

SURAT TUGAS

Nomor: 004.i/ST/LPPM-Ikopin.Univ/I/2026

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Koperasi Indonesia (LPPM-Universitas Koperasi Indonesia) menugaskan kepada:

Nama	Jabatan
Dr. Abdul Hakim, M.Pd., M.Ag.	<ul style="list-style-type: none">• Ka. Bag. Humas dan Protokoler• Narasumber/Tenaga Ahli LPPM, Dosen Ikopin University

Untuk melaksanakan tugas menulis Karya Ilmiah dengan judul ***Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Byond serta Relevansinya Terhadap Maqasid Syariah*** pada Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol.17, No.1, 2026. P-ISSN: 2086-4620 E-ISSN: 2615-4978.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jatinangor, 8 Januari 2026
Ketua LPPM Ikopin University,



Dr. Hj. Yunita Indriani, Ir., M.Si., CIPA.
NIDN. 0422066102

Tembusan:

1. Yth. Wakil Rektor III
2. Yth. Ka. Bag. Kepegawaian
3. Arsip



Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Beyond serta Relevansinya Terhadap Maqāsid Syariah

Abdul Hakim¹⁾, Ega Apriliansyah²⁾

Universitas Koperasi Indonesia¹⁾ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Koperasi Indonesia²⁾
abdulhakim303@gmail.com¹⁾, egaapriliansyah041@gmail.com²⁾

ABSTRAK

Peluncuran SuperApp BYOND by BSI mendapat respons positif secara nasional, namun terdapat fenomena kesenjangan adopsi di tingkat BSI KCP Cinunuk di mana mayoritas nasabah belum beralih dari aplikasi lama. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah menggunakan aplikasi BYOND serta relevansinya terhadap Maqāsid Syariah. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari 97 responden nasabah aktif di BSI KCP Cinunuk. Temuan penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan, promosi, dan nilai-nilai syariah berpengaruh signifikan sebesar 74% terhadap minat penggunaan. Namun, secara parsial hanya persepsi manfaat dan keamanan yang menjadi determinan signifikan. Temuan menarik menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah tidak berpengaruh langsung terhadap minat, namun berfungsi strategis sebagai penguat nilai (value reinforcement) yang selaras dengan tujuan perlindungan agama (ḥifẓ al-dīn) dan harta (ḥifẓ al-māl). Implikasi manajerial menyarankan agar BSI memfokuskan strategi pada penguatan manfaat fungsional dan sistem keamanan untuk akselerasi adopsi, sembari menempatkan fitur syariah sebagai keunggulan kompetitif yang unik dalam ekosistem perbankan digital.

Kata Kunci: Aplikasi BYOND, Maqāsid Syariah, Minat Nasabah.

ABSTRACT

The launch of BYOND SuperApp by BSI received a positive national response, yet there is an adoption gap at BSI KCP Cinunuk where the majority of customers have not switched from the legacy app. This study aims to analyze the factors affecting customer interest in using the BYOND app and its relevance to Maqāsid Sharia. The method used is quantitative with multiple linear regression analysis. Data were collected via questionnaires from 97 active customers at BSI KCP Cinunuk. The findings show that simultaneously, perceived ease of use, usefulness, security, promotion, and Sharia values significantly influence usage interest by 74%. Partially, only perceived usefulness and security are significant determinants. Interestingly, Sharia values do not directly influence interest but serve strategically as value reinforcement aligned with the protection of religion (ḥifẓ al-dīn) and wealth (ḥifẓ al-māl). Managerial implications suggest that BSI should focus strategies on strengthening functional benefits and security systems to accelerate adoption, while positioning Sharia features as a unique competitive advantage in the digital banking ecosystem.

Keywords: BYOND App, Customer Interest, Maqāsid Sharia.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan mendasar dan disruptif dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam ekosistem ekonomi dan keuangan global. Transformasi digital ini telah meredefinisikan pola interaksi antara institusi perbankan dan nasabah, menggeser paradigma layanan dari yang semula bersifat konvensional, tatap muka, dan terbatas oleh dimensi ruang-waktu, menjadi layanan serba digital, real-time, dan berbasis aplikasi (mobile-based). Fenomena ini tidak hanya mendominasi negara-negara maju, tetapi juga telah menjadi katalis utama pertumbuhan ekonomi di negara berkembang seperti Indonesia. Hal ini sejalan dengan lonjakan penetrasi internet dan penggunaan telepon pintar yang sangat pesat. Data terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 mengonfirmasi bahwa penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19% dari total populasi. Lebih lanjut, survei yang dilakukan oleh Suri et al. (2024) menunjukkan bahwa 70% masyarakat Indonesia telah mengadopsi layanan electronic banking untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan sehari-hari, menandakan bahwa literasi digital masyarakat telah mencapai tahap adopsi massal.

Dalam lanskap regulasi, perbankan elektronik (e-banking) di Indonesia telah memiliki landasan yang kuat sebagaimana diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum. Regulasi ini mendefinisikan e-banking sebagai layanan yang memungkinkan nasabah memperoleh informasi, berinteraksi, serta melakukan transaksi melalui berbagai saluran elektronik seperti ATM, internet banking, hingga mobile banking. Dalam konteks persaingan industri, bank-bank di Indonesia kini berlomba melakukan inovasi digital tidak hanya untuk efisiensi biaya operasional, tetapi sebagai strategi pertahanan dan peningkatan daya saing (competitive advantage). Survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2022 mencatat bahwa 82% nasabah bank di Indonesia menempatkan ketersediaan layanan digital yang andal sebagai faktor determinan utama dalam memilih dan mempertahankan loyalitas pada suatu bank. Data ini menegaskan bahwa digitalisasi bagi perbankan modern bukan lagi sekadar opsi pelengkap, melainkan sebuah imperatif bisnis yang mutlak.

Di tengah kompetisi yang ketat tersebut, Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai entitas perbankan syariah terbesar di Indonesia terus melakukan manuver strategis untuk memperkuat posisinya. Salah satu tonggak inovasi terbarunya adalah peluncuran SuperApp "BYOND by BSI" pada 9 November 2024. Aplikasi ini dirancang sebagai penyempurnaan komprehensif dari aplikasi terdahulu, BSI Mobile, dengan mengusung konsep integrasi layanan keuangan (financial), sosial (social), dan spiritual (spiritual) dalam satu platform terpadu. Berbeda dengan aplikasi perbankan konvensional, BYOND menghadirkan unique selling proposition berupa fitur-fitur yang mengakomodasi gaya hidup Islami, seperti kalkulator zakat, pembayaran ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf), arah kiblat, pengingat waktu salat, hingga investasi emas digital. Inovasi ini merupakan manifestasi dari upaya memberikan kemudahan (taysir) bagi nasabah dalam

menjalankan aktivitas perbankan sekaligus memenuhi kewajiban agama, selaras dengan prinsip Maqāṣid Syariah.

Secara nasional, respons pasar terhadap peluncuran BYOND terbilang sangat positif. Masa transisi dan migrasi dari BSI Mobile ke BYOND yang berlangsung sejak November 2024 didukung oleh strategi sosialisasi intensif dan insentif promosi seperti program hadiah umrah dan cashback. Laman resmi BSI mencatat bahwa dalam dua bulan pertama pasca-peluncuran, tingkat migrasi pengguna aktif mencapai 85,7%, dengan total pengguna menembus angka 3,5 juta pada awal Maret 2025. Peningkatan volume transaksi yang mencapai 165% hingga Januari 2025 juga mengindikasikan bahwa secara makro, adopsi teknologi ini berjalan sukses. Namun, fenomena keberhasilan nasional ini menyisakan anomali ketika dibedah pada tingkat mikro operasional di kantor cabang.

Studi pendahuluan yang dilakukan di BSI Kantor Cabang Pembantu (KCP) Cinunuk menyingkap adanya kesenjangan (gap) adopsi teknologi yang signifikan. Berdasarkan data internal per Mei 2025, dari total 6.561 nasabah di KCP Cinunuk, baru 45,8% (3.007 nasabah) yang telah melakukan aktivasi BYOND, sementara mayoritas sebesar 54,2% (3.554 nasabah) belum beralih ke aplikasi baru tersebut. Disparitas yang tajam antara tren nasional yang masif dengan tingkat adopsi yang rendah di tingkat cabang ini mengindikasikan adanya resistensi atau hambatan tertentu yang dialami oleh nasabah di level akar rumput. KCP Cinunuk, dengan karakteristik demografis nasabah yang beragam dari segi usia dan literasi digital, menjadi representasi menarik untuk mengkaji mengapa inovasi teknologi yang menawarkan kemudahan dan fitur lengkap tidak serta merta diadopsi oleh seluruh segmen nasabah.

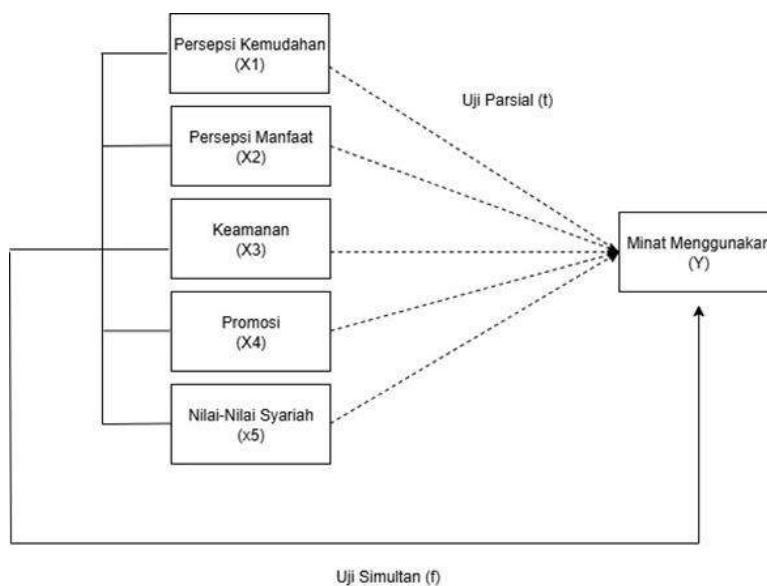
Permasalahan rendahnya minat adopsi ini perlu dianalisis melalui kerangka teoritis perilaku konsumen dan penerimaan teknologi. Model Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model/TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989) menyatakan bahwa persepsi kemudahan (perceived ease of use) dan persepsi manfaat (perceived usefulness) adalah dua determinan utama yang memengaruhi minat penggunaan teknologi. Namun, dalam konteks perbankan syariah digital, variabel TAM standar dipandang belum cukup komprehensif untuk menjelaskan fenomena secara utuh. Faktor risiko dan kepercayaan, yang direpresentasikan oleh variabel keamanan (security), menjadi krusial mengingat maraknya kejahatan siber. Selain itu, strategi pemasaran melalui promosi juga menjadi stimulus eksternal yang relevan dalam fase pengenalan produk baru.

Lebih jauh lagi, terdapat variabel fundamental yang sering kali luput dalam kajian teknologi perbankan umum, yaitu Nilai-nilai Syariah. Sebagai bank yang beroperasi berlandaskan prinsip Islam, preferensi nasabah BSI tidak hanya didorong oleh rasionalitas ekonomi (manfaat dan biaya), tetapi juga oleh rasionalitas religius. Integrasi fitur-fitur spiritual dalam BYOND seperti ZISWAF dan panduan ibadah memiliki relevansi erat dengan Maqāṣid Syariah, khususnya dalam aspek menjaga agama (ḥifẓ al-dīn) dan menjaga harta (ḥifẓ al-māl). Sebagaimana kaidah fikih yang menyebutkan bahwa "Hukum asal dalam muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang

mengharamkannya", inovasi digital BYOND dipandang sebagai ikhtiar untuk mempermudah urusan umat (taysir) yang sejalan dengan semangat syariah. Namun, apakah keberadaan fitur syariah ini benar-benar menjadi faktor pendorong minat nasabah, atautkah nasabah lebih memprioritaskan aspek fungsional dan keamanan, masih menjadi pertanyaan empiris yang perlu dijawab.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji minat penggunaan mobile banking, namun masih terdapat celah penelitian (research gap) yang signifikan. Penelitian oleh Rizky Wisnu Andhika (2022) dan Raffiful Hajj (2023) misalnya, berfokus pada aplikasi generasi lama (BSI Mobile) dan menggunakan variabel standar seperti kepercayaan dan risiko, tanpa menyentuh aspek promosi secara mendalam. Sementara penelitian Sofiana Zahara Lubis (2025) menggunakan pendekatan kualitatif yang hasilnya tidak dapat digeneralisasi secara statistik. Kebanyakan studi sebelumnya juga belum secara spesifik menguji pengaruh variabel "Nilai Syariah" dan relevansinya dengan Maqāṣid Syariah dalam model kuantitatif pada objek aplikasi SuperApp terbaru seperti BYOND. Ketiadaan studi empiris yang mengintegrasikan variabel teknis (kemudahan, manfaat, keamanan), variabel pemasaran (promosi), dan variabel religius (nilai syariah) pada konteks SuperApp perbankan syariah terbaru inilah yang menjadi urgensi penelitian ini.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah BSI KCP Cinunuk dalam menggunakan aplikasi BYOND. Penelitian ini menawarkan kebaruan (novelty) dengan menggabungkan konstruksi model TAM dengan variabel eksternal Promosi dan Nilai Syariah, serta memberikan perspektif analisis berdasarkan Maqāṣid Syariah. Pemahaman mendalam mengenai determinan minat ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi literatur pemasaran jasa keuangan syariah serta implikasi manajerial bagi perbankan dalam merumuskan strategi akselerasi adopsi digital yang tidak hanya canggih secara teknologi, tetapi juga lekat dengan nilai-nilai spiritual nasabah.



Gambar 1. Kerangka Pikir

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Cinunuk yang berlokasi di Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Pemilihan lokasi didasarkan pada fenomena kesenjangan adopsi teknologi di cabang tersebut dibandingkan data nasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal untuk mengukur hubungan pengaruh antar variabel. Populasi dalam penelitian adalah seluruh nasabah aktif BSI KCP Cinunuk yang telah menggunakan aplikasi BYOND by BSI dengan total populasi tercatat sebanyak 3.007 nasabah. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik probability sampling dengan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 97 responden.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner tertutup yang disebarikan secara langsung (offline) kepada responden terpilih. Instrumen ini mengukur lima variabel independen, yaitu Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Manfaat (X2), Keamanan (X3), Promosi (X4), dan Nilai-nilai Syariah (X5), serta satu variabel dependen yaitu Minat Menggunakan (Y). Pengukuran variabel menggunakan Skala Likert 5 poin, mulai dari Sangat Tidak Setuju (skor 1) hingga Sangat Setuju (skor 5).

Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, instrumen penelitian diuji kualitasnya untuk memastikan keakuratan data. Uji validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment. Menurut Ghoa (2009, dalam Sanaky, 2021), validitas mengukur ketepatan instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur, di mana butir pernyataan dinyatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5%. Selanjutnya, dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi jawaban responden. Mengacu pada Ghozali (2009, dalam Sanaky, 2021), suatu instrumen dikatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, yang menunjukkan kestabilan alat ukur dari waktu ke waktu.

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27 dengan teknik analisis regresi linier berganda. Sebelum uji regresi, data harus memenuhi persyaratan uji asumsi klasik. Pertama, uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dilakukan untuk memastikan residual berdistribusi normal sebagaimana disyaratkan Ghozali (2013). Kedua, uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) untuk memastikan tidak ada korelasi kuat antar variabel independen, merujuk pada pendapat Sunjoyo et al. (dalam Lewinsky & Krisnadi, 2020). Ketiga, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode Glejser untuk memastikan tidak ada ketidaksamaan varians residual, sesuai teori Ghozali (2013).

Untuk menguji hipotesis, penelitian ini menggunakan model persamaan regresi linier berganda sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2020) untuk memprediksi pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, keamanan promosi, dan nilai syariah terhadap minat menggunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 97 responden yang merupakan nasabah pengguna aplikasi BYOND di BSI KCP Cinunuk. Berdasarkan karakteristik demografis, responden didominasi oleh laki-laki (61%) dan berada pada kelompok usia produktif 26–35 tahun (35%). Mayoritas responden (86%) telah menggunakan aplikasi selama lebih dari 6 bulan, yang mengindikasikan bahwa data diperoleh

dari pengguna yang telah memiliki pengalaman cukup dalam berinteraksi dengan fitur-fitur aplikasi. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, data telah melalui uji kualitas instrumen dan uji asumsi klasik.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Kode Item	r-hitung	r-tabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	X1.1	0.737	0.197	0.772	Valid dan Reliabel
	X1.2	0.795	0.197		
	X1.3	0.742	0.197		
	X1.4	0.753	0.197		
	X1.5	0.582	0.197		
Persepsi Manfaat (X2)	X2.1	0.607	0.197	0.766	Valid dan Reliabel
	X2.2	0.759	0.197		
	X2.3	0.774	0.197		
	X2.4	0.702	0.197		
	X2.5	0.742	0.197		
Keamanan (X3)	X3.1	0.673	0.197	0.677	Valid dan Reliabel
	X3.2	0.683	0.197		
	X3.3	0.668	0.197		
	X3.4	0.609	0.197		
	X3.5	0.667	0.197		
Promosi (X4)	X4.1	0.712	0.197	0.747	Valid dan Reliabel
	X4.2	0.748	0.197		
	X4.3	0.686	0.197		
	X4.4	0.727	0.197		
	X4.5	0.661	0.197		
Nilai-nilai Syariah (X5)	X5.1	0.705	0.197	0.733	Valid dan Reliabel
	X5.2	0.713	0.197		
	X5.3	0.636	0.197		
	X5.4	0.682	0.197		
	X5.5	0.741	0.197		
Minat Menggunakan (Y)	Y1	0.729	0.197	0.790	Valid dan Reliabel
	Y2	0.783	0.197		
	Y3	0.787	0.197		
	Y4	0.701	0.197		
	Y5	0.681	0.197		

(Sumber: Data Primer Diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 1, Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item pernyataan valid $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ untuk seluruh variabel. Data juga terdistribusi normal, bebas dari multikolinieritas, dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan

perangkat lunak statistik SPSS versi 27.0. Hasil dari proses pengolahan data disajikan sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t-hitung	Sig.	Keterangan
(Constant)	-0.131	-0.105	0.917	-
Persepsi Kemudahan (X1)	0.122	1.240	0.218	Ditolak
Persepsi Manfaat (X2)	0.310	3.201	0.002	Diterima
Keamanan (X3)	0.301	2.739	0.007	Diterima
Promosi (X4)	0.123	1.140	0.257	Ditolak
Nilai-nilai Syariah (X5)	0.146	1.483	0.141	Ditolak
R Square (R²)	0.740			
F Hitung	51.684		0.000	Signifikan

Sumber: Data diolah SPSS v27, 2025

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 2, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,131 + 0,122(X_1) + 0,310(X_2) + 0,301(X_3) + 0,123(X_4) + 0,146(X_5).$$

Dari persamaan diatas dapat diketahui bahwa Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan pada setiap variabel akan meningkatkan minat pengguna dengan besaran kontribusi sebagai berikut: Persepsi Manfaat memberikan pengaruh terbesar yakni 31,0%, diikuti oleh Keamanan sebesar 30,1%, kemudian Nilai-nilai Syariah sebesar 14,6%, Promosi sebesar 12,3%, dan Persepsi Kemudahan sebesar 12,2%.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Tujuan dari uji ini adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas, yaitu persepsi kemudahan (X_1), persepsi manfaat (X_2), keamanan (X_3), promosi (X_4), dan nilai-nilai syariah (X_5), memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *BYOND* (Y) secara individu. Berdasarkan Tabel 2 di atas, Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa hanya variabel Persepsi Manfaat (X_2) dan Keamanan (X_3) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *BYOND*, dengan nilai signifikansi masing-masing 0,002 dan $0,007 < 0,05$. Sebaliknya, hipotesis untuk Persepsi Kemudahan (X_1), Promosi (X_4), dan Nilai-nilai Syariah (X_5) ditolak karena memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, yang mengindikasikan bahwa ketiga faktor tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel persepsi kemudahan (X_1), persepsi manfaat (X_2), keamanan (X_3), promosi (X_4), dan nilai-nilai syariah (X_5) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *BYOND* (Y). Berdasarkan Tabel 2, diperoleh nilai F hitung (51,684) > F tabel (2,31) dan nilai signifikansi (0,000) < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa kelima variabel independen, yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, keamanan, promosi, dan nilai-nilai syariah, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *BYOND*.

Analisis Koefisien Determinasi R^2

Bersarkan tabel 2, hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan angka 0,740, yang berarti 74% variasi minat nasabah dapat dijelaskan oleh kelima variabel tersebut secara simultan, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model.

Pembahasan

Hasil pengujian regresi linear berganda menunjukkan bahwa minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BYOND dipengaruhi secara berbeda oleh setiap variabel independen. Secara parsial, hanya persepsi manfaat dan keamanan yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi, sedangkan persepsi kemudahan, promosi, dan nilai-nilai syariah tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Namun demikian, secara simultan kelima variabel tersebut mampu menjelaskan variasi minat penggunaan aplikasi BYOND secara kuat, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 74 persen.

Tidak signifikannya pengaruh persepsi kemudahan mengindikasikan adanya pergeseran perilaku pengguna dalam konteks adopsi teknologi perbankan digital. Mayoritas responden yang didominasi oleh kelompok usia produktif dan telah terbiasa menggunakan aplikasi digital cenderung tidak lagi menjadikan kemudahan sebagai faktor penentu utama. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa *perceived ease of use* dalam Technology Acceptance Model (TAM) pada konteks pengguna berpengalaman berfungsi sebagai faktor dasar (baseline), bukan sebagai pendorong utama minat. Hasil ini konsisten dengan temuan Ade Irawan (2023), yang menunjukkan bahwa kemudahan tidak lagi menjadi variabel dominan dalam keputusan penggunaan mobile banking.

Sebaliknya, persepsi manfaat terbukti menjadi determinan utama minat penggunaan aplikasi BYOND. Temuan ini sejalan dengan kerangka TAM yang menempatkan *perceived usefulness* sebagai faktor paling berpengaruh dalam penerimaan teknologi. Nasabah lebih mempertimbangkan manfaat nyata yang dirasakan, seperti efisiensi waktu, fleksibilitas transaksi, dan kemudahan akses layanan keuangan, dibandingkan aspek teknis penggunaan. Hasil ini memperkuat temuan Duwi Purnomo (2021) yang menyatakan bahwa manfaat fungsional merupakan faktor kunci dalam mendorong minat penggunaan layanan mobile banking secara berkelanjutan.

Keamanan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BYOND. Temuan ini relevan dengan *Perceived Risk Theory* dan *Trust Theory*, yang menekankan bahwa persepsi risiko dan tingkat kepercayaan menjadi faktor fundamental dalam penggunaan layanan keuangan digital. Dalam konteks perbankan syariah, keamanan tidak hanya berkaitan dengan perlindungan data dan transaksi, tetapi juga mencerminkan kepatuhan terhadap prinsip kehati-hatian dan keadilan. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi keamanan yang dirasakan nasabah, semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan aplikasi BYOND.

Sementara itu, variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa aktivitas promosi belum mampu menciptakan dorongan psikologis yang kuat untuk membentuk minat, sebagaimana dijelaskan dalam model AIDA. Hal ini sejalan dengan penelitian Rizki Wahyuni (2023) yang menyatakan bahwa promosi tidak selalu efektif apabila pesan yang disampaikan kurang relevan atau tidak memberikan manfaat yang dirasakan secara langsung oleh nasabah.

Nilai-nilai syariah juga tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat penggunaan aplikasi BYOND. Temuan ini mengindikasikan bahwa prinsip-prinsip syariah telah dipersepsikan sebagai karakteristik yang melekat dan bersifat institusional pada bank syariah, sehingga tidak lagi menjadi faktor diferensiasi dalam membentuk minat. Dalam perspektif Theory of Planned Behavior (TPB), nilai dan norma subjektif hanya akan memengaruhi minat apabila dipersepsikan sebagai kebutuhan personal yang dominan. Oleh karena itu, nasabah cenderung lebih memprioritaskan aspek manfaat dan keamanan dibandingkan nilai normatif yang dianggap sudah menjadi standar layanan.

Meskipun nilai-nilai syariah tidak berpengaruh signifikan secara statistik, analisis lanjutan menunjukkan adanya kebaruan temuan pada dimensi konseptual. Melalui pendekatan *Maqāṣid Syariah Index* (MSI), fitur-fitur spiritual dalam aplikasi BYOND seperti pengingat salat, arah kiblat, kalkulator zakat, donasi digital, serta transparansi akad terbukti berkontribusi terhadap pencapaian tujuan Maqāṣid Syariah, khususnya dalam dimensi *tahdhīb al-fard*, *al-‘adl wa al-iḥsān*, dan *al-maṣlahah al-‘āmmah*. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah dalam aplikasi BYOND berperan sebagai penguat nilai (*value reinforcement*), bukan sebagai determinan langsung minat penggunaan.

Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi analisis adopsi teknologi digital dengan perspektif Maqāṣid Syariah. Temuan ini memperkaya literatur perbankan syariah dengan menunjukkan bahwa keberhasilan inovasi digital tidak hanya diukur dari tingkat adopsi pengguna, tetapi juga dari sejauh mana teknologi tersebut merealisasikan tujuan-tujuan syariah dalam praktik layanan keuangan modern.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan aplikasi mobile banking BYOND by Bank Syariah Indonesia serta relevansinya terhadap Maqāṣid Syariah. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial hanya persepsi manfaat dan keamanan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BYOND. Temuan ini mengindikasikan bahwa nasabah lebih terdorong menggunakan layanan perbankan digital ketika mereka merasakan manfaat nyata dan memiliki keyakinan terhadap keamanan transaksi. Sebaliknya, persepsi kemudahan, promosi, dan nilai-nilai syariah tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial, meskipun memiliki arah hubungan positif, yang menandakan bahwa faktor-faktor tersebut telah dipersepsikan sebagai atribut dasar atau melekat pada layanan perbankan syariah digital.

Secara simultan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan, promosi, dan nilai-nilai syariah terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BYOND, dengan kemampuan penjelasan model sebesar 74 persen. Hal ini menunjukkan bahwa minat nasabah terbentuk melalui kombinasi faktor fungsional, psikologis, dan nilai, bukan oleh satu determinan tunggal. Temuan ini memperkaya literatur adopsi teknologi dengan menegaskan pentingnya pendekatan holistik dalam memahami perilaku penggunaan layanan perbankan digital berbasis syariah.

Dari perspektif Maqāsid Syariah, fitur-fitur spiritual dalam aplikasi BYOND seperti pengingat salat, arah kiblat, kalkulator zakat, layanan donasi, serta transparansi akad memiliki relevansi yang kuat dengan tujuan perlindungan agama, akal, jiwa, dan harta. Meskipun nilai-nilai syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat secara statistik, temuan ini menunjukkan bahwa nilai tersebut berperan sebagai penguat nilai (value reinforcement) dalam ekosistem perbankan digital syariah. Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi analisis adopsi teknologi dengan pendekatan Maqāsid Syariah dalam mengevaluasi inovasi layanan perbankan digital.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, Bank Syariah Indonesia, khususnya BSI KCP Cinunuk, disarankan untuk memfokuskan strategi pengembangan aplikasi BYOND pada penguatan manfaat fungsional dan sistem keamanan, karena kedua faktor tersebut terbukti menjadi penentu utama minat penggunaan. Selain itu, komunikasi promosi sebaiknya diarahkan tidak hanya pada insentif, tetapi juga pada edukasi manfaat dan fitur Islami secara praktis agar lebih mudah dipahami dan dirasakan oleh nasabah. Pengembangan antarmuka aplikasi yang semakin ramah pengguna juga penting untuk memperkuat persepsi kemudahan, khususnya bagi nasabah yang belum sepenuhnya terbiasa dengan layanan digital.

Bagi nasabah, pemanfaatan aplikasi BYOND diharapkan tidak hanya terbatas pada transaksi finansial, tetapi juga pada penggunaan fitur-fitur spiritual yang tersedia, sehingga pengalaman perbankan yang diperoleh menjadi lebih menyeluruh dan selaras dengan nilai-nilai Islam.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan karakteristik responden, serta menambahkan variabel lain seperti kepercayaan, pengalaman digital, dan literasi teknologi. Penggunaan pendekatan kualitatif juga dapat dipertimbangkan untuk menggali lebih dalam alasan di balik tidak signifikannya beberapa variabel secara parsial, sehingga pemahaman terhadap perilaku nasabah perbankan syariah digital menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Asqalani, I. H. (1997). *Fathul Baari Syarah Shahih Al-Bukhari*. Jakarta Selatan: Pustaka Azzam.
- Al-Ashfahani, R. (2017). *Terjemah Al-Mufradat Fi Gharib al-Qur'an Jilid 2*. Pustaka Khazanah Fawa'id.
- Al-Hakim, S. (2013). Perkembangan regulasi perbankan syariah di Indonesia. *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan*.
- Albanjari, F. R., Syakarna, N. F., Sholiha, I., Mujiyono, A., Candrakusuma, M., Arifin, M., Fitriyani, Rahmawati, U., Is, M. S., Hilmawan, H. S., Arifiansyah, F., Sani, A. A., & Kasanah, R. (2023). Lembaga Keuangan Syariah. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). CV Media Sains Indonesia.
- Al-Syaitibi, A. I. (n.d.). *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Shari'ah*. Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Al-Syathibi, A. I. I. bin M. (2003). *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syariah* (Vol. 2). Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Andhika, R. W. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Perbankan Syariah Menggunakan Mobile Banking Dimasa Pandemi. In *Braz Dent J.* (Vol. 33, Issue 1).

- Andrianto, & Firmansyah, M. A. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*. CV. Penerbit Qiara Media, 536.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (p. 160). Gema Insani Press.
- Arifin, L. (2019). Arus Baru Perbankan Syariah Di Indonesia: Transformasi Fiqh Muamalah Dalam Peraturan Perundang-Undangan. *AKSY: Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*.
- Ascarya, & Yumanita, D. (2005). Bank syariah: Gambaran umum. In *Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) BI* (Issue 14). Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) BI.
- Azhari, F. (2015). *Qawaid Fiqhiyyah Muamalah*. Lembaga Pemberdayaan Kualitas Umat.
- BI. (2007). *Peraturan Bank Indonesia Nomor: 9/15/Pbi/2007 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum*. 1–32.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2000). *Fatwa DSN-MUI Nomor 3/DSN-MUI/IV/2000 tentang Deposito*.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2000). *Fatwa DSN-MUI Nomor 4/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah*.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2000). *Fatwa DSN-MUI Nomor 7/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Mudharabah*.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2006). *Fatwa DSN-MUI Nomor 42/DSN-MUI/V/2004 tentang Pembiayaan Multijasa*.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2006). *Fatwa DSN-MUI Nomor 52/DSN-MUI/III/2006 tentang Akad Wakalah bil Ujrah*.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2007). *Fatwa DSN-MUI Nomor 55/DSN-MUI/V/2007 tentang Pembiayaan Rekening Koran Syariah*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*.
- HAJJ, R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Bsi Mobile) Kc Diponegoro Banda Aceh. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- HS, Fachruddim. (1983). *Terjemah Shahih Muslim Jilid 2*. Jakarta Pusat: N.V Bulan Bintang.
- Huda, S. N., & Saripudin, U. (2022). Implementasi Teori Maqashid Syariah Dalam Fikih Muamalah Kontemporer. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*.
- Ilham, & Kara, M. H. (2021). *Hukum Perbankan Syariah (Dilengkapi Perlindungan Hukum Nasabah Perbankan Syariah dan Penyelesaian Sengketa di Pengadilan Secara Litigasi dan Non Litigasi)*. CV. Cahaya Bintang Cemerlang.

- Indonesia, A. P. J. I. (2024). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2024*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Indonesia, B. S. (2025). *Dua Bulan Diluncurkan, BYOND by BSI Sudah Capai 3 Juta User Aktif - Berita*. Bank Syariah Indonesia. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/dua-bulan-diluncurkan-BYOND-by-bsi-sudah-capai-3-juta-user-aktif>
- Kamil, L. I. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Untuk Menggunakan Gopay*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan terjemahnya (Edisi penyempurnaan)*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Khatir, I. I. (2004a). *Tafsir Ibnu Katsir Juz 1*. Pustaka Imam Asy-Syafi'i.
- Khatir, I. I. (2004b). *Tafsir Ibnu Katsir Juz 13*. Pustaka Imam Asy-Syafi'i.
- Khatir, I. I. (2004c). *Tafsir Ibnu Katsir Juz 15*. Pustaka Imam Asy-Syafi'i.
- Khatir, I. I. (2004d). *Tafsir Ibnu Katsir Juz 2*. Pustaka Imam Asy-Syafi'i.
- Khatir, I. I. (2004e). *Tafsir Ibnu Katsir Juz 7*. Pustaka Imam Asy-Syafi'i.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Edinburgh: Pearson.
- Lewinsky, J., & Krisnadi, R. A. (2020). Analisis Pengaruh Personal Branding Dan Restaurant Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di 88 Korean Kitchen Senopati, Jakarta Selatan. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 5(2), 18–24.
- Lubis, S. Z., & Hamdani, M. F. (2025). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Bsi Mobile Pada Bank Syariah Indonesia Kc Lubuk Pakam. 10(204), 149–157.
- Maimun dan Dara Tzahira. (2022). Prinsip Dasar Perbankan. *Sharia Economic Law*, 1(1), 125–142.
- Marwini. (2017). Kontroversi Riba Dalam Perbankan Konvensional Dan Dampaknya Terhadap Perekonomian. *Az Zarqa'*, 9(1), 1–18.
- Muhaimin, A. W. A. (2015). *Aktualisasi Syariah dan Fikih Dalam Menyelesaikan berbagai Persoalan Hukum*. 241–248.
- Mustika, M., S, A., & Malik, R. (2024). Analisis Konsep Keadilan Bagi Nasabah dalam Pelaksanaan Bagi Hasil pada Pembiayaan Akad Mudharabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*.
- Nurdiansyah, M. F. (2023). *Analisis Implementasi Maqoshid Syariah terhadap Keputusan Menggunakan Simpanan Bank Syariah (Studi pada Pondok Pesantren Bidayatul Hidayah Mojokerto)*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Nurhasanah, T. (2023). Mengenal Riba dalam Etika Ekonomi Islam. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*.

- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). *Bijak Ber-ebanking*. https://www.ojk.go.id/Files/box/buku_bijak_ber-ebanking.pdf.
- Payadnya, I. P. A. A., & Jayatnika, I. G. A. N. T. (2018). Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS. In *Proceedings of the National Academy of Sciences* (Vol. 3, Issue 1). CV Budi Utama.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 22/23/PBI/2020 tentang Sistem Pembayaran. (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 275).
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/15/PBI/2007 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/19/PBI/2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah. (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 162).
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2021 tentang Bank Umum. (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 189).
- Rahmania, Razak, A. D. R., & Jamal, A. F. (2025). Penerapan Prinsip Larangan Maysir, Gharar, dan Riba dalam Bank Syariah. *Jurnal Al-Muqaranah: Jurnal Hukum Dan Pemikiran Islam*.
- Rianita, G., & Fasa, M. I. (2024). Analisis Manfaat Penggunaan Mobile Banking Sebagai Alat Pembayaran Digital. *November*, 7647–7652.
- Riyadi, A. K., & Yunia Fauzia, I. (2018). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqhasid Al-Syariah* (p. 12). Kencana.
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Image: Jurnal Riset Manajemen*.
- Romdhoni, A. H., Tho'in, M., & Wahyudi, A. (2012). Sistem Ekonomi Perbankan Berlandaskan Bunga (Analisis Perdebatan Bunga Bank Termasuk Riba Atau Tidak). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*.
- Sayar, C., & Wolfe, S. (2007). *Internet banking market performance: Turkey versus the UK*.
- Sayyid, S. (2008). *Fikih Sunnah Jilid 5*. CV Cakrawala.
- Shidiq, G. (2009). Teori Maqashid Al-Syari'Ah Dalam Hukum Islam. *Majalah Ilmiah Sultan Agung*.
- Sihotang, L., & Hudi, I. (2023). Penerapan M-Banking Dalam Meningkatkan Jasa, Layanan Perbankan Di Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pekanbaru Sudirman. *Jurnal Akuntansi AKTIVA*.
- Simamora, N., & Nurdiana, A. (2025). Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah Sukses Dorong Transaksi. www.insight.kontan.co.id.

- Sobarna, N. (2021). Analisis Perbedaan Perbankan Syariah Dengan Perbankan Konvensional. *Eco-Iqtishodi: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sulaiman, S. (2019). Konsep Maqāṣid Asy-Syarī'Ah, Kritik Atas Nalar Liberalis. *Al-Fikra: Jurnal Ilmiah Keislaman*.
- Sumar'in. (2012). *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Graha Ilmu.
- Suri, M. M., Pakael, R. L., Keluanan, R. A., Im, E., Klau, M., Lian, Y. P., Komputer, I., Katolik, U., & Mandira, W. (2024). Peran Aplikasi Mobile Banking dalam Kemudahan Transaksi Harian. 8, 32127–32130.
- Toriquddin, M. (2014). Teori Maqāshid Syarī'Ah Perspektif Al-Syatibi. *De Jure: Jurnal Hukum Dan Syar'iah*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1998 Nomor 182, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3790).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 94, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4867).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1992 Nomor 31, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3472).
- Utami, S. S., & Kusumawat, B. (2017). Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance*, XIV(2), 29–41.
- Wafiq Fadillah, & Saida Zainurossalamia ZA. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Canva. *MAMEN: Jurnal Manajemen*.