

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan rangkaian hasil pengujian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini. Poin-poin kesimpulan yang sesuai dengan pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian terhadap variabel kualitas layanan (KL), kepercayaan (KP), daya tarik alternatif (DTA), norma subjektif (NS), niat beralih (NB), dan biaya beralih (BB) pada generasi Milenial dan generasi Z di Jawa Barat adalah sebagai berikut:
 - a. Variabel kualitas layanan (KL) termasuk dalam kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa responden menilai kualitas layanan yang diberikan oleh bank syariah sangat positif. Generasi Y dan Z di Jawa Barat pada penelitian ini merasa bahwa bank syariah telah memenuhi harapan dengan baik dalam aspek fisik, keandalan layanan, dan ketanggapan dalam memberikan bantuan. Selain itu, Responden juga merasa bahwa bank syariah memberikan jaminan keamanan yang baik serta menunjukkan empati yang tinggi terhadap nasabah.
 - b. Variabel kepercayaan (KP) berada dalam kategori tinggi, menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap layanan bank syariah. Generasi Y dan Z di Jawa Barat pada penelitian ini merasa bahwa bank syariah mampu dan dapat diandalkan dalam menyediakan, melayani, dan melindungi transaksi dari gangguan eksternal.
 - c. Variabel daya tarik alternatif (DTA) berada dalam kategori sangat tinggi, menunjukkan bahwa responden memiliki pandangan yang sangat positif terhadap daya tarik layanan bank digital syariah. Sebagian besar generasi Y dan Z di Jawa Barat pada penelitian ini sangat antusias dengan bank digital syariah dan yakin bahwa bank digital syariah dapat memberikan solusi perbankan yang lebih baik,

bahkan lebih unggul dalam segala aspek dibandingkan dengan bank syariah konvensional.

- d. Variabel norma subjektif (NS) berada dalam kategori tinggi, menunjukkan bahwa responden dipengaruhi oleh pendapat orang-orang terdekat responden dalam menggunakan layanan bank digital syariah. Generasi Y dan Z di Jawa Barat Barat pada penelitian ini merasa bahwa mengikuti saran dari orang-orang di sekitar mereka menjadi penting dalam keputusan Responden untuk beralih ke bank digital syariah.
 - e. Variabel biaya beralih (BB) tergolong dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap biaya finansial yang diperlukan untuk beralih dari bank syariah ke bank digital syariah cukup signifikan. Selain itu, diperlukan waktu dan upaya yang cukup untuk mempelajari dan membandingkan layanan bank digital syariah. Responden juga merasa bahwa memutuskan hubungan atau ikatan dengan bank syariah yang saat ini digunakan merupakan hal yang cukup sulit.
 - f. Variabel niat beralih (NB) berada pada kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa generasi Y dan Z di Jawa Barat Barat pada penelitian ini memiliki rencana yang sangat kuat untuk beralih ke layanan bank digital syariah. Responden sangat mempertimbangkan berbagai kemungkinan serta memiliki komitmen yang kuat untuk melakukan perpindahan dari bank syariah ke bank digital syariah. Hal ini mencerminkan tingkat minat dan keseriusan yang tinggi di kalangan generasi muda, termasuk generasi Y dan Z dalam mengeksplorasi dan memanfaatkan layanan perbankan digital yang lebih modern dan efisien.
2. Variabel kualitas layanan (KL) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap niat beralih nasabah dari bank syariah ke bank digital syariah. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh bank syariah, semakin rendah niat nasabah untuk beralih ke bank digital syariah. Sebaliknya, jika kualitas layanan bank syariah rendah, maka semakin tinggi niat nasabah untuk beralih. Penelitian ini juga menemukan bahwa meskipun bank syariah

memberikan layanan berkualitas tinggi, faktor-faktor lain seperti penawaran teknologi yang lebih canggih, biaya yang lebih rendah, atau layanan yang lebih personal dari alternatif layanan lain dapat meningkatkan niat nasabah untuk beralih. Selain itu, ekspektasi yang tinggi terhadap layanan yang diterima membuat nasabah kurang toleran terhadap penurunan kualitas, yang pada akhirnya meningkatkan niat beralih.

3. Variabel kepercayaan (KP) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat beralih nasabah dari bank syariah ke bank digital syariah. Semakin rendah kepercayaan nasabah terhadap bank syariah, semakin tinggi niat mereka untuk beralih. Meskipun bank syariah telah berusaha untuk memberikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya, penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan saja tidak cukup untuk menjaga loyalitas nasabah. Ketika nasabah merasa bahwa ada risiko yang terkait dengan keamanan transaksi atau integritas informasi yang diberikan oleh bank syariah, mereka lebih memilih untuk beralih ke bank digital syariah yang dianggap lebih aman.
4. Variabel daya tarik alternatif (DTA) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beralih. Daya tarik alternatif seperti fitur-fitur dan promosi menarik yang ditawarkan oleh bank digital syariah dapat mendorong nasabah untuk beralih dari bank syariah yang mereka gunakan saat ini. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa daya tarik alternatif merupakan faktor penting dalam keputusan beralih.
5. Norma subjektif (NS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beralih ke bank digital syariah karena tekanan sosial dari lingkungan sekitar, seperti dorongan atau rekomendasi dari keluarga, teman, atau komunitas, dapat memengaruhi keputusan individu. Ketika individu merasakan adanya ekspektasi atau dorongan kuat dari orang-orang penting di sekitarnya untuk beralih, mereka cenderung mengikuti harapan tersebut demi menjaga hubungan sosial atau untuk tidak ketinggalan tren yang sedang berkembang.
6. Biaya beralih memiliki pengaruh signifikan dalam memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap niat beralih nasabah ke bank digital syariah.

Ketika nasabah merasa kualitas layanan dari bank syariah menurun, mereka memiliki keinginan untuk berpindah ke bank digital syariah. Namun, adanya biaya beralih yang tinggi, seperti biaya administrasi, waktu, atau kesulitan teknis, dapat membuat nasabah berpikir ulang. Biaya beralih memperkuat efek negatif dari kualitas layanan yang rendah terhadap niat beralih. Dengan kata lain, meskipun nasabah tidak puas dengan layanan, mereka mungkin menahan diri untuk beralih karena tingginya biaya yang harus dikeluarkan.

7. Biaya beralih memiliki pengaruh signifikan dalam memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap niat beralih nasabah ke bank digital syariah. Ketika kepercayaan nasabah terhadap bank mulai menurun, niat untuk beralih ke bank digital syariah cenderung meningkat. Namun, adanya biaya beralih yang signifikan dapat memperkuat pengaruh ini dengan menghambat keputusan nasabah untuk pindah. Nasabah yang memiliki kepercayaan rendah cenderung tetap bertahan karena mereka tidak ingin menghadapi biaya yang terkait dengan proses beralih, seperti kehilangan program loyalitas, penyesuaian dengan layanan baru, atau risiko ketidakpastian dari bank digital syariah. Oleh karena itu, biaya beralih bertindak sebagai penguat terhadap pengaruh negatif kepercayaan yang rendah, sehingga memperlemah niat untuk beralih.
8. Pengaruh biaya beralih pada hubungan antara daya tarik alternatif dan niat beralih tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika nasabah tertarik pada fitur atau manfaat yang ditawarkan oleh bank digital syariah, biaya beralih tidak cukup kuat untuk menghalangi niat mereka untuk beralih. Daya tarik alternatif seperti teknologi canggih, layanan yang lebih efisien, atau promo menarik dari bank digital syariah cenderung lebih dominan dalam keputusan nasabah, sehingga biaya beralih menjadi kurang relevan. Dengan demikian, biaya beralih tidak cukup kuat untuk memoderasi hubungan ini, karena keputusan nasabah lebih dipengaruhi oleh seberapa menarik alternatif tersebut dibandingkan dengan biaya yang harus mereka tanggung. Ini menunjukkan bahwa dalam konteks daya tarik alternatif, nasabah lebih fokus pada keuntungan yang akan mereka peroleh daripada biaya yang mungkin mereka keluarkan.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, implikasi dari penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu implikasi teoretis dan implikasi praktis. Implikasi dari penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Implikasi Teoretis

Berdasarkan hasil penelitian ini, secara teoretis ditemukan bahwa variabel kualitas layanan, kepercayaan, daya tarik alternatif, dan norma subjektif memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beralih nasabah dari bank syariah ke bank digital syariah pada generasi Y dan generasi Z di Jawa Barat. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel biaya beralih mampu memoderasi pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap niat beralih nasabah dari bank syariah ke bank digital syariah.

Implikasi teoretis dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kajian mengenai perpindahan nasabah dari bank syariah ke bank digital syariah masih terbatas dan jarang ditemukan dalam literatur. Temuan ini membuka peluang bagi para akademisi untuk lebih mendalami dinamika perpindahan nasabah dalam konteks perbankan syariah digital, serta memahami bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhinya dapat disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan perubahan preferensi konsumen.

Penelitian ini memperluas model teoretis yang ada dengan memasukkan variabel biaya beralih sebagai moderator, yang masih relatif jarang dibahas dalam konteks perpindahan nasabah. Hal ini memberikan perspektif baru dan memperkaya model-model teoretis yang berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi niat beralih. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat beralih ke bank digital syariah, tetapi juga memperluas kerangka teoretis yang ada dengan mengintegrasikan variabel-variabel relevan dalam konteks perbankan syariah digital yang berkembang pesat.

2. Implikasi Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan gambaran tentang pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, daya tarik alternatif, norma subjektif, dan biaya beralih terhadap niat beralih ke bank digital syariah pada nasabah generasi Y dan generasi Z di Jawa Barat.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, daya tarik alternatif, norma subjektif, dan biaya beralih memiliki peran penting dalam membentuk niat beralih nasabah ke bank digital syariah. Oleh karena itu, para pelaku industri perbankan syariah dan digital syariah, pemerintah, serta organisasi terkait ekonomi syariah perlu bekerja sama untuk mengimplementasikan beberapa langkah strategis, seperti:

- a. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beralih nasabah ke bank digital syariah. Bagi bank syariah perlu meningkatkan kualitas layanan mereka, terutama dalam aspek digital, untuk tetap kompetitif. Sementara itu, bank digital syariah harus terus mempertahankan dan meningkatkan standar layanan untuk menarik nasabah dari bank syariah konvensional. Pemerintah juga memiliki peran penting dalam mendukung peningkatan standar layanan melalui regulasi dan insentif yang mendorong kualitas layanan digital di sektor perbankan syariah. Selain itu, organisasi terkait ekonomi syariah seperti MES, KNEKS, FOSSEI dapat berperan dalam mengedukasi masyarakat mengenai manfaat dan keunggulan layanan perbankan syariah digital, serta memfasilitasi kolaborasi antara bank syariah konvensional dan digital.
- b. Penemuan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat nasabah untuk beralih ke bank digital syariah. Hal tersebut memiliki implikasi penting bagi berbagai pemangku kepentingan. Bagi industri perbankan syariah, menekankan pentingnya membangun dan mempertahankan kepercayaan nasabah melalui transparansi, integritas,

dan layanan berkualitas. Adapun, bagi bank digital syariah harus fokus pada pengembangan teknologi yang aman dan andal, serta memastikan kepatuhan syariah yang ketat untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah. Selain itu, pemerintah juga memiliki peran kunci dalam menciptakan regulasi yang mendukung dan memperkuat ekosistem perbankan syariah digital, termasuk perlindungan konsumen dan kerangka hukum yang jelas. Kemudian, organisasi terkait ekonomi syariah dapat menggunakan hasil temuan ini untuk mengadvokasi pentingnya kepercayaan dalam mendorong adopsi layanan keuangan syariah digital, serta mendukung inisiatif yang meningkatkan literasi keuangan syariah di masyarakat.

- c. Penemuan bahwa daya tarik alternatif memiliki pengaruh signifikan terhadap niat nasabah untuk beralih ke bank digital syariah, memiliki implikasi yang penting bagi berbagai pemangku kepentingan. Bagi industri perbankan syariah, hal ini menunjukkan bahwa persaingan semakin ketat, dan penting untuk terus meningkatkan layanan dan produk yang ditawarkan agar tetap relevan dan kompetitif di mata nasabah. Bank digital syariah perlu terus berinovasi dan menawarkan fitur-fitur yang menarik, seperti kemudahan akses, biaya yang lebih rendah, serta layanan yang sesuai dengan prinsip syariah, untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Sementara itu, organisasi terkait ekonomi syariah dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk mengedukasi masyarakat tentang manfaat dan keunggulan bank digital syariah, serta mendorong adopsi lebih luas di kalangan masyarakat yang lebih terbuka terhadap alternatif baru dalam layanan keuangan.
- d. Hasil penelitian menemukan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah untuk beralih ke bank digital syariah. Bagi industri perbankan syariah, hal ini menunjukkan bahwa persepsi dan pengaruh sosial seperti pandangan keluarga, teman, atau masyarakat sekitardapat mempengaruhi keputusan nasabah. Oleh karena itu, bank syariah perlu memperkuat promosi yang tidak hanya menyoroti keunggulan produk, tetapi juga membangun citra positif dan

kepercayaan di kalangan komunitas yang lebih luas. Adapun, bagi bank digital syariah dapat memanfaatkan pengaruh norma subjektif dengan mengembangkan strategi *referral* atau program afiliasi yang melibatkan pelanggan yang sudah puas untuk merekomendasikan layanan mereka kepada orang lain.

- e. Penemuan bahwa biaya beralih dapat memoderasi pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap niat beralih nasabah ke bank digital syariah, tetapi tidak memoderasi pengaruh daya tarik alternatif, memiliki implikasi penting bagi berbagai pemangku kepentingan. Bagi industri perbankan syariah, ini menunjukkan bahwa nasabah yang memiliki kepercayaan tinggi dan menerima layanan berkualitas cenderung lebih sulit untuk berpindah jika biaya beralih tinggi. Oleh karena itu, bank syariah harus fokus pada peningkatan kualitas layanan dan mempertahankan kepercayaan nasabah, sekaligus menciptakan program loyalitas atau insentif yang membuat nasabah merasa rugi jika berpindah ke bank lain. Adapun, bagi bank digital syariah, penting untuk menyadari bahwa meskipun biaya beralih dapat mengurangi niat berpindah nasabah yang sudah percaya pada layanan mereka, daya tarik alternatif tetap menjadi faktor yang kuat. Bank digital harus terus berinovasi dan menawarkan nilai tambah yang signifikan agar tetap menarik di mata nasabah, meskipun ada biaya beralih yang tinggi.

Penelitian tentang perpindahan nasabah dari bank syariah ke bank digital syariah di Indonesia memang masih terbatas, sehingga hasil penelitian ini sangat penting bagi *stakeholder* terkait. Industri Riset dan Pengembangan dapat menggunakan temuan ini sebagai dasar untuk melakukan studi lebih lanjut yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi peralihan nasabah, serta dampaknya terhadap ekosistem perbankan di Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Kementerian Keuangan dapat mempertimbangkan hasil ini dalam penyusunan regulasi yang mendukung pertumbuhan bank digital syariah, termasuk kebijakan yang melindungi nasabah dan mendorong adopsi teknologi keuangan.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dapat memainkan peran penting dalam memfasilitasi infrastruktur digital yang diperlukan, serta meningkatkan literasi digital di kalangan masyarakat agar lebih siap bertransisi ke layanan perbankan digital. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), Masyarakat Ekonomi Syariah (MES), dan Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam (FOSSEI) dapat memanfaatkan penelitian ini untuk mengadvokasi pentingnya bank digital syariah dan mendorong partisipasi masyarakat dalam menggunakan layanan ini. Dengan kolaborasi yang kuat antara berbagai pihak, upaya peningkatan intensi terhadap bank digital syariah di Indonesia dapat berjalan lebih efektif, mempercepat transformasi digital dalam sektor perbankan syariah, dan mendorong inklusi keuangan yang lebih luas.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Rekomendasi bagi Bank Syariah

Bank Syariah harus meningkatkan kualitas layanan digital mereka, termasuk memperkuat infrastruktur digital dan keamanan dari serangan siber serta menawarkan fitur-fitur inovatif yang dapat bersaing dengan bank digital syariah. Pelayanan yang cepat, efisien, dan berbasis teknologi akan membantu mempertahankan nasabah dan mengurangi niat untuk beralih. Selain itu, bank syariah juga dapat meningkatkan program loyalitas yang menawarkan manfaat eksklusif kepada nasabah yang setia dapat menjadi strategi yang efektif. Program ini dapat mencakup insentif finansial, seperti pengurangan biaya administrasi, serta manfaat non-finansial seperti akses ke produk investasi syariah eksklusif.

2. Rekomendasi bagi Bank Digital Syariah

Bank digital syariah harus terus berinovasi dalam menyediakan layanan yang tidak hanya sesuai dengan prinsip syariah tetapi juga memenuhi kebutuhan digital generasi muda. Penambahan fitur-fitur yang mendukung gaya hidup modern, seperti integrasi dengan *e-commerce* dan layanan *fintech* lainnya, dapat menjadi daya tarik utama. Selain itu, bank digital syariah dapat melakukan edukasi dan promosi yang lebih intensif mengenai manfaat dan keunggulan dari

layanan digital syariah. Kampanye yang menyoroti keamanan, keandalan, kemudahan penggunaan, serta biaya yang rendah dapat membantu meningkatkan kepercayaan nasabah potensial.

3. Rekomendasi bagi Pemerintah

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) perlu terus mengembangkan regulasi yang mendukung inovasi di sektor perbankan syariah digital, termasuk regulasi yang memfasilitasi kerjasama antara bank syariah tradisional dan digital. Selanjutnya, OJK harus memperkuat kebijakan perlindungan konsumen, terutama dalam hal keamanan data dan transparansi layanan. Regulasi yang jelas dan kuat akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bank digital syariah.

4. Rekomendasi bagi Organisasi Ekonomi Syariah

Organisasi ekonomi syariah seperti Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), Masyarakat Ekonomi Syariah (MES), dan Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam (FOSSEI) perlu bekerja sama dalam mengedukasi masyarakat mengenai perbankan syariah digital. Program-program edukasi ini harus menasar generasi muda dan menekankan manfaat layanan digital syariah. Kemudian, organisasi-organisasi tersebut dapat mendorong inklusi keuangan melalui program-program yang memfasilitasi akses yang lebih luas ke layanan bank digital syariah, terutama bagi kelompok masyarakat yang belum terlayani oleh perbankan syariah tradisional.

5. Rekomendasi bagi Akademisi

Bagi akademisi, perlu melakukan penelitian mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam beralih ke bank digital syariah. Hal tersebut termasuk melakukan studi yang komprehensif dan menggunakan metode penelitian beragam seperti survei, wawancara, dan analisis data sekunder untuk memperoleh wawasan yang lebih mendalam. Peneliti juga harus menganalisis tren terbaru dalam industri perbankan untuk memahami perubahan dalam preferensi nasabah.

Selain itu, dapat dilakukan penelitian mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat perpindahan nasabah ke bank digital syariah, dengan

memperhatikan variabel-variabel lain yang mungkin relevan dalam konteks digitalisasi perbankan. Kemudian, penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi konteks geografis yang berbeda atau kelompok demografis lain untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas mengenai fenomena penelitian ini.

Adapun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

1. Penelitian ini hanya difokuskan pada generasi Y dan Z di Jawa Barat, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi untuk wilayah lain di Indonesia atau negara lain dengan karakteristik demografis dan ekonomi yang berbeda.
2. Penelitian ini menggunakan variabel yang terbatas, sehingga tidak mencakup semua faktor yang mungkin mempengaruhi niat beralih nasabah. Faktor lain seperti persepsi risiko, pengalaman pengguna, dan promosi kemungkinan dapat berpengaruh.
3. Penelitian menggunakan variabel yang kurang relevan dengan objek penelitian yaitu bank digital syariah. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan teori atau variabel yang berhubungan dengan teknologi, misalnya seperti teori TAM atau UTAUT.
4. Pengumpulan data dilakukan melalui survei yang bergantung pada persepsi subyektif responden. Hal tersebut dapat menyebabkan bias dalam penilaian, sehingga hasil penelitian mungkin dipengaruhi oleh persepsi individu yang berbeda.