank syariah kepada masyarakat untuk menarik lebih banyak nasabah. Layanan digital yang diharapkan mampu meningkatkan jumlah investasi ternyata belum tentu mampu mempengaruhi secara signifikan apabila tidak didukung dengan kualitas yang baik. Strategi baru dalam hal memanfaatkan inovasi produk pembiayaan dan pemanfaatan digitalisasi untuk efisiensi dan produktivitas bank syariah diharapkan dapat menjadi salah satu upaya untuk menghadapi lingkungan eksternal yang berubah dengan cepat di era TUNA. Bank Syariah perlu menjaga dan mengoptimalkan kualitas layanan digital mereka untuk memperoleh lebih banyak manfaat positif dimasa depan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil temuan dapat disimpulkan bahwa produk pembiayaan mudharabah yang ditawarkan oleh BTPN Syariah MMS Panjang mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam mempengaruhi keputusan nasabah. Faktor ini secara bersamaan memiliki kontribusi positif terhadap kemajuan bank syariah tersebut. Temuan ini juga mengungkapkan bahwa semakin mudah regulasi, dan pembagian nisbah dalam produk pembiayaan mudharabah, maka semakin meningkat pula peluang masyarakat dalam memutuskan menjadi nasabah bank syariah. Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan sosialisasi yang lebih intensif tentang manfaat dan mekanisme produk ini. Hal ini bisa dilakukan melalui seminar, webinar, atau penyuluhan langsung kepada masyarakat untuk memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai cara kerja dan keuntungan produk tersebut.

Pada praktik kualitas layanan digital yang buruk menjadikan semakin menurun pula peluang masyarakat dalam memutuskan menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dibuktikan pada temuan ini dimana layanan digital tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah. BTPN Syariah dapat meningkatkan kualitas layanan digital dengan fokus pada aspek ketanggapan, kehandalan, dan empati. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah meningkatkan dukungan pelanggan melalui aplikasi mobile dan mengintegrasikan fitur pembiayaan mudharabah dalam platform digital yang ada. Misalnya, menyediakan kalkulator pembiayaan atau fitur konsultasi digital untuk menjelaskan produk mudharabah lebih lanjut, sehingga nasabah lebih mudah memahami produk ini secara praktis. Keterbatasan penelitian mencakup waktu, lokasi, dan obyek penelitian dimana penelitian ini berfokus pada variabel produk

pembiayaan mudharabah dan layanan digital terhadap keputusan nasabah di wilayah panjang bandar lampung. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan studi kasus.

Secara teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian dalam pengembangan dan perbaikan kualitas layanan digital di BTPN Syariah MMS Panjang Bandar Lampung untuk meningkatkan keputusan nasabah dalam menentukan dan memilih produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BTPN Syariah MMS Panjang Bandar Lampung, kemudian dapat menjadi referensi bagi pihak yang ingin melakukan penelitian sejenis, dengan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dan masukan. Temuan dapat secara praktis digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan terhadap produk pembiayaan yang ditawarkan dan perbaikan kualitas layanan digital khususnya BTPN Syariah MMS Panjang Bandar Lampung sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi BTPN Syariah MMS Panjang Bandar Lampung, serta pada Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan lembaga keuangan syariah lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Kolga, "Initiating leadership development in a VUCA environment," Western University, 2021.
- [2] S. M. Juhro and M. A. E. SE, *Pengantar kebanksentralan: Teori dan kebijakan*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers, 2023.
- [3] Y. R. Dewanti, D. H. Sitanggang, K. Farida, A. Setiabudi, M. Ferdinansyah, and A. Fadli, "Motivasi Remaja Unggulan Di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 (Bersama SMA Tunas Markatin)," *Abdimas Awang Long*, vol. 6, no. 1, pp. 7-13, 2023, doi: <https://doi.org/10.56301/awal.v6i1.660>.
- [4] F. D. Abdullah, D. Witro, M. M. Makka, M. S. Is, and S. M. Wiwaha, "Contemporary Challenges for Sharia Financial Institutions to Increase Competitiveness and Product Innovation Perspective of Sharia Economic Law: Evidence in Indonesia," *MILRev Metro Islam. Law Rev.*, vol. 3, no. 2, pp. 141-173, 2024, doi: <https://doi.org/10.32332/milrev.v3i2.9202>.
- [5] C. B. Firdaus, "Integrating sharia financial mechanisms with indonesia's halal economy: Opportunities, challenges, and strategies for sustainable growth," *J. Islam. Econ. Insights*, vol. 1, no. 1, pp. 14-28, 2025.
- [6] N. Yanti, N. A. Bakar, and J. I. Wandu, "Development and Challenges of Sharia Banking in Indonesia in the Global Financial Context," *Mu'amalatuna J. Ekon. Syariah*, vol. 7, no. 1, pp. 28-40, 2024, doi: <https://doi.org/10.36269/muamalatuna.v7i1.2510>.
- [7] S. Sabbahatun, M. Said, M. C. Nafis, and A. Rusydiana, "Opportunities And Challenges of Indonesian Sharia Banking Digital Services for Hajj-Umrah in Saudi Arabia," *Amwaluna J. Ekon. dan Keuang. Syariah*, vol. 9, no. 1, pp. 130-154, 2025, doi: <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v9i1.3468>.
- [8] F. Z. Sebaa and T. Djkhiaoua, "Digitization of financial products in Islamic banks (Dimensions and effects of digitization of financial transactions on the performance of Islamic banks)," *Int. J. Econ. Perspect.*, vol. 19, no. 1, pp. 201-212, 2025.

-
- [9] A. Abidin and P. Utami, "the Regulation of Zakat Digital Technology in Creating Community Welfare Impact on Economic Development," *J. Leg. Ethical Regul. Issues*, vol. 23, no. 5, pp. 1-9, 2020.
 - [10] S. Harahap, "Dampak penyaluran tepat pembiayaan syariah dalam meningkatkan ekonomi nasabah studi kasus pada nasabah BTPN Padangsidempuan," UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023.
 - [11] Basrowi and P. Utami, "Building Strategic Planning Models Based on Digital Technology in the Sharia Capital Market ?," *J. Adv. Res. Law Econ.*, vol. 11, no. 3, pp. 747-754, 2020, doi: [https://doi.org/10.14505/jarle.v11.3\(49\).06](https://doi.org/10.14505/jarle.v11.3(49).06).
 - [12] S. Siregar and R. Pradesyah, "Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan Nasabah Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe," *Al-Sharf J. Ekon. Islam*, vol. 4, no. 2, pp. 114-128, 2023, doi: <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v4i2.7755>.
 - [13] K. Nisa and M. A. K. Hutagalung, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Murabahah," *J. Al-Qasd Islam. Econ. Altern.*, vol. 4, no. 2, pp. 150-160, 2023.
 - [14] N. F. Hasrimy, Y. S. J. Nasution, and N. Jannah, "The Influence Of Increased Income From Mudharabah Profit Sharing On Customers' Interest In Paying Zakat (Case Study Of Bank Sumut Syariah Kcp Marelana Raya)," *JHSS (JOURNAL Humanit. Soc. Stud.)*, vol. 8, no. 3, pp. 890-896, 2025, doi: : [10.33751/jhss.v8i3.11372](https://doi.org/10.33751/jhss.v8i3.11372).
 - [15] M. R. Aminollah, "Perbandingan tingkat kesehatan Bank BTPN Syariah dan Bank BTPN Konvensional di Masa Pandemi Covid-19," IAIN Madura, 2022.
 - [16] I. M. El, M. Masyhuri, and I. Yuliana, "The Effect of Mudharabah and Musyarakah Financing on Profitability of Islamic Banks in Indonesia," *Indones. Interdiscip. J. Sharia Econ.*, vol. 5, no. 1, pp. 225-234, 2022, doi: <https://doi.org/10.31538/ijse.v5i1.1969>.
 - [17] F. Hidayat, "Pengaruh Prosedur Pembiayaan, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Bagi Hasil terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Mudharabah pada Bank Syariah Indonesia Jambi.," *J. Manaj. Pendidik. dan Ilmu Sos.*, vol. 4, no. 2, 2023, doi: [10.38035/jmpis.v4i2.1639](https://doi.org/10.38035/jmpis.v4i2.1639).
 - [18] D. Nopita, N. Noprizal, and R. Arifin, "Pengaruh Layanan Automatic Teller Machine (ATM) terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Komparatif Nasabah Bank Syariah Indonesia dan Bank Rakyat Indonesia di IAIN Curup)," Institut Agama Islam Negeri Curup, 2021.
 - [19] A. N. Abrar, *Jurnalisme Bisnis: Upaya Membangkitkan Nalar dan Naluri Bisnis*. Yogyakarta: UGM PRESS, 2018.
 - [20] J. R. Hartog, C. M. Spillman, G. Smith, and A. J. Hobday, "Forecasts of marine heatwaves for marine industries: Reducing risk, building resilience and enhancing management responses," *Deep Sea Res. Part II Top. Stud. Oceanogr.*, vol. 209, p. 105276, 2023, doi: <https://doi.org/10.1016/j.dsr2.2023.105276>.
 - [21] S. Batubara and M. W. R. Hutagalung, "Produk dan akad-akad perbankan syariah," *Nahdatul Iqtishadiyah J. Perbank. Syariah*, vol. 2, no. 2, pp. 1-20, 2023.
 - [22] M. Balqis, A. M. Puteri, and N. P. Zahra, "Konsep Bagi Hasil Secara Syariah
-

- dalam Perspektif," *Relig. J. Agama, Sos. dan Budaya*, vol. 2, no. 4, pp. 257–277, 2023, doi: <https://doi.org/10.55606/religion.v1i4.213>.
- [23] M. Hayati, J. Ali, M. Heri, and P. Utami, "E-service quality and e-wom regarding consumer behavior based on Maqashid Asy-Shariah," *J. Digit. Mark. Halal Ind.*, vol. 5, no. 1, pp. 97–116, 2023, doi: <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2023.5.1.16949>.
- [24] R. Mamusung, K. Andriani, and U. Nimran, "Building Customer Loyalty through Service Quality and Customer Trust," *Indones. J. Soc. Humanit. Study/Wacana J. Sos. dan Hum.*, vol. 22, no. 4, p. 267, 2019.
- [25] D. Setó-Pamies, "Customer loyalty to service providers: examining the role of service quality, customer satisfaction and trust," *Total Qual. Manag. Bus. Excell.*, vol. 23, no. 11–12, pp. 1257–1271, 2012, doi: <https://doi.org/10.1080/14783363.2012.669551>.
- [26] W. M. Shaleha, *Workplace Sprituality dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Karyawan Perbankan Syariah*. Jawa Tengah: Penerbit NEM, 2023.
- [27] N. L. D. Astriyanti, I. G. A. K. Giantari, N. M. Rastini, and I. M. Wardana, *Kepuasan Nasabah Pada Lembaga Keuangan Non Bank: Lembaga Perkreditan Desa*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media, 2023.
- [28] A. Fitri and Y. Mansur, "Analisis Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan dalam Menggunakan Fasilitas E-Banking:(Pada Bank Nagari Cabang Tapus, Kabupaten Pasaman)," *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 3, no. 2, pp. 185–196, 2023, doi: <https://doi.org/10.56145/jurnalekonomidanbisnis.v3i2.75>.
- [29] Z. Jannah and W. Waluyo, "Pengaruh Kualitas Layanan Digital terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Sragen," UIN Surakarta, 2023.
- [30] A. Abdullah *et al.*, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Padang: Get Press Indonesia, 2023.
- [31] R. Amelia, "Pengaruh Loyalitas dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Mudharabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Pinrang," IAIN PAREPARE, PAREPARE, 2023.
- [32] A. S. Putri, "Implikasi Pengetahuan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Produk Deposito Mudharabah Di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan," IAIN Madura, 2021.
- [33] A. Ridwan, U. K. Khotimah, and H. Hidayat, "Effects of Murâbahah Financing And Mudharabah Towards Customer Welfare Case Study at Bank Syariah Indonesia Kcp Bsd South Tangerang," *Int. J. Manag. Res. Econ.*, vol. 2, no. 3, pp. 51–71, 2024, doi: <https://doi.org/10.54066/ijmre-itb.v2i3.1873>.
- [34] O. Hendro, D. I. Asiati, and D. P. Sari, "Pengaruh Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital Dimediasi Oleh Pengetahuan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih," *Islam. Bank. J. Pemikir. Dan Pengemb. Perbank. Syariah*, vol. 5, no. 2, pp. 73–98, 2020, doi: <https://doi.org/10.36908/isbank.v5i2.117>.
- [35] T. Mulato, A. Mustamin, S. Supriadi, and S. Ningsih, "Strategi bisnis bank syariah di masa pandemi Covid-19 pada PT. Bank panin dubai syariah cabang makassar," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 7, no. 3, pp. 1293–1305, 2021, doi: <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2908>.

- [36] H. Ibrahim *et al.*, *Pengantar Manajemen: Konsep Dan Aplikasi*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.