

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Transformasi *digital* dalam sektor perbankan telah mengubah pola interaksi masyarakat dalam mengakses layanan keuangan. Kehadiran layanan perbankan *digital* memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi secara lebih praktis, cepat, dan efisien tanpa harus datang langsung ke kantor bank. Salah satu bentuk inovasi digital tersebut adalah aplikasi BYOND by BSI yang dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia sebagai layanan perbankan digital berbasis mobile banking.

Berdasarkan dari hasil observasi awal yang dilakukan di Bank Syariah Indonesia ditemukan bahwa pengalaman nasabah dalam menggunakan aplikasi BYOND by BSI menunjukkan persepsi yang beragam. di mana sebagian nasabah menyampaikan pengalaman berbeda terkait penggunaan aplikasi BYOND by BSI. Sebagian merasa terbantu karena fiturnya lengkap dan mudah dioperasikan, namun sebagian lainnya masih menghadapi kendala seperti proses login, error pada sistem. Perbedaan pengalaman ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan nasabah dan kualitas layanan yang dirasakan secara langsung.

Perbedaan pengalaman tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan digital yang diberikan belum tentu dipersepsikan sama oleh nasabah. Persepsi nasabah terhadap kualitas layanan digital aplikasi BYOND by BSI sangat dipengaruhi oleh kemudahan dalam penggunaannya, kecepatan

proses transaksi, keamanan data nasabah, serta responsifnya dukungan pelanggan. Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur lengkap seperti pengecekan saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian berbagai jenis transaksi, buka rekening dan *deposito, top up, qris*, penarikan tanpa kartu serta layanan islami seperti pembayaran zakat dan informasi jadwal shalat, sehingga dapat memenuhi berbagai kebutuhan nasabah secara komprehensif. Meskipun layanan ini memiliki kualitas yang baik, kestabilan jaringan internet juga menjadi faktor penting yang menentukan kelancaran pengalaman pengguna.²

Kualitas layanan berhubungan langsung dengan bagaimana bank memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah, termasuk ketepatan dalam memberikan setiap layanan. Secara sederhana kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai perbandingan antara apa yang diharapkan nasabah dan apa yang benar-benar mereka terima. Karena itu, aspek ini menjadi faktor yang sangat penting bagi industri perbankan. Walaupun kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan nasabah sifatnya tidak terlihat secara fisik, keduanya tetap bisa diukur dan dijadikan dasar untuk melakukan evaluasi serta menyusun langkah strategis yang lebih tepat.

Tinggi rendahnya penilaian terhadap kualitas layanan suatu badan usaha sangat dipengaruhi oleh persepsi pelanggan atas layanan tersebut. Jika pelanggan menilai kualitas layanan baik, maka mereka cenderung

² Siti Masrohatin et al., "Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah Melalui Mobile Banking BYOND BY BSI," *Jurnal Penelitian Nusantara* 1, no. 2 (2025): 465–72.

merasa puas, dan sebaliknya, mereka akan merasa tidak puas ketika persepsinya terhadap layanan itu buruk. Persepsi pelanggan muncul dari pengalaman yang mereka rasakan setelah menggunakan layanan, kemudian membandingkannya dengan harapan mereka sebelumnya. Semakin baik layanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, bahkan dapat membuat mereka lebih loyal dan terus menggunakan layanan yang disediakan.³

Akan tetapi kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua nasabah memiliki persepsi yang sama terhadap kualitas layanan digital yang diberikan. Menurut berita dari Media Tempo pada tanggal 11 mei 2023 memberitakan bahwa menurunnya kepercayaan penggunaan BSI MOBILE akibat layanan digital yang tidak bisa digunakan sejak beberapa hari sebelumnya.

Fenomena ini memperlihatkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara harapan nasabah dan kualitas layanan digital yang mereka rasakan secara nyata. Persepsi yang terbentuk dari pengalaman tersebut dapat memengaruhi tingkat kepercayaan nasabah terhadap aplikasi BYOND. Dalam konteks persaingan layanan digital perbankan yang semakin ketat, persepsi nasabah menjadi hal yang sangat penting karena akan menentukan loyalitas serta keputusan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut.

³ Ikfi Akmalia, "Analisis kepuasan nasabah atas dimensi kualitas pelayanan bank syariah mandiri malang," n.d., 69–80.

Berbagai penelitian terdahulu telah menelaah hubungan antara kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah, sebagian besar masih menggunakan pendekatan kuantitatif dengan fokus pada pengukuran tingkat kepuasan secara umum tanpa menggali pengalaman nyata pengguna. Padahal, dalam konteks digital banking, persepsi nasabah terbentuk dari pengalaman langsung, faktor emosional, serta situasi sosial dan budaya tempat mereka berinteraksi dengan layanan tersebut. Beberapa penelitian terbaru menunjukkan bahwa nasabah Gen Z merasakan tingkat kepuasan dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*. Hasil penelitian ini memberikan gambaran bagi Bank Syariah Indonesia untuk lebih memahami kualitas layanan yang telah diberikan, sekaligus menjadi bahan evaluasi dalam melakukan perbaikan. Dengan peningkatan kualitas tersebut, diharapkan kepuasan pengguna BSI *Mobile* dapat terus meningkat.⁴ Namun penelitian dengan pendekatan kualitatif yang secara mendalam menggali bagaimana persepsi itu terbentuk masih sangat terbatas. Kesenjangan inilah yang menjadi dasar penting dilakukannya penelitian ini, agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang persepsi nasabah terhadap kualitas layanan digital aplikasi BYOND ini.

Kualitas layanan digital yang baik tidak hanya diukur dari kecanggihan fitur dan kemudahan akses aplikasi, tetapi juga dari tingkat kepuasan nasabah yang menjadi indikator utama keberhasilan penerapan

⁴ Syifa Fadhliah dan Purnama Putra, “Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan Aplikasi BSI *Mobile*,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 03 (2024): 2532–42, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>.

digitalisasi perbankan. Dalam penelitian Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking: Studi Kasus BSI Kota Bandar Lampung, didapati bahwa korelasi antara layanan mobile banking dan kepuasan nasabah mencapai 72,8 %, yang menunjukkan bahwa layanan mobile banking memegang peranan signifikan dalam membentuk kepuasan nasabah BSI.⁵ Meskipun penelitian ini tidak menyebutkan secara langsung persentase “sangat puas”, hasil tersebut memberikan bukti empiris bahwa layanan digital memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan. Di sisi lain, data industri menunjukkan bahwa hingga akhir Oktober 2024, jumlah nasabah BSI mencapai sekitar 21 juta nasabah aktif.⁶ Fakta-fakta ini mendukung argumen bahwa digitalisasi layanan BSI telah menjangkau skala besar, namun tetap perlu diteliti lebih mendalam bagaimana persepsi nasabah terbentuk.

Saat ini kemajuan teknologi berkembang sangat pesat dan telah dirasakan oleh hampir seluruh lapisan masyarakat di dunia dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Perkembangan ini akan terus berlanjut seiring dengan meningkatnya ilmu pengetahuan manusia. Di era globalisasi, hampir setiap kegiatan manusia bergantung pada teknologi, karena teknologi memiliki peran besar dalam memperkuat interaksi antarmanusia, baik dalam hal

⁵ Ulfa Lutfiani et al., “Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking: Studi Kasus BSI Kota Bandar Lampung,” *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 9, no. 02 (2024): 461–69, <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1923>.

⁶ PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (2024). Kontribusi Ekonomi Negeri, Pembiayaan BSI Tumbuh 15,46% Sejak Merger. Berita resmi, diterbitkan 25 Oktober 2024. Diakses dari: <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/kontribusi-ekonomi-negeri-pembiayaan-bsi-tumbuh-1546-sejak-merger>

komunikasi, penyebaran informasi, kegiatan ekonomi, maupun hubungan sosial di masyarakat. Pesatnya perkembangan teknologi juga menjadi faktor penting yang dapat menunjang keberhasilan suatu organisasi atau bisnis dalam menghadapi persaingan modern.

Perkembangan internet kini menjadi salah satu faktor kunci dalam pemanfaatan teknologi modern. Internet telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, digunakan untuk berkomunikasi, mencari informasi, hingga melakukan berbagai transaksi ekonomi yang hampir semuanya memerlukan koneksi internet. Saat ini, ponsel juga memegang peranan penting di kalangan masyarakat, baik di tingkat global maupun di Indonesia, karena kemampuannya untuk mengakses internet dengan mudah. Hampir setiap aktivitas masyarakat kini tidak lepas dari penggunaan ponsel sebagai sarana utama dalam menjalankan berbagai kebutuhan sehari-hari.

Berikut Adalah Tabel Mengenai Akses Internet di Indonesia dari tahun 2018-2024.

Tabel 1.1 data penggunaan internet diindonesia

TAHUN	JUMLAH PENGGUNA (%)
2018	64,8 %
2020	73,7 %
2022	77,1 %
2023	78,19 %
2024	79,5 %

Sumber: APJII, 07 FEBRUARY 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 Menunjukkan Bahwa penggunaan internet antara tahun 2018 hingga 2024, tampak adanya pertumbuhan yang terus

meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2018, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 64,8%, kemudian naik menjadi 73,7% pada tahun 2020. Peningkatan ini berlanjut dengan 77,01% pada 2022, 78,19% pada 2023, dan mencapai 79,5% pada tahun 2024.⁷ Dari perkembangan tersebut dapat disimpulkan bahwa akses internet di Indonesia semakin meluas dan menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern. Kenaikan yang stabil ini menunjukkan bahwa pembangunan infrastruktur digital semakin baik, tingkat literasi teknologi masyarakat meningkat, serta penggunaan internet kini telah menjadi kebutuhan.

Dalam konteks ekonomi globalisasi mendorong setiap sektor termasuk perbankan untuk mampu bersaing secara lebih terbuka. Persaingan yang ketat tidak hanya terjadi di tingkat nasional, tetapi juga di tingkat internasional, sehingga setiap lembaga keuangan dituntut untuk selalu inovatif dan adaptif terhadap perubahan. Globalisasi juga telah melahirkan masyarakat yang semakin dinamis, kritis, dan menuntut layanan yang serba cepat, efisien, serta mudah diakses. karena itu, transformasi layanan menjadi suatu keharusan agar bank dapat tetap bertahan dan relevan di tengah perubahan yang cepat.

BSI hadir sebagai bank syariah terbesar di Indonesia dan menempati posisi strategis dalam mendukung perkembangan ekonomi syariah nasional. Sebagai bank syariah terbesar, BSI memiliki tanggung jawab untuk

⁷ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). Laporan Survei Penetrasi & Perilaku Internet Pengguna Indonesia Tahun 2024

memberikan layanan yang tidak hanya sesuai dengan prinsip syariah, tetapi juga sejalan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat modern. Oleh karena itu, BSI terus melakukan inovasi untuk menghadirkan produk dan layanan berbasis digital.

Dalam konteks perbankan syariah Indonesia memiliki potensi besar mengingat mayoritas penduduknya beragama Islam. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah penduduk muslim di Indonesia pada tahun 2024 menyentuh angka 87.08% dari total jumlah penduduk di Indonesia.

Berikut adalah tabel ringkasan tentang data persentase jumlah umat beragama yang diakui di Indonesia Pada tahun 2024.

Tabel 1.2 data agama di indonesia

AGAMA	PERSENTASE
ISLAM	87,8 %
KRISTEN	7,40 %
KATOLIK	3,07 %
HINDU	1,68 %
BUDDHA	0,71 %
KONGHUCU	0,03 %

Sumber: Direktorat Jendral Kependudukan dan Pencatatan Sipil 2024

Bank Syariah Indonesia (BSI) dibentuk melalui penggabungan tiga bank syariah milik pemerintah yaitu Bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank BNI Syariah, yang resmi beroperasi mulai 1 Februari 2021. Merger ini merupakan langkah strategis nasional untuk menguatkan

sektor perbankan syariah agar dapat tumbuh lebih besar dan bersaing di kancah internasional, terutama di tengah tantangan ekonomi yang muncul akibat pandemi Covid-19. Dengan penggabungan ini, tercipta sistem perbankan syariah yang lebih sehat, efisien, dan kompetitif, yang ditandai dengan kenaikan aset signifikan sehingga BSI berhasil masuk ke dalam daftar tujuh besar bank dengan aset terbesar di Indonesia.⁸

Dalam skala nasional Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank syariah terbesar menjadi salah satu pionir transformasi digital. Melalui aplikasi BYOND, BSI menghadirkan sebuah super-app yang menggabungkan fungsi finansial, sosial, sekaligus spiritual.⁹ Aplikasi ini tidak hanya menyediakan layanan transaksi perbankan seperti transfer, pembayaran, dan investasi, tetapi juga fitur ibadah sosial seperti zakat, infak, dan sedekah. Dengan positioning tersebut, BYOND diharapkan mampu bersaing dalam memberikan kualitas layanan *digital* dengan aplikasi bank konvensional, sekaligus merepresentasikan digitalisasi syariah yang holistik.

Merujuk pada pemaparan sebelumnya, penelitian berjudul **“Persepsi Nasabah tentang Kualitas Layanan Digital Aplikasi BYOND by Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Bank Syariah Indonesia**

⁸ Kuta Karmila Utari et al., “Efisiensi Keputusan Merger Tiga Bank Syariah di Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi di BSI Kc Bengkulu Panorama),” *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 10, no. S1 (2022): 311–24, <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.1922>.

⁹ Bank Syariah Indonesia, “SuperApp BYOND by BSI Resmi Diluncurkan! Hadirkan Layanan Komprehensif yang Semakin Nyaman & Aman Diakses - Berita | Bank Syariah Indonesia,” Bank Syariah Indonesia, 2024, <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/superapp-byond-by-bsi-resmi-diluncurkan-hadirkan-layanan-komprehensif-yang-semakin-nyaman-aman-diakses>.

Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman)” penting dilakukan karena masih terdapat kesenjangan antara tingkat kepuasan nasabah yang tinggi secara kuantitatif dengan pengalaman nyata pengguna yang beragam di lapangan. Meskipun laporan resmi menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah merasa puas terhadap layanan digital aplikasi BYOND, masih ditemukan sejumlah kendala teknis dan faktor non-teknis yang memengaruhi persepsi pengguna, seperti stabilitas jaringan, kecepatan layanan pelanggan, serta pemahaman terhadap fitur-fitur aplikasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa angka kepuasan yang tinggi belum tentu sepenuhnya merepresentasikan pengalaman subjektif nasabah dalam menggunakan layanan digital tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk menggali lebih dalam bagaimana persepsi nasabah terbentuk, faktor apa saja yang memengaruhi kepuasan dan ketidakpuasan mereka, serta bagaimana hasil temuan ini dapat menjadi dasar evaluasi dan pengembangan strategi peningkatan kualitas layanan digital aplikasi BYOND di masa mendatang.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi nasabah tentang kualitas layanan digital aplikasi BYOND pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman?
2. Apa saja faktor faktor utama yang membentuk persepsi nasabah tentang kualitas layanan digital aplikasi BYOND?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan uraian dari permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui persepsi nasabah tentang kualitas layanan digital aplikasi BYOND pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.
2. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang membentuk persepsi nasabah tentang kualitas layanan digital aplikasi BYOND.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari sisi teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan literatur terkait persepsi nasabah tentang kualitas layanan digital perbankan syariah, terutama pada penggunaan aplikasi BYOND kepemilikan dari Bank Syariah Indonesia. Hasil dari penelitian ini juga berpotensi memperkuat landasan teoritis mengenai kualitas layanan digital dengan menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik serupa. Dengan demikian, penelitian ini dapat memperluas wawasan akademis mengenai bagaimana kualitas layanan digital dipersepsikan oleh nasabah dalam konteks perbankan syariah di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pihak Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman

Memberikan gambaran nyata tentang bagaimana persepsi nasabah tentang kualitas layanan Byond BSI, Sehingga penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan untuk meningkatkan kualitas layanan digital aplikasi BYON agar lebih sesuai dengan kebutuhan.

b. Bagi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Penelitian ini memberikan ruang untuk menyampaikan pengalaman, kendala, dan harapan mereka tentang layanan digital, sehingga dapat turut berkontribusi pada pengembangan layanan perbankan syariah yang lebih baik.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau pijakan dalam mengkaji topik yang serupa dengan pendekatan atau konteks yang berbeda.

E. Penegasan Istilah

Dalam karya ilmiah ini, peneliti perlu memberikan penegasan terhadap istilah yang terdapat dalam judul penelitian dengan tujuan agar tidak menimbulkan kerancuan makna atau perbedaan persepsi dalam memahami isi dari penelitian ini. Adapun penegasan istilah yang dimaksud dari peneliti:

1. Persepsi nasabah

Persepsi nasabah adalah kondisi di mana nasabah menafsirkan, mengevaluasi, dan memilih informasi yang dianggap penting untuk

dijadikan dasar dalam mengambil keputusan atau tindakan selanjutnya.¹⁰

2. Kualitas layanan digital

Kualitas layanan (KL) merupakan suatu layanan yang mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan, sehingga menjadi elemen penting dalam membangun kepuasan dan kepercayaan pelanggan, termasuk di sektor perbankan digital.¹¹ Jadi, kualitas layanan digital merupakan tingkat dari kemampuan sistem digital dalam memberikan pengalaman layanan yang mudah, cepat, aman, dan andal, sehingga dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan pengguna.

3. Bank syariah

Bank syariah dapat diartikan sebagai sebuah lembaga keuangan yang menjalankan seluruh aktivitasnya tanpa menggunakan sistem bunga, sebab praktik bunga dianggap mengandung unsur riba yang dilarang dalam Islam. Semua kegiatan dan produknya dikembangkan berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis Nabi SAW.¹²

¹⁰ Cleanita Khasanah, "Analisis persepsi nasabah, kepercayaan dan brand image terhadap minat dan keputusan nasabah menabung" 4, no. 2 (2022).

¹¹ Vera Intanie Dewi Rita Suminar, Maria Widyarini, "pengaruh kualitas layanan digital banking terhadap kepuasan pelanggan dengan moderasi kepercayaan merek : pada generasi mz" 9, no. 1 (2025): 2380–2405.

¹² Setia Budhi Wilarjo, "Pengertian, Peranan, dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia," *Igarss 2014* 2, no. 1 (2014): 1–5.