

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi dan keuangan. Salah satu sektor yang paling terdampak oleh transformasi digital ini adalah industri perbankan. Digitalisasi telah mengubah pola interaksi antara bank dan nasabah, dari yang semula bersifat konvensional dan tatap muka menjadi serba digital dan berbasis aplikasi. Fenomena ini tidak hanya terjadi di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia, seiring dengan pertumbuhan pengguna internet dan smartphone yang sangat pesat. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19% dari total populasi (APJII.or.id, 2024). dan hasil survey yang telah dilakukan oleh (Suri et al., 2024) menunjukan data bahwa 70% masyarakat Indonesia telah menggunakan layanan *electronic banking* untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan sehari-hari.

Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 Tahun (2007) tentang Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum, perbankan elektronik (*e-banking*) diartikan sebagai layanan yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, berinteraksi, serta melakukan transaksi perbankan melalui berbagai saluran elektronik. Saluran ini mencakup

*electronic data capture (EDC)/point of sale (POS), mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM), phone banking, electronic funds transfer (EFT), internet banking, dan mobile banking.*

Dalam konteks ini, bank-bank di Indonesia berlomba-lomba melakukan inovasi digital untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing. Layanan *digital banking* dinilai mampu memberikan kemudahan, efisiensi, dan kenyamanan bagi nasabah, sekaligus menekan biaya operasional bank. Survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022 mencatat bahwa 82% nasabah bank di Indonesia menganggap ketersediaan layanan *digital banking* sebagai faktor utama dalam memilih dan tetap setia pada suatu bank. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi bukan lagi pilihan, melainkan keharusan bagi perbankan di era modern.

Di tengah persaingan yang semakin ketat, Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank syariah terbesar di Indonesia terus berupaya melakukan inovasi untuk memperkuat posisinya di industri perbankan nasional, khususnya dalam inovasi *mobile banking*. Salah satu langkah strategis yang diambil BSI adalah peluncuran aplikasi *mobile BYOND by BSI* pada 9 November 2024. Aplikasi ini merupakan penyempurnaan dari *BSI Mobile*, dengan konsep sebagai *super-app* yang mengintegrasikan layanan keuangan, sosial, dan spiritual dalam satu platform. Selain fitur perbankan standar seperti transfer, pembayaran, dan pembelian, *BYOND* menghadirkan fitur unik yang sesuai dengan kebutuhan umat Islam, seperti kalkulator zakat, fitur wakaf dan sedekah digital, arah kiblat, pengingat waktu salat, pencarian masjid terdekat, serta investasi emas digital. Fitur-fitur ini dirancang untuk

memberikan kemudahan bertransaksi secara syariah dan mendukung gaya hidup Islami dalam kehidupan sehari-hari.

Masa peralihan dari *BSI Mobile* ke *BYOND by BSI* merupakan fase kritis dan strategis dalam proses transformasi digital BSI. Peralihan ini dimulai sejak peluncuran *BYOND* pada November 2024 dan berlangsung selama sekitar dua bulan, di mana BSI melakukan migrasi besar-besaran untuk memindahkan seluruh pengguna *BSI Mobile* ke aplikasi *BYOND*.

Proses migrasi ini dirancang agar mudah dan cepat, dengan langkah-langkah seperti pengunduhan aplikasi *BYOND*, aktivasi menggunakan e-KTP, kartu debit, dan nomor rekening, serta verifikasi wajah secara digital. Untuk mendukung kelancaran migrasi, BSI melakukan sosialisasi intensif melalui berbagai kanal komunikasi, termasuk media sosial, kantor cabang, serta layanan *call center*. Selama masa peralihan tersebut, BSI juga memberikan berbagai insentif menarik, seperti program hadiah paket umroh dan *cashback*, untuk mendorong nasabah segera bermigrasi dan aktif menggunakan *BYOND*. Pendekatan ini terbukti efektif, karena menurut laman *website* ([bankbsi.co.id](http://bankbsi.co.id), 2025) dalam dua bulan pertama setelah peluncuran, sebanyak 85,7% pengguna aktif *BSI Mobile* telah bermigrasi ke *BYOND*. Dalam laman *website* BSI menunjukkan bahwa jumlah pengguna aktif *BYOND* mencapai 3 juta pada pertengahan Januari 2025 dan terus meningkat hingga menembus angka 3,5 juta pada awal Maret 2025.

Data transaksi digital melalui *BYOND* juga menunjukkan peningkatan signifikan selama dan setelah masa peralihan. Hingga Januari 2025, frekuensi transaksi

melalui *BYOND* telah menembus lebih dari 40 juta transaksi, meningkat 165% dibandingkan bulan sebelumnya. Shifting transaksi ke *e-channel* BSI mencapai 98,03% pada akhir Desember 2024, menandakan mayoritas nasabah telah beralih ke layanan digital dan hanya sebagian kecil yang masih menggunakan layanan teller di kantor cabang. Peningkatan tersebut mencerminkan bahwa masa transisi tidak hanya berhasil menarik lebih banyak pengguna, tetapi juga memperlihatkan peningkatan dalam intensitas dan kualitas penggunaan layanan digital BSI (Simamora & Nurdiana, 2025).

Bank Syariah Indonesia (BSI) terus berkomitmen menghadirkan inovasi yang tidak hanya mengikuti perkembangan teknologi, tetapi juga selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Peluncuran SuperApp *BYOND* by BSI merupakan wujud nyata inovasi yang mengintegrasikan kemudahan akses layanan finansial, sosial, dan spiritual secara komprehensif dalam satu aplikasi. Inovasi ini bertujuan memberikan kemudahan (*taysir*) bagi nasabah dalam menjalankan aktivitas perbankan sekaligus memenuhi kebutuhan ibadah dan sosial sesuai prinsip Islam.

Dalam perspektif Islam, kemudahan dalam beribadah dan bertransaksi sangat ditekankan. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat Ar-Ra'd ayat 11:

...إِنَّ اللَّهَ لَا يُعَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوهُمَا بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا

فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

"*Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka. Apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.*"

Dalam menafsirkan Q.S. *Ar-Ra'd* ayat 11, Ibnu Katsir mengutip riwayat bahwa Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum yang berada dalam kebaikan, kecuali jika mereka sendiri yang mengubah ketaatan mereka kepada Allah menjadi maksiat. Ketika hal itu terjadi, maka nikmat yang semula mereka rasakan akan digantikan dengan sesuatu yang tidak mereka sukai. Sebaliknya, jika suatu kaum ingin mengalami perubahan menuju keadaan yang lebih baik, maka perubahan tersebut harus dimulai dari diri mereka sendiri, baik secara spiritual maupun dalam aspek amal dan perbuatan (Khatir, 2004b)

Pemahaman ini mencerminkan bahwa perubahan dalam suatu masyarakat atau lembaga bukanlah sesuatu yang datang begitu saja, melainkan membutuhkan ikhtiar dan pembenahan dari dalam. Dalam konteks lembaga keuangan, termasuk perbankan syariah, hal ini dapat diwujudkan melalui inovasi, perbaikan sistem, serta peningkatan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, langkah Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam mengembangkan aplikasi digital seperti *BYOND Mobile Banking* merupakan bentuk

nyata dari usaha perubahan internal yang sejalan dengan prinsip perubahan dalam Al-Qur'an. Upaya ini tidak hanya mencerminkan respons terhadap perkembangan teknologi, tetapi juga menunjukkan komitmen untuk terus memperbaiki diri demi memberikan layanan yang lebih baik kepada masyarakat. Kemudian dalam konteks fikih muamalah, sebagaimana yang terdapat dalam buku *Qawaid Fiqhiyyah Muamalah* yang ditulis oleh Azhari (2015) ulama menetapkan sebuah kaidah yang berbunyi:

الْأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya: “*Hukum asal dalam muamalah adalah boleh, terkecuali ada dalil yang mengharamkannya*”.

Kaidah fikih tersebut memberikan pemahaman bahwa setiap bentuk inovasi dalam bidang muamalah, termasuk transformasi digital dalam layanan perbankan syariah, secara prinsip dibolehkan selama tidak bertentangan dengan ketentuan syariah yang berlaku. Hal ini memberikan ruang gerak yang luas bagi lembaga keuangan syariah, seperti Bank Syariah Indonesia (BSI), untuk terus berinovasi demi memberikan manfaat yang lebih besar bagi umat. Selain itu, Dalam *Fath al-Bārī Syarḥ Ṣaḥīḥ al-Bukhārī* karya Ibn Ḥajar al-‘Asqalānī (1997) disebutkan sabda Nabi ﷺ:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّ الدِّينَ يُسْرُورٌ لَنْ يُشَادَّ الدِّينَ

أَحَدٌ إِلَّا غَلَبَهُ فَسَدِّدُوا وَقَارِبُوا وَأَبْشِرُوا وَاسْتَعِينُوا بِالْعَدْوَةِ وَالرُّوحَةِ وَشَيْءٍ مِمَّا الدَّلْجَةُ

"*Sesungguhnya agama itu mudah. Dan selamanya agama tidak akan memberatkan seseorang melainkan memudahkannya. Karena itu, luruskanlah, dekatilah, dan berilah*

*kabar gembira! Minta tolonglah kalian di waktu pagi-pagi sekali, siang hari di kala waktu istirahat dan di awal malam”* (HR. Bukhari dan Muslim).

Hadis ini menekankan bahwa Islam adalah agama yang menjunjung nilai kemudahan dan mencegah timbulnya kesulitan. Oleh karena itu, berbagai bentuk inovasi yang bertujuan mempermudah aktivitas masyarakat dalam menjalankan transaksi keuangan Syariah selama tetap berada dalam koridor Syariah merupakan hal yang tidak hanya diperbolehkan, tetapi juga sejalan dengan spirit ajaran Islam.

*BYOND* by BSI hadir sebagai solusi inovatif yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi secara syariah, seperti pembayaran Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf (ZISWAF), serta fitur pendukung ibadah seperti pengingat waktu salat dan arah kiblat. Dengan demikian, aplikasi ini tidak hanya mempermudah urusan finansial, tetapi juga membantu nasabah menjalankan kewajiban agama secara mudah dan praktis dalam satu platform terpadu.

Oleh karena itu, inovasi *BYOND* by BSI bukan sekadar kemajuan teknologi, melainkan juga implementasi nilai-nilai Islam yang mengedepankan kemudahan dan keberkahan dalam setiap transaksi dan aktivitas sosial. Hal ini menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *BYOND*, khususnya bagi nasabah yang mengutamakan prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan finansial dan spiritual mereka.

Namun demikian, proses peralihan dari *BSI Mobile* ke *BYOND* by BSI juga menghadirkan tantangan tersendiri, terutama dalam hal adaptasi pengguna terhadap fitur-fitur baru, keamanan data, serta persepsi manfaat aplikasi. Tidak semua nasabah

langsung merasa nyaman dengan perubahan ini. Beberapa nasabah, khususnya yang berusia lanjut atau kurang familiar dengan teknologi, mengalami kendala dalam proses migrasi dan penggunaan fitur-fitur baru. Selain itu, isu keamanan data dan privasi juga menjadi perhatian utama, mengingat maraknya kasus kejahatan siber di sektor perbankan digital.

Studi ini dilakukan di BSI Kantor Cabang Pembantu (KCP) Cinunuk, yang memiliki karakteristik nasabah yang beragam dari segi usia, profesi, dan literasi digital. Berdasarkan data internal BSI KCP Cinunuk per 2 Mei 2025 berikut merupakan tabel terkait jumlah nasabah yang telah menggunakan dan belum menggunakan aplikasi *BYOND* di BSI KCP Cinunuk dengan total nasabah sebanyak 6.561 orang.

**Tabel 1. 1 Distribusi Aktivasi Aplikasi *BYOND* by BSI KCP Cinunuk**

Keterangan	Jumlah	%
Nasabah Yang sudah Aktivasi	3.007	45,8
Nasabah yang belum aktivasi	3.554	54,2

*Sumber: Data Internal Bank Syariah Indonesia KCP Cinunuk (Mei 2025)*

Pada tabel 1.1 dari total 6.561 nasabah, tercatat sebanyak 3.007 nasabah (45,8%) telah melakukan aktivasi aplikasi *BYOND*, sementara 3.554 nasabah (54,2%) belum melakukan aktivasi. Angka ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah di tingkat cabang masih belum beralih sepenuhnya ke platform digital terbaru milik BSI. Jika dibandingkan dengan data nasional, hingga Maret 2025, jumlah pengguna aktif *BYOND* telah mencapai 3,5 juta nasabah, yang berarti telah terjadi migrasi masif dan

adopsi yang tinggi di tingkat nasional. Disparitas ini mencerminkan adanya kesenjangan digital atau resistensi terhadap adopsi teknologi di tingkat cabang, khususnya di wilayah dengan karakteristik demografis beragam seperti Cinunuk. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi rendahnya tingkat aktivasi, seperti persepsi kemudahan, manfaat, keamanan, strategi promosi, serta nilai-nilai syariah yang melekat pada aplikasi *BYOND*.

Meski *BYOND* belum genap satu tahun diluncurkan, tren aktivasi menunjukkan pertumbuhan positif. Akan tetapi, jumlah nasabah yang belum mengaktifkan aplikasi masih lebih besar dibandingkan yang telah mengaktifkan. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan adopsi layanan digital di tingkat cabang yang perlu dikaji lebih lanjut.

Selanjutnya, berdasarkan data internal BSI KCP Cinunuk per Mei 2025, mayoritas nasabah pengguna *BYOND* memiliki rata-rata volume transaksi di bawah Rp100.000. Rendahnya nominal transaksi ini mengindikasikan bahwa sebagian besar nasabah kemungkinan belum memanfaatkan aplikasi secara menyeluruh untuk kebutuhan finansial sehari-hari seperti transfer rutin, pembelian, atau pembayaran tagihan dalam skala besar. Namun, adanya partisipasi mereka dalam penggunaan *BYOND* dengan nominal kecil dapat menunjukkan motivasi non-finansial, salah satunya adalah ketertarikan terhadap fitur-fitur syariah yang ditawarkan aplikasi. Fitur seperti zakat, infak, sedekah, wakaf (ZISWAF), arah kiblat, serta pengingat waktu salat merupakan elemen spiritual yang tidak ditemukan pada aplikasi perbankan

konvensional. Oleh karena itu, terdapat kemungkinan bahwa minat sebagian nasabah dalam menggunakan aplikasi *BYOND* tidak semata-mata didorong oleh manfaat finansial, melainkan karena nilai-nilai religius yang terkandung di dalamnya. Hal ini menegaskan pentingnya mengkaji lebih lanjut bagaimana nilai-nilai syariah, di samping faktor-faktor seperti kemudahan, manfaat, keamanan, dan promosi, memengaruhi minat penggunaan *BYOND*, khususnya dalam konteks nasabah BSI KCP Cinunuk.

Untuk memahami minat penggunaan *BYOND* secara komprehensif, penelitian ini mengkaji lima faktor utama, yaitu: persepsi kemudahan, persepsi manfaat, keamanan, promosi, dan nilai-nilai syariah. Pertama, persepsi kemudahan dipilih karena kenyamanan dalam menggunakan aplikasi akan sangat memengaruhi minat pengguna. Aplikasi yang mudah digunakan dan memiliki antarmuka ramah pengguna akan lebih cepat diadopsi. Kedua, persepsi manfaat berkaitan dengan sejauh mana nasabah merasa bahwa aplikasi tersebut berguna dan memberikan nilai tambah, baik dari sisi efisiensi waktu maupun kelengkapan fitur, termasuk fitur keislaman.

Ketiga, keamanan merupakan faktor krusial dalam layanan digital, terutama dalam hal perlindungan data pribadi dan transaksi keuangan. Kepercayaan terhadap sistem keamanan aplikasi akan mendorong nasabah untuk lebih aktif menggunakannya. Keempat, promosi berperan dalam menarik perhatian awal dan meningkatkan ketertarikan nasabah. Berbagai program seperti cashback dan hadiah umrah menjadi stimulus yang efektif untuk meningkatkan penggunaan aplikasi. Kelima, nilai-nilai syariah menjadi ciri khas yang membedakan *BYOND* dari aplikasi

konvensional. Integrasi fitur spiritual seperti ZISWAF, waktu salat, dan arah kiblat menjadikan aplikasi ini relevan secara religius bagi nasabah muslim.

Sebelum melakukan penelitian ini, penulis menelaah sejumlah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik yang dibahas. Telaah terhadap penelitian sebelumnya bertujuan untuk mengetahui sejauh mana studi-studi yang telah dilakukan memberikan kontribusi terhadap bidang kajian ini, serta untuk menemukan celah (*gap*) penelitian yang dapat dijadikan dasar dalam menyusun rumusan masalah dan tujuan penelitian.

Penelitian-penelitian terdahulu yang dikaji memiliki relevansi baik dari segi variabel, objek, metode, maupun hasil temuan yang mendukung arah penelitian ini. Dengan memahami hasil-hasil penelitian sebelumnya, penulis dapat menyusun kerangka berpikir yang lebih terarah dan memperkuat landasan teoritis yang digunakan.

Adapun ringkasan dari beberapa penelitian terdahulu yang relevan disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu**

No.	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Pembahasan
1	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Perbankan Syariah Menggunakan <i>Mobile banking</i> di Masa Pandemi (Rizky Wisnu Andhika, 2022)	Kuantitatif, purposive sampling, 100 responden di Tangerang Selatan, analisis regresi linear berganda dengan SPSS	Variabel kemudahan penggunaan, kenyamanan, kepercayaan, dan kemanfaatan berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> .

2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan <i>Mobile banking (BSI Mobile)</i> KC Diponegoro Banda Aceh (Raffiful Hajj, 2023)	Kuantitatif, 100 responden, teknik Slovin, analisis regresi	Teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap minat, sedangkan risiko tidak. Secara simultan, teknologi informasi dan risiko berpengaruh signifikan terhadap minat.
3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna BSI <i>Mobile</i> pada Generasi Z di Kabupaten Ponorogo (Evy Nur Cahya Andhika Dewi, 2024)	Kuantitatif dengan pendekatan UTAUT, sampel 100 responden Gen Z di Ponorogo, analisis menggunakan SPSS	Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial berpengaruh positif secara parsial maupun simultan terhadap minat penggunaan BSI <i>Mobile</i> pada Generasi Z.
4	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan BSI <i>Mobile</i> pada Bank Syariah Indonesia KC Lubuk Pakam (Sofiana Zahara Lubis, 2025)	Kualitatif deskriptif, studi kepustakaan dan wawancara	Minat masih rendah karena kendala seperti literasi digital, kesulitan teknis, infrastruktur, dan preferensi metode tradisional. Namun, bagi pengguna, layanan ini dirasakan bermanfaat dan efisien.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* telah banyak dilakukan sebelumnya. Salah satunya adalah penelitian oleh Rizky Wisnu Andhika (2022) dalam penelitiannya “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Perbankan Syariah Menggunakan *Mobile banking* di Masa Pandemi” juga menggunakan pendekatan kuantitatif terhadap 100 responden di Tangerang Selatan. Dengan menggunakan regresi linear berganda, ditemukan bahwa variabel kepercayaan (X3) berpengaruh signifikan ( $t = 2,145$ ,  $sig = 0,035$ ), sementara variabel kemanfaatan (X4) hampir

signifikan ( $t = 3,050$ ,  $\text{sig} = 0,063$ ). Nilai R Square sebesar 0,198 menunjukkan bahwa variabel bebas menjelaskan sekitar 19,8% variasi minat nasabah. Uji F menghasilkan nilai signifikansi 0,000 yang berarti bahwa model secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Selanjutnya, Penelitian lain dilakukan oleh Raffiful Hajj (2023) dengan judul "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Mobile banking (BSI Mobile) KC Diponegoro Banda Aceh*". Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 100 responden dan teknik regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel teknologi informasi (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat ( $t = 6,018$ ,  $\text{sig} = 0,000$ ), sedangkan variabel risiko (X2) tidak berpengaruh signifikan ( $t = 1,380$ ,  $\text{sig} = 0,171$ ). Persamaan regresi yang diperoleh adalah  $Y = 5,539 + 0,633X1 + 0,160X2$ , dengan nilai R Square sebesar 0,357. Ini berarti bahwa 35,7% variabel minat dapat dijelaskan oleh teknologi informasi dan risiko secara simultan, dan hasil uji F menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000.

Evy Nur Cahya Andhika Dewi (2024) yang berjudul "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna BSI Mobile pada Generasi Z di Kabupaten Ponorogo*". Hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan BSI Mobile. Persamaan regresi yang diperoleh adalah  $Y = 0,068 + 0,226X1 + 0,327X2 + 0,358X3 + e$ , dengan masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi  $< 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiganya secara parsial maupun simultan memengaruhi minat pengguna.

Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, Sofiana Zahara Lubis dan Hamdani (2025) melakukan penelitian kualitatif deskriptif dalam karyanya “*Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan BSI Mobile pada BSI KC Lubuk Pakam*”. Penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam dan studi kepustakaan, tanpa uji regresi statistik. Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun BSI *Mobile* menawarkan kemudahan transaksi, minat pengguna masih rendah akibat kendala seperti kurangnya literasi digital, kesulitan teknis, keterbatasan infrastruktur, dan preferensi terhadap transaksi konvensional. Namun, nasabah yang sudah menggunakan aplikasi merasa puas dan terbantu dalam melakukan transaksi secara efisien.

Berdasarkan hasil telaah terhadap beberapa penelitian terdahulu yang relevan, dapat disimpulkan bahwa meskipun telah banyak dilakukan kajian mengenai minat penggunaan layanan *mobile banking*, namun masih terdapat sejumlah keterbatasan yang membuka ruang bagi penelitian ini untuk memberikan kontribusi ilmiah yang lebih spesifik. Sebagian besar penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Rizky Wisnu Andhika (2022), Raffiful Hajj (2023), dan Evy Nur Cahya Andhika Dewi (2024), berfokus pada aplikasi BSI *Mobile*, bukan pada *BYOND* by BSI yang merupakan produk terbaru dengan konsep *super-app* berbasis integrasi layanan finansial, sosial, dan spiritual. Hal ini menunjukkan bahwa konteks aplikasi yang diteliti pada penelitian-penelitian tersebut belum mencerminkan perkembangan terkini dalam inovasi digital perbankan syariah.

Selain dari sisi objek penelitian, perbedaan juga tampak dari segi variabel yang digunakan. Penelitian sebelumnya umumnya mengkaji variabel-variabel umum seperti persepsi kemudahan, kepercayaan, ekspektasi kinerja, kenyamanan, atau risiko. Sementara itu, penelitian ini secara khusus menambahkan dua variabel penting yang belum banyak disentuh dalam studi sebelumnya, yaitu promosi dan nilai-nilai syariah. Variabel promosi dipertimbangkan karena menjadi strategi penting dalam mendorong adopsi aplikasi baru melalui insentif seperti cashback dan hadiah umrah. Adapun variabel nilai-nilai syariah dimasukkan secara eksplisit karena *BYOND* menghadirkan fitur spiritual seperti ZISWAF, pengingat waktu salat, dan arah kiblat, yang belum diakomodasi dalam penelitian terdahulu secara kuantitatif.

Dari sisi metodologi, sebagian penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kualitatif (seperti Lubis, 2025), atau model-model seperti UTAUT dan TAM secara parsial, tanpa mengintegrasikan pendekatan *Maqāsid Syariah* sebagai landasan konseptual yang memperkuat dimensi spiritual dalam penggunaan teknologi perbankan. Sementara dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan lima variabel bebas, serta pengujian menggunakan regresi linier berganda untuk mengukur pengaruh parsial dan simultan terhadap variabel terikat.

Lebih lanjut, konteks lokasi juga menjadi pembeda penting. Penelitian ini dilakukan secara spesifik di BSI Kantor Cabang Pembantu (KCP) Cinunuk, yang memiliki karakteristik demografis beragam, termasuk segmen nasabah dengan tingkat literasi digital yang belum merata. Hal ini menjadikan penelitian ini lebih kontekstual

dan memberikan gambaran mikro operasional yang selama ini belum banyak dijadikan lokasi kajian.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berupaya memperbarui konteks inovasi teknologi melalui studi terhadap aplikasi *BYOND* by BSI, tetapi juga memperkaya literatur akademik melalui pengujian variabel yang lebih komprehensif, penggunaan pendekatan teoritis berbasis *Maqāṣid Syariah*, serta pengambilan data pada lokasi yang representatif secara sosial dan geografis.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun aplikasi *BYOND* by BSI menunjukkan pertumbuhan yang signifikan secara nasional, namun masih ditemukan kesenjangan adopsi pada tingkat cabang, seperti yang terjadi di BSI KCP Cinunuk. Rendahnya aktivasi aplikasi di kalangan nasabah menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor penting yang perlu diteliti lebih lanjut untuk memahami minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *BYOND* secara komprehensif.

Dalam konteks ini, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan, promosi, serta nilai-nilai syariah menjadi variabel yang relevan untuk dikaji secara empiris karena mencerminkan baik aspek fungsional maupun spiritual dari layanan digital syariah. Selain itu, minimnya kajian terdahulu yang secara spesifik mengangkat aplikasi *BYOND* sebagai objek penelitian dengan pendekatan *Maqāṣid Syariah* di tingkat mikro operasional seperti BSI KCP Cinunuk, menandakan adanya celah penelitian (*research gap*) yang penting untuk diisi. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menyusun sebuah penelitian dengan judul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah**

## **Menggunakan Aplikasi BYOND serta Relevansinya terhadap Maqāṣid Syariah (Studi pada BSI KCP Cinunuk)”.**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, keamanan, promosi, dan nilai-nilai syariah berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *BYOND* by BSI?
2. Sejauh mana persepsi kemudahan, persepsi manfaat, keamanan, nilai-nilai syariah dan promosi memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *BYOND* by BSI?
3. Bagaimana relevansi fitur-fitur spiritual dalam aplikasi *BYOND* dihubungkan dengan *Maqāṣid Syariah*?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk menganalisis dan memahami berbagai faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan aplikasi mobile banking *BYOND* by BSI, khususnya di lingkungan BSI KCP Cinunuk.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh parsial dari persepsi kemudahan, persepsi manfaat, keamanan, promosi, dan nilai-nilai syariah terhadap minat penggunaan aplikasi *BYOND* by BSI.
2. Untuk mengetahui sejauh mana faktor persepsi kemudahan, persepsi manfaat, keamanan, promosi, dan nilai-nilai syariah kemudahan, persepsi manfaat, keamanan, dan promosi terhadap minat penggunaan aplikasi *BYOND* by BSI.
3. Untuk menganalisis relevansi fitur-fitur spiritual dalam aplikasi *BYOND* by BSI terhadap *Maqāṣid Syariah*.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Sebagai kontribusi ilmiah dalam pengembangan kajian mengenai perilaku konsumen dalam perbankan syariah, khususnya terkait minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *BYOND* By BSI.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Memberikan masukan dan rekomendasi kepada pihak manajemen BSI, khususnya BSI KCP Cinunuk, dalam merancang strategi pemasaran dan peningkatan kualitas layanan untuk menarik lebih banyak nasabah pengguna Aplikasi *BYOND* by BSI