Sagoe Cendikia: Jurnal Studi Islam
Volume 2 Nomor 2 Tahun 2025
https://journal.sagoeatjeh.or.id/index.php/cendikia/index

BRILink Syariah dan Loyalitas Pedagang Muslim di Kota Langsa

Nabila Septiara
Mahasiswa FEBI IAIN Langsa
Email: nabilaseptiara013@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan digital BRILink Syariah terhadap loyalitas nasabah pedagang pasar tradisional di Kota Langsa. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah pedagang pasar tradisional yang menggunakan layanan BRILink Syariah di Kota Langsa, dengan sampel sebanyak 120 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima poin. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, uji *t* (parsial), dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan IBM SPSS Statistics 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan digital BRILink Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pedagang pasar tradisional di Kota Langsa. Hasil uji *t* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05) dengan nilai t hitung sebesar 12,541, sehingga hipotesis penelitian diterima. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,684 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan digital mampu menjelaskan 68,4% variasi loyalitas nasabah, sedangkan 31,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan digital, seperti kecepatan transaksi, kemudahan penggunaan, keamanan sistem, dan responsivitas agen, dapat meningkatkan loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BRILink Syariah. Oleh karena itu, BRILink Syariah perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan digital sebagai strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah.

Kata kunci: BRILink Syariah, Kualitas Pelayanan Digital, Loyalitas Nasabah, Pedagang Pasar Tradisional

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk sektor perbankan. Digitalisasi layanan perbankan bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memberikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi (Purwasi, 2025). Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah layanan perbankan berbasis agen (*branchless banking*) yang memungkinkan masyarakat mengakses layanan keuangan tanpa harus datang ke kantor cabang. Kehadiran layanan digital ini diharapkan mampu meningkatkan inklusi keuangan dan memperluas jangkauan pelayanan perbankan hingga ke masyarakat yang berada di daerah dengan akses perbankan terbatas (Harahap, Hurriyati, & Dedi Amanah, 2020).

Salah satu inovasi layanan tersebut adalah BRILink Syariah yang menyediakan berbagai layanan transaksi keuangan melalui agen. Melalui BRILink Syariah, masyarakat dapat melakukan setor tunai, tarik tunai, transfer, pembayaran berbagai tagihan, pembelian pulsa, hingga transaksi keuangan lainnya dengan lebih mudah dan cepat. Layanan ini menjadi alternatif bagi masyarakat yang membutuhkan akses perbankan yang praktis, khususnya bagi pelaku usaha mikro dan pedagang pasar tradisional yang memiliki mobilitas tinggi dalam menjalankan aktivitas usahanya (Marpaung, Suharjo, & Asnawi, (2022).

Bagi pedagang pasar tradisional di Kota Langsa, keberadaan BRILink Syariah memberikan manfaat yang cukup besar karena dapat mempermudah berbagai aktivitas transaksi keuangan tanpa harus meninggalkan tempat usaha. Kemudahan akses tersebut membantu pedagang menghemat waktu dan biaya, sekaligus meningkatkan efisiensi dalam menjalankan kegiatan usaha sehari-hari. Namun demikian, kemudahan teknologi saja belum cukup untuk mempertahankan penggunaan layanan apabila tidak diimbangi dengan kualitas pelayanan yang baik dari agen BRILink Syariah (Diandri & Yacob, 2022).

Kualitas pelayanan digital menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan suatu layanan perbankan. Pelayanan yang cepat, akurat, aman, mudah digunakan, serta didukung oleh sikap ramah dan responsif dari agen akan memberikan pengalaman positif bagi nasabah (Amelia, Harahap, & Ivan R. Ventris Siahaan, 2025). Sebaliknya, pelayanan yang lambat, kurang informatif, atau sering mengalami kendala teknis dapat menurunkan tingkat kepuasan nasabah. Oleh karena itu, kualitas pelayanan digital perlu menjadi perhatian utama dalam meningkatkan daya saing layanan BRILink Syariah (Syahdinar, 2024).

Loyalitas nasabah merupakan salah satu indikator keberhasilan layanan perbankan. Nasabah yang loyal tidak hanya melakukan transaksi secara berulang, tetapi juga memiliki kepercayaan terhadap layanan, enggan beralih ke penyedia jasa lain, serta bersedia merekomendasikan layanan kepada orang lain (Khairul Rokhmat, 2024). Dalam konteks pedagang pasar tradisional, loyalitas sangat penting karena aktivitas transaksi dilakukan secara rutin sehingga mereka membutuhkan layanan yang dapat diandalkan untuk mendukung kegiatan usahanya (Mulyapradana, Anjarini, & Harnoto, 2020).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada sektor perbankan. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada layanan perbankan digital secara umum atau mobile banking, sedangkan penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh kualitas pelayanan digital BRILink Syariah terhadap loyalitas nasabah pedagang pasar

tradisional, khususnya di Kota Langsa, masih relatif terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya peluang penelitian untuk memberikan bukti empiris mengenai hubungan kedua variabel tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan digital BRILink Syariah terhadap loyalitas nasabah pedagang pasar tradisional di Kota Langsa. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran jasa dan perbankan syariah, serta menjadi bahan evaluasi bagi BRILink Syariah dalam meningkatkan kualitas pelayanan sehingga mampu mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah di tengah persaingan industri jasa keuangan yang semakin berkembang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan digital BRILink Syariah terhadap loyalitas nasabah pedagang pasar tradisional di Kota Langsa. Populasi penelitian adalah pedagang pasar tradisional yang menggunakan layanan BRILink Syariah, sedangkan sampel berjumlah 120 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria telah menggunakan layanan BRILink Syariah secara aktif. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima poin. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, uji *t* (parsial), dan koefisien determinasi (R^2) menggunakan bantuan IBM SPSS Statistics 26 untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan digital terhadap loyalitas nasabah (Sugiyono, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 120 responden yang merupakan pedagang pasar tradisional di Kota Langsa dan telah menggunakan layanan BRILink Syariah.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	58	48,3
Perempuan	62	51,7
Total	120	100

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa responden perempuan berjumlah 62 orang (51,7%), sedangkan responden laki-laki sebanyak 58 orang (48,3%). Hal ini menunjukkan

bahwa pengguna layanan BRILink Syariah relatif seimbang berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
20–35 Tahun	32	26,7
36–45 Tahun	47	39,2
>45 Tahun	41	34,1
Total	120	100

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 36–45 tahun, yaitu sebanyak 47 orang (39,2%). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna BRILink Syariah didominasi oleh pedagang yang berada pada usia produktif.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan setiap butir pertanyaan dalam mengukur variabel penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Digital

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1	0,692	0,179	Valid
X2	0,731	0,179	Valid
X3	0,758	0,179	Valid
X4	0,714	0,179	Valid
X5	0,781	0,179	Valid
X6	0,806	0,179	Valid

Berdasarkan Tabel 3, seluruh item memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,179) sehingga seluruh pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan Digital	0,912	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0,897	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4, nilai Cronbach’s Alpha masing-masing variabel lebih besar dari 0,70, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	B	t_{Hitung}	Sig.
Konstanta	8,214	4,125	0,000
Kualitas Pelayanan Digital	0,783	12,541	0,000

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh persamaan sebagai berikut: **Y = 8,214 + 0,783X.** Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan digital sebesar satu satuan akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,783 satuan.

Tabel 6. Hasil Uji t

Variabel	t_{Hitung}	t_{Tabel}	Sig.	Keputusan
Kualitas Pelayanan Digital	12,541	1,980	0,000	H_a diterima

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa nilai t hitung (12,541) > t tabel (1,980) dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan digital BRILink Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pedagang pasar tradisional di Kota Langsa.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R_{Square}	Adjusted R_{Square}
1	0,827	0,684	0,681

Berdasarkan Tabel 7 diperoleh nilai R Square sebesar 0,684, yang berarti 68,4% variasi loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan digital BRILink Syariah. Sementara itu, 31,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti kepuasan, kepercayaan, persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, maupun faktor pelayanan lainnya.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan digital BRILink Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pedagang pasar tradisional di Kota Langsa. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji regresi linear sederhana yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dengan nilai t_{hitung} sebesar 12,541, sehingga hipotesis penelitian diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan digital yang diberikan oleh agen BRILink Syariah, maka semakin tinggi pula loyalitas pedagang dalam menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan menurun, loyalitas nasabah juga berpotensi mengalami penurunan.

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh persamaan Y = 8,214 + 0,783X, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan digital akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,783 satuan. Nilai koefisien regresi yang positif mengindikasikan adanya hubungan yang searah antara kedua variabel. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan digital, baik dari aspek kecepatan transaksi, kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan sistem, ketepatan proses transaksi, maupun sikap ramah dan responsif agen BRILink Syariah, akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan loyalitas nasabah.

Hasil penelitian juga menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,684, yang berarti bahwa 68,4% variasi loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas

pelayanan digital BRILink Syariah, sedangkan 31,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat berupa kepuasan nasabah, kepercayaan terhadap agen, persepsi kemudahan penggunaan layanan, biaya transaksi, lokasi agen, maupun kualitas hubungan antara agen dan nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan digital merupakan faktor dominan dalam membentuk loyalitas nasabah, meskipun bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi.

Pada pedagang pasar tradisional, kualitas pelayanan digital memiliki peranan yang sangat penting karena aktivitas usaha mereka menuntut proses transaksi yang cepat, mudah, aman, dan dapat diandalkan. Layanan BRILink Syariah yang mampu memberikan kemudahan dalam melakukan setor tunai, tarik tunai, transfer, pembayaran tagihan, serta transaksi digital lainnya akan meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan pedagang. Kondisi tersebut mendorong pedagang untuk terus menggunakan layanan BRILink Syariah sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari. Selain itu, pengalaman pelayanan yang baik juga akan mendorong nasabah untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada pedagang lain sehingga loyalitas tidak hanya ditunjukkan melalui penggunaan ulang, tetapi juga melalui promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan melalui dimensi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Apabila layanan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan, maka akan tercipta kepuasan yang pada akhirnya berkembang menjadi loyalitas. Dalam konteks layanan digital BRILink Syariah, dimensi-dimensi tersebut diwujudkan melalui kecepatan pelayanan, keamanan transaksi, ketepatan proses, kemudahan penggunaan layanan, serta sikap profesional agen dalam melayani nasabah.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian-penelitian terdahulu yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada sektor perbankan dan layanan agen BRILink. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan mampu meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya loyalitas. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa kualitas pelayanan digital merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan layanan BRILink Syariah dalam mempertahankan loyalitas

nasabah, khususnya pada pedagang pasar tradisional di Kota Langsa.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, BRILink Syariah perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan digital melalui peningkatan kompetensi agen, percepatan proses transaksi, peningkatan keamanan sistem, serta penyediaan layanan yang mudah diakses oleh masyarakat. Upaya tersebut diharapkan dapat mempertahankan loyalitas nasabah yang sudah ada sekaligus menarik nasabah baru, sehingga mampu mendukung peningkatan inklusi keuangan syariah dan memperkuat peran BRILink Syariah sebagai mitra transaksi keuangan masyarakat di Kota Langsa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan digital BRILink Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pedagang pasar tradisional di Kota Langsa. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan digital yang diberikan, seperti kecepatan transaksi, kemudahan penggunaan, keamanan sistem, keandalan layanan, dan responsivitas agen, maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BRILink Syariah. Pengujian hipotesis melalui uji t menunjukkan nilai signifikansi 0,000 (< 0,05), sehingga hipotesis penelitian diterima.

Selain itu, hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,684 menunjukkan bahwa 68,4% variasi loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan digital BRILink Syariah, sedangkan 31,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, kualitas pelayanan digital merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi loyalitas nasabah pedagang pasar tradisional di Kota Langsa. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan digital secara berkelanjutan perlu menjadi perhatian BRILink Syariah agar loyalitas nasabah tetap terjaga dan semakin meningkat.

REFERENSI

Amelia, Harahap, R. K., & Ivan R. Ventris Siahaan. (2025). “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Biaya Administrasi terhadap Transaksi Menggunakan Agen BRILink Mahasiswa Universitas Negeri Medan. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran,* Vol. 8, No. 1.

Diandri, A., & Yacob, S. (2022). “Model Loyalitas Konsumen BRILink: Suatu Perspektif dari Brand Image dan Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Konsumen di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*.

Harahap, D. A., Hurriyati, R., & Dedi Amanah. (2020). “Conceptual Model of E-Service Quality at Branchless Banking in Indonesia. *Journal of Internet Banking and Commerce 25,* no. 2: 1–16.

Khairul Rokhmat. (2024). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan dan Kepuasan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa BRILink. *Jurnal Ilmiah Perencanaan dan Manajemen,*, Vol. 2, No. 2: 87–99.

Marpaung, J. E., Suharjo, B., & Asnawi, Y. H. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Petugas

Agen BRILink (PAB) terhadap Loyalitas Agen BRILink. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen* , 8, no. 1 : 144–158.

Mulyapradana, A., Anjarini, D., & Harnoto. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Tempo Cabang Tegal. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No. 1: 26–38.

Purwasi, I. (2025). "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah BRILink dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Aplikasi Manajemen Bisnis dan Digital*, Vol. 2, No. 1, hal. 1–15.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta,.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syahdinar, A. R. (2024). "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Balikpapan," . *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 1: hal. 47–59.