

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah mendorong inovasi di berbagai sektor, termasuk perbankan, melalui hadirnya layanan *financial technology* (*fintech*). Bank Indonesia mencatat bahwa volume transaksi digital perbankan atau penggunaan *fintech* mencapai 4,43 miliar transaksi, tumbuh 39,79% (year on year) pada Agustus 2025 (Khaerunnisa, 2025). Perkembangan pesat tersebut turut mendorong perbankan untuk mengadopsi layanan *financial technology* (*fintech*) guna memperluas akses keuangan masyarakat. Layanan seperti *internet banking*, *mobile banking*, maupun *short messaging service banking* telah banyak dimanfaatkan untuk memudahkan transaksi nasabah (Aminarti & Putri, 2025).

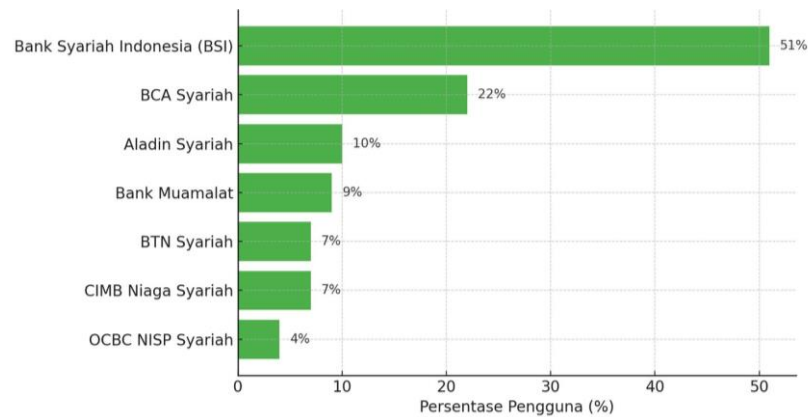
Mobile banking menjadi yang paling populer di antara berbagai bentuk layanan *fintech* karena mampu memudahkan transaksi, meningkatkan efisiensi, serta memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan. Hal tersebut diperkuat dengan hasil survey *sharing vision* pada tahun 2022 yang menunjukkan bahwa sekitar 80% responden lebih menggunakan *mobile banking* untuk berbagai layanan keuangan (Khasbullah, 2022).

Pemanfaatan digitalisasi melalui *mobile banking* menjadi solusi nyata bagi perbankan dalam meningkatkan kualitas layanan dan kenyamanan nasabah. *Mobile banking* dapat meningkatkan kepuasan nasabah melalui aspek kenyamanan, keamanan dan kemudahan (Paniroi et al., 2024). Lebih lanjut, Pratiwi & Ellyawati (2023) menegaskan bahwa layanan *mobile banking* juga

meningkatkan kenyamanan nasabah dalam aspek kualitas layanan. Dengan memanfaatkan *mobile banking*, bank dapat memberikan layanan yang lebih optimal, meningkatkan kepuasan serta mendorong penggunaan berkelanjutan (Nurhayati, 2020).

Mobile banking sebagai salah satu inovasi digital perbankan memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi tanpa harus datang ke kantor cabang. Melalui aplikasi di *smartphone*, nasabah dapat melakukan transfer, cek saldo, dan pembayaran tagihan secara cepat, praktis, dan fleksibel kapan pun serta di mana pun (Ananda & Fasa, 2024). Layanan ini tidak hanya mempermudah transaksi keuangan dan meningkatkan kenyamanan melalui fleksibilitas waktu dan tempat, tetapi juga memperkuat peran perbankan digital di era transformasi teknologi (Makmuriyah & Vanni, 2020).

Berdasarkan hasil survei jejak pendapat tentang Tren Fintech Indonesia Semester I tahun 2023, sebanyak 83% responden telah memanfaatkan metode pembayaran digital, baik untuk kebutuhan transaksi *online* maupun *offline* (Nisaputra, 2023). Kecenderungan penggunaan layanan digital ini juga terlihat pada sektor perbankan syariah. Pada gambar 1.1, menunjukkan bahwa 51% di antaranya memilih menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI).



Gambar 1.1

Jajaran Bank Syariah yang paling banyak digunakan di Indonesia 2023

Sumber: Populix

Data tersebut mengindikasikan bahwa BSI menempati posisi sebagai bank syariah dengan jumlah pengguna terbanyak (Naurah, 2023). Capaian tersebut juga tidak terlepas dari upaya BSI yang telah mengadopsi inovasi layanan *fintech* melalui pengembangan *mobile banking* sebagai sarana untuk menjawab kebutuhan nasabah yang semakin terbiasa dengan layanan berbasis digital.

Sebagai inovasi digital terbaru, PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) resmi meluncurkan Superapp BYOND by BSI pada 9 November 2024. Aplikasi ini hadir sebagai penyempurnaan BSI *Mobile* yang telah lebih dulu dikenal luas, dengan klaim menghadirkan layanan yang lebih modern, lengkap, dan ramah pengguna. Kehadiran BYOND by BSI menjadi langkah strategis BSI dalam merespons tren digitalisasi perbankan syariah yang semakin pesat dan kebutuhan masyarakat muslim terhadap layanan keuangan yang terintegrasi dengan aktivitas religius. Tidak hanya berfungsi sebagai aplikasi perbankan

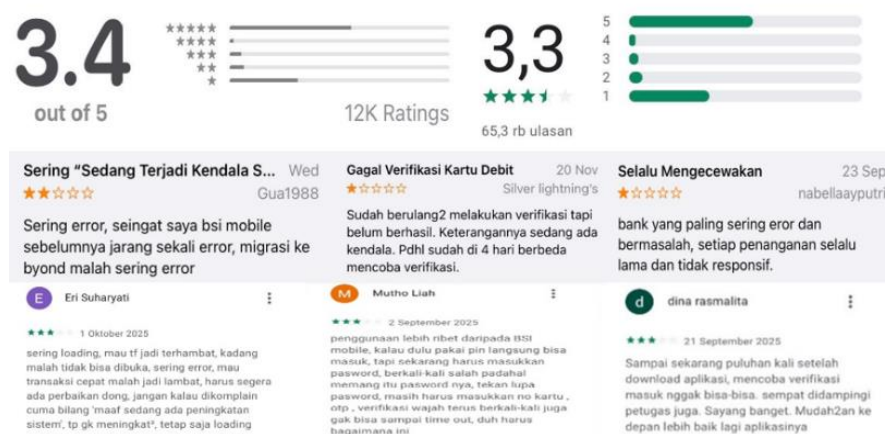
untuk transaksi keuangan, BYOND by BSI juga menggabungkan fitur sosial dan keagamaan, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih holistik bagi para penggunanya (BSI, 2025b).

Secara khusus, BYOND by BSI memberikan fitur ZISWAF yang mencakup layanan zakat, infak, sedekah, dan wakaf, sehingga nasabah dapat menunaikan ibadah sosial secara praktis melalui satu platform. Selain itu, aplikasi ini dilengkapi dengan penunjuk waktu salat, arah kiblat, dan informasi masjid terdekat, yang semakin memperkuat citra BSI sebagai bank syariah yang tidak hanya fokus pada transaksi keuangan, tetapi juga pada pemenuhan kebutuhan spiritual dan sosial nasabah (BSI, 2025b). Fitur-fitur tersebut dirancang untuk memperkuat antara BSI dan nasabahnya, sekaligus menegaskan peran bank syariah dalam ekosistem keuangan digital yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam.

BYOND by BSI menunjukkan pertumbuhan pengguna yang cukup cepat. Dalam waktu sekitar dua bulan sejak peluncurannya, jumlah pengguna aktif mencapai 3 juta dan meningkat menjadi 3,5 juta pada Maret 2025 dengan total transaksi sekitar 15 juta kali (Mayasari, 2025). Capaian ini mencerminkan antusiasme awal masyarakat terhadap inovasi digital yang dihadirkan Bank Syariah Indonesia. Namun, proses migrasi dari BSI *Mobile* ke BYOND by BSI yang dilakukan secara bertahap masih menghadirkan tantangan. Masih terdapat 6 juta user BSI *mobile* yang belum di konversi ke BYOND by BSI dan 13 Juta lagi customer yang belum menjadi user BYOND by BSI (Hartanto, 2025). Fenomena tersebut menandakan bahwa tingkat adopsi BYOND by BSI belum

optimal, sehingga diperlukan strategi yang dapat mendorong nasabah untuk tidak hanya mencoba, tetapi juga memiliki niat untuk terus menggunakan aplikasi BYOND by BSI pasca migrasi.

Sejumlah permasalahan teridentifikasi di balik berbagai keunggulan dan fitur menarik tersebut, terutama berkaitan dengan kemudahan penggunaan. Berdasarkan keluhan yang disampaikan nasabah, ditemukan berbagai kendala teknis seperti kesulitan dalam proses aktivasi akun, gangguan saat *login*, serta keterlambatan proses transaksi. Indikasi adanya kendala tersebut dapat diamati melalui ulasan dan rating pengguna yang tercantum pada Gambar 1.2, di mana terlihat jelas adanya sejumlah komentar kritis mengenai kualitas pengalaman pengguna. Temuan ini menguatkan bahwa keberhasilan peluncuran BYOND by BSI tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan fitur, tetapi juga oleh kualitas pengalaman layanan digital yang andal dan bebas gangguan.



Gambar 1.2

Penilaian dan Ulasan Pengguna Aplikasi BYOND by BSI 2025

Sumber: App Store dan Play Store

Gambar 1.2 menampilkan penilaian dan ulasan aplikasi BYOND by BSI tahun 2025. Berdasarkan ulasan di App Store dan Play Store, banyak pengguna menyatakan ketidakpuasan terhadap kualitas layanan elektronik BYOND by BSI, sehingga rating aplikasi hanya 3,4/5. Selain itu, pada penelitian Dwisetyawati et al. (2025) juga menunjukkan sekitar 66,7% responden pernah mengalami kesulitan saat login maupun melakukan transaksi, yang menandakan adanya hambatan pada aspek kemudahan penggunaan layanan tersebut. Kondisi ini menunjukkan adanya hambatan nyata dalam aspek kemudahan penggunaan dan keandalan sistem, yang menjadi bagian dari kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) (Nurhadi et al., 2022).

Permasalahan yang terjadi pada layanan BYOND by BSI mengindikasikan pentingnya penerapan kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) dalam perbankan digital. Menurut Haria et al. (2019), *e-service quality* didefinisikan sebagai kualitas interaksi pengguna dengan layanan berbasis teknologi digital yang menekankan pada dimensi kemudahan akses, keandalan sistem, responsivitas, ketersediaan informasi, dan keamanan data. Konsep ini merupakan pengembangan dari kualitas layanan tradisional (Parasuraman et al., 2005).

Pada kasus BYOND by BSI, penerapan *e-service quality* yang belum optimal tecermin dari berbagai keluhan nasabah, mulai dari lambatnya respons aplikasi, kegagalan transaksi, hingga rendahnya reliabilitas sistem. Berbagai kendala tersebut tidak hanya menurunkan tingkat kepuasan pengguna, tetapi juga berpotensi menggerus kepercayaan terhadap keamanan dan kenyamanan

layanan digital. Hal ini sejalan dengan penelitian Mubarak & Kurriwati (2021) yang menegaskan bahwa dimensi *e-service quality* secara langsung memengaruhi kepuasan serta kepercayaan nasabah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan elektronik menjadi faktor krusial dalam membangun dan menjaga kepercayaan (*trust*) nasabah terhadap sistem perbankan digital (Mariana & Fadli, 2022).

Selanjutnya, kepercayaan nasabah berperan penting dalam menentukan keberlanjutan penggunaan layanan digital perbankan. Kepercayaan yang terbentuk dari pengalaman positif kualitas layanan elektronik akan menciptakan keyakinan bahwa sistem yang digunakan aman, reliabel, dan mampu melindungi data finansial pengguna. Hal ini sejalan dengan Sitanggang et al. nasabah untuk terus menggunakan layanan secara berkelanjutan (*continuance intention*) di era digital ini.

Continuance intention merupakan niat perilaku pengguna untuk terus melanjutkan penggunaan suatu sistem informasi setelah tahap adopsi awal (Bhattacharjee, 2001a). Dalam konteks aplikasi BYOND by BSI, pengalaman buruk yang mencerminkan rendahnya kualitas layanan seperti gangguan sistem atau kegagalan transaksi dapat menggerus kepercayaan nasabah. Pada akhirnya, kondisi ini berpotensi kuat meurunkan niat mereka untuk melanjutkan penggunaan aplikasi tersebut. Sebaliknya, ketika *e-service quality* dikelola dengan baik melalui sistem yang andal, cepat, dan responsif, nasabah akan merasa puas dan percaya, sehingga terdorong untuk tetap menggunakan aplikasi BYOND by BSI. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah

memiliki pengaruh dalam membangun *continuance intention* dalam system layanan (Purba et al., 2020). Beberapa penelitian juga menegaskan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor dalam menjembatani hubungan antara *e-service quality* dan niat berkelanjutan (*continuance intention*) penggunaan layanan (Kim & Yum, 2024; Rahman et al., 2020).

Salah satu kelompok yang saat ini paling menonjol sebagai pengguna layanan *mobile banking* adalah generasi Z. Generasi Z lahir antara tahun 1997 dan 2012 (Sari & Faidhoh, 2024). Kelompok ini dikenal sebagai digital native yang tumbuh bersama perkembangan teknologi informasi dan internet, sehingga memiliki kecenderungan tinggi dalam memanfaatkan layanan keuangan digital. Laporan berdasarkan survey Populix tahun 2023 menunjukkan bahwa Gen Z tercatat sebagai kelompok dengan jumlah pengguna *mobile banking* terbanyak. Temuan ini diperkuat oleh riset IDN Research Institute yang mengungkapkan bahwa sekitar 60% Gen Z telah beralih menggunakan layanan digital tersebut (Scuderia, 2024). Fenomena ini menunjukkan bahwa Gen Z menjadi kelompok pengguna terbanyak, sekaligus segmen yang menentukan keberhasilan adopsi *mobile banking* di masa yang akan datang.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, terlihat bahwa faktor yang memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan (*continuance intention*) pada layanan digital menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian Jayaputra & Kempa (2022) dan Anggraini et al. (2024) menemukan bahwa *e-service quality* dan *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan

repurchase intention pada *e-commerce*. Temuan ini menegaskan pentingnya kualitas layanan dan kepercayaan dalam membangun loyalitas pengguna digital. Namun, konteks belanja daring tentu berbeda dengan *mobile banking* yang menghadapi risiko, regulasi, dan kebutuhan keamanan data yang lebih ketat, sehingga perlu dikaji apakah temuan serupa berlaku di sektor perbankan syariah.

Toli & Bharata (2024) membuktikan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif terhadap *e-trust*, *e-satisfaction*, dan *continuance intention* pada pengguna MyBCA. Sejalan dengan itu, Nawangasari & Putri (2020) menemukan bahwa *e-service quality* dan *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan citra bank sebagai variabel intervening, namun belum mengkaji secara khusus niat penggunaan berkelanjutan. Akan tetapi, hasil berbeda ditunjukkan oleh Susilowati & Solehatun (2023) yang menjelaskan bahwa meskipun *e-service quality* dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan, variabel kepercayaan justru tidak berpengaruh signifikan.

Sementara itu, Said et al. (2022) meneliti pengaruh *e-service quality* terhadap *positive word of mouth* di perbankan, sedangkan Ayuni et al. (2021) berfokus pada *continuance usage intention* dompet digital dengan variabel brand image. Keduanya tidak meneliti peran kepercayaan sebagai variabel mediasi maupun *continuance intention* secara mendalam di sektor perbankan.

E-service quality, kepercayaan, serta niat berkelanjutan (*continuance intention*) tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Baik atau buruknya kualitas

layanan digital akan memengaruhi sejauh mana nasabah mempercayai dan terus menggunakan layanan BYOND by BSI. Kepercayaan menjadi faktor penting yang membentuk hubungan antara *e-service quality* dan niat berkelanjutan penggunaan layanan.

Berdasarkan celah penelitian yang telah diidentifikasi, terlihat adanya perbedaan hasil antara satu penelitian dengan penelitian lainnya pada setiap variabel. Penelitian ini penting untuk menguji kembali temuan-temuan tersebut guna memberikan kepastian dan jawaban yang jelas terhadap permasalahan yang diangkat. Penelitian ini bertujuan memberikan gambaran mengenai faktor yang memengaruhi *continuance intention* atau niat berkelanjutan dalam penggunaan layanan *mobile banking*. Peneliti menggunakan variabel independen *e-service quality*, variabel dependen *continuance intention* pengguna *mobile banking*, dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh *E-service quality* terhadap *Continuance intention* Penggunaan *Mobile banking* melalui Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Nasabah BSI Wilayah Kota Cirebon).”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Proses migrasi yang belum optimal menghambat adopsi dan penggunaan BYOND by BSI. Secara ideal, proses migrasi seharusnya berjalan lancar dan mudah diakses oleh seluruh nasabah tanpa kendala teknis. Namun,

kenyataannya masih terdapat gangguan sistem dan kesulitan login yang membuat sebagian pengguna enggan beralih ke BYOND by BSI.

2. Kualitas layanan elektronik dan system Aplikasi BYOND by BSI yang belum maksimal. Dalam kondisi ideal, aplikasi BYOND by BSI seharusnya memiliki performa yang stabil, cepat, dan responsif untuk memberikan pengalaman digital yang memuaskan. Akan tetapi, kondisi riil menunjukkan masih adanya keluhan seperti error sistem dan lambatnya proses transaksi yang menurunkan tingkat kepuasan pengguna.
3. Rendahnya tingkat kepercayaan pengguna BYOND by BSI. Idealnya, pengguna merasa aman dan percaya pada system. Namun, gangguan layanan menurunkan kepercayaan serta menghambat penggunaan berkelanjutan.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah, penulis membatasi penelitian pada pengaruh *e-service quality* terhadap *continuance intention* dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi pada nasabah BSI di wilayah Kota Cirebon. Penelitian ini hanya berfokus pada perilaku dan pengalaman nasabah generasi Z pengguna aplikasi BYOND by BSI.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap *continuance intention* penggunaan *mobile banking* BYOND by BSI?

2. Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan *mobile banking* BYOND by BSI?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap *continuance intention* penggunaan *mobile banking* BYOND by BSI?
4. Apakah kepercayaan memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap *continuance intention* penggunaan *mobile banking* BYOND by BSI?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

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

- a. Untuk menguji apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap *continuance intention* penggunaan *mobile banking* BYOND by BSI.
- b. Untuk menguji apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan *mobile banking* BYOND by BSI.
- c. Untuk menguji apakah kepercayaan berpengaruh terhadap *continuance intention* penggunaan *mobile banking* BYOND by BSI.
- d. Untuk menguji bagaimana pengaruh kepercayaan dalam memediasi *e-service quality* terhadap *continuance intention* penggunaan *mobile banking* BYOND by BSI.

2. Manfaat Penelitian

Untuk mencapai tujuan penelitian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

- a. Secara Teoritis

- 1) Pengembangan Ilmu: Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada kajian *e-service quality*, kepercayaan, dan *continuance intention* dalam konteks layanan *mobile banking* berbasis syariah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan menambah pemahaman teoritis mengenai hubungan ketiga variabel tersebut.
- 2) Referensi penelitian selanjutnya: Menjadi referensi yang bermanfaat bagi penelitian di masa depan yang ingin mengkaji lebih dalam hubungan antara *e-service quality*, *trust*, dan *continuance intention*, baik pada konteks perbankan syariah maupun pada pengembangan layanan *fintech* berbasis syariah.

b. Secara Praktis

- 1) Informasi bagi BSI: Memberikan masukan bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam meningkatkan kualitas layanan aplikasi BYOND agar mampu memperkuat kepercayaan nasabah generasi Z dan mendorong niat penggunaan berkelanjutan.
- 2) Rekomendasi strategi layanan: Menjadi dasar bagi manajemen BSI untuk merancang strategi peningkatan layanan digital perbankan syariah yang lebih efektif.
- 3) Panduan bagi nasabah: Memberikan pemahaman kepada nasabah, mengenai pentingnya kualitas layanan dan kepercayaan dalam memutuskan untuk terus menggunakan layanan *mobile banking* syariah.

F. Sistematika Penulisan

Dalam melakukan penelitian penulis wajib menuliskan sistematika penulisan dengan tujuan dapat membantu hasil penelitian mudah dipahami baik oleh penulis pribadi maupun orang lain. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang landasan teori tentang *e-service quality*, *continuance intention*, *mobile banking* dan kepercayaan. Selain itu berisi juga terkait terkait *literature review*, kerangka konseptual dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, objek dan subjek penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi variabel operasional, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Selain itu dalam bab ini juga berisi tentang hasil dari analisis dari penelitian yang telah penulis lakukan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran untuk bank atau sebagai masukan untuk penelitian selanjutnya.

