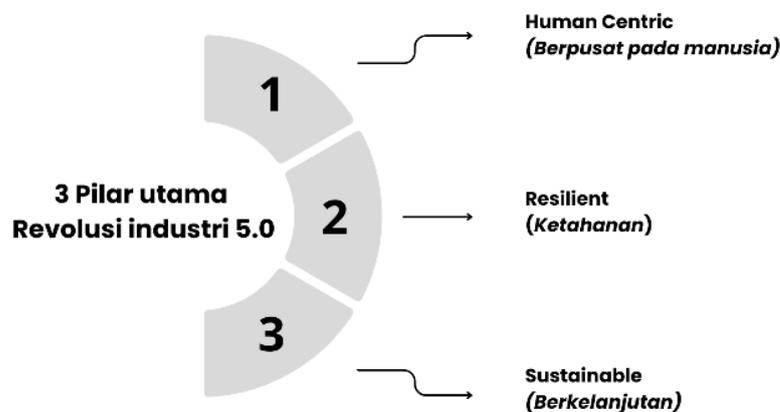


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi telah memasuki era revolusi industri kelima (Kementerian Keuangan, 2023). Revolusi 5.0 adalah sebuah konsep industrialisasi yang mendorong efisiensi serta produktivitas teknologi yang dimanfaatkan manusia serta meningkatkan otomatisasi dan digitalisasi dalam berbagai sektor produksi (Hendra, 2023).



Gambar 1. 1
Pilar Utama Revolusi Industri 5.0

Sumber:Kementerian Keuangan (2023)

Berdasarkan Gambar 1.1, dijelaskan bahwa Industri 5.0 mencakup strategi transformatif yang menggeser peran manusia dari sekadar sumber daya (*resources*) menjadi aset sejati (*genuine assets*). Dalam paradigma ini, organisasi tidak lagi menjadi entitas yang dilayani oleh manusia, melainkan justru organisasi yang harus mampu melayani dan memberdayakan manusia. Meskipun banyak perusahaan masih berfokus pada peningkatan efisiensi dan optimalisasi keuntungan, kedua hal tersebut belum tentu menjamin ketahanan jangka panjang. Oleh karena itu, fokus utama dalam strategi bisnis pada era ini bergeser dari sekadar mengejar pertumbuhan, profit, dan efisiensi menuju penciptaan perusahaan yang bersifat

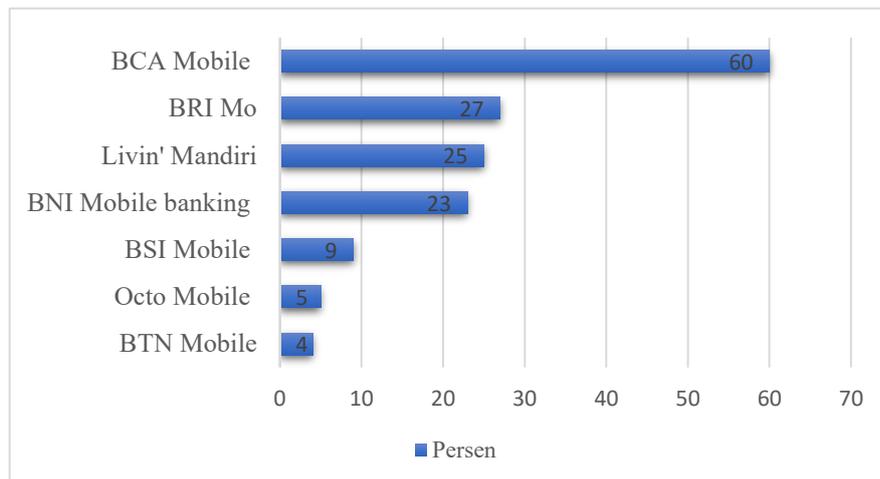
“*anti-fragile*” yaitu perusahaan yang mampu mengantisipasi, bereaksi, dan belajar secara sistematis serta tepat waktu dari berbagai krisis, dengan memastikan stabilitas dan keberlanjutan kinerja (Hendra, 2023). Perkembangan teknologi yang begitu pesat telah mendorong perubahan signifikan dalam kebutuhan masyarakat terhadap alat pembayaran. Evolusi tersebut bermula dari penggunaan uang logam dan uang kertas, hingga kini bertransformasi ke dalam bentuk digital (Prabowo & Nugroho, 2022). Pada era digital ini, alat pembayaran telah mengalami metamorfosis menjadi data elektronik yang tersimpan dalam media tertentu dan dikenal sebagai alat pembayaran elektronik (Bank Indonesia, 2023). Kehadiran alat pembayaran elektronik menjadi solusi atas kebutuhan transaksi modern, karena menawarkan kemudahan, efisiensi, kenyamanan, serta keamanan dalam bertransaksi (Otoritas Jasa Keuangan, 2021). Selain itu, alat ini juga berperan penting dalam mendorong inklusi keuangan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di tengah masyarakat (Kementerian Keuangan, 2024).

Meningkatnya kasus pemalsuan uang, serta tingginya biaya yang harus dikeluarkan oleh Bank Indonesia merupakan alasan utama Bank Indonesia mendorong penggunaan instrumen non-tunai (Denico, 2023). Untuk mengatasi masalah ini, Bank Indonesia meluncurkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) atau juga dikenal sebagai *Less Cash Society*. Gerakan ini bermaksud untuk mendorong masyarakat beralih ke instrumen pembayaran non-tunai dalam aktivitas ekonomi sehari-hari (Amarta, 2022). GNNT juga menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan efisiensi sistem pembayaran nasional dan mendukung stabilitas sistem keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat telah memberikan dampak signifikan terhadap pola pelayanan konsumen di berbagai sektor industri, termasuk industri *financial technology (fintech)*. Salah satu bentuk inovasi dalam sektor perbankan yang menjadi prioritas saat ini adalah layanan *mobile banking (M-banking)*. M-banking merupakan bagian dari layanan *fintech* yang dirancang untuk memfasilitasi berbagai jenis transaksi keuangan secara digital, dengan tujuan meningkatkan efisiensi, efektivitas, serta kenyamanan bagi nasabah dalam

melakukan aktivitas perbankan (Bank Indonesia, 2023). Menurut Pertiwi dan Ariyanto (2017), kemajuan teknologi ini mendorong banyak bank untuk bersaing dalam mengembangkan aplikasi m-banking dan mengajak nasabah untuk berpartisipasi aktif dalam proses digitalisasi layanan keuangan. Selain itu, penggunaan m-banking juga dinilai mampu meningkatkan inklusi keuangan serta mendukung transformasi ekonomi digital secara lebih luas (Rahmawati & Santosa, 2021).

Pertumbuhan jumlah pengguna m-banking di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan perangkat seluler di masyarakat (Bank Indonesia, 2023). Namun demikian, peningkatan jumlah pengguna tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh optimalisasi dalam volume dan frekuensi transaksi keuangan yang dilakukan melalui platform tersebut. Fenomena ini menjadi perhatian serius bagi institusi perbankan, yang mendorong mereka untuk terus melakukan inovasi dan pengembangan fitur layanan m-banking guna meningkatkan keterlibatan dan transaksi nasabah (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Salah satu lembaga perbankan yang turut aktif dalam pengembangan layanan digital adalah Bank Syariah Indonesia (BSI).



Gambar 1. 2
Top 10 M-banking di Indonesia 2024

Sumber: GoodStats (2024)

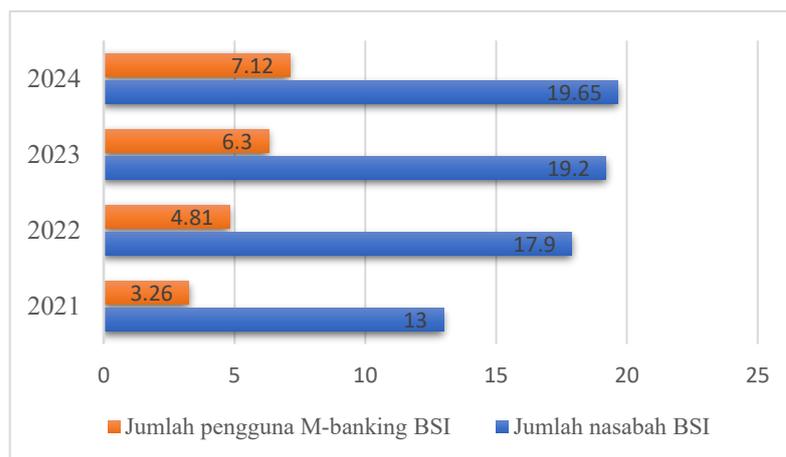
Muhamad Dimas Yusup, 2025

INTENSI PENGGUNAAN MOBILE BANKING BYOND BY BSI PADA GENERASI MILENIAL MUSLIM DI JAWA BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan data pada Gambar 1.2, terlihat bahwa persentase pengguna m-banking di Indonesia per 5 Juni 2024 menunjukkan dominasi *BCA Mobile* sebagai layanan yang paling banyak digunakan, dengan persentase pengguna mencapai 60%. *BCA Mobile* merupakan produk dari PT Bank Central Asia Tbk yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2011 dan terus mengalami pertumbuhan signifikan hingga saat ini (GoodStats, 2024). Selain *BCA Mobile*, hanya terdapat tiga layanan m-banking lainnya yang memiliki jumlah pengguna di atas 20%, yaitu *BRI Mobile* (27%), *Livin' by Mandiri* (25%), dan *BNI Mobile* (23%). Sementara itu, layanan m-banking milik Bank Syariah Indonesia (BSI) tercatat memiliki jumlah pengguna di bawah 10% (GoodStats, 2024). Rendahnya angka ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah perbedaan strategi akselerasi digital di masing-masing bank. Banyak bank melakukan efisiensi dalam transformasi layanan digital sebagai upaya untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas, sehingga memungkinkan layanan dapat diakses kapan saja dan di mana saja (Agnes, 2024).

Berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC), Indonesia menempati posisi sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar pertama di dunia, yaitu sebesar 87,7% dari total populasi, atau sekitar 240.620.915 jiwa (RISSC, 2024). Selain itu, laporan *State of the Global Islamic Economy* (SGIE) juga menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan ekosistem ekonomi Islam terbaik secara global, terutama dalam sektor keuangan syariah (SGIE, 2023). Dengan jumlah populasi Muslim yang besar, Indonesia memiliki potensi pasar syariah yang luas dan menjanjikan. Oleh karena itu, diharapkan tingkat adopsi dan intensi masyarakat terhadap layanan *fintech sharia*, termasuk m-banking syariah, akan terus meningkat. Adapun pertumbuhan jumlah pengguna m-banking Bank Syariah Indonesia (BSI) dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 1.3

Jumlah Nasabah dan Pengguna *M-banking* BSI 2024

Sumber: Bank Syariah Indonesia (2024)

Pada Gambar 1.3 dapat diasumsikan bahwa jumlah pengguna layanan m-banking BSI masih tergolong rendah, yakni hanya sekitar 7,12 juta pengguna atau setara dengan 3% dari total populasi Muslim di Indonesia. Jumlah ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi pasar syariah yang sangat besar dengan tingkat adopsi layanan keuangan digital berbasis syariah. Padahal, dengan proporsi penduduk Muslim yang mencapai lebih dari 87% dari total populasi (RISSC, 2024), idealnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya implementasi prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas ekonomi, termasuk sektor keuangan, juga tinggi. Rendahnya angka pengguna ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti keterbatasan fitur layanan yang ditawarkan, serta persaingan ketat dengan layanan m-banking konvensional yang lebih dahulu populer dan mapan (Rahman & Fauzi, 2022).

Mobile banking (m-banking) penting bagi bank karena meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan layanan, serta memberikan kenyamanan dan fleksibilitas bagi nasabah. Melalui m-banking, bank dapat menawarkan layanan perbankan secara digital tanpa kehadiran fisik, mengurangi biaya, dan meningkatkan kepuasan nasabah. Selain itu, m-banking mendukung inovasi produk, memperkuat daya saing di tengah persaingan dengan fintech, serta memberikan data perilaku nasabah yang berguna untuk strategi bisnis. Dengan demikian, m-banking dapat meningkatkan intensi dalam menggunakannya. Oleh

Muhamad Dimas Yusup, 2025

INTENSI PENGGUNAAN MOBILE BANKING BYOND BY BSI PADA GENERASI MILENIAL MUSLIM DI JAWA BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

karena itu, dibutuhkan strategi yang lebih agresif dan terarah dari pihak perbankan syariah, khususnya BSI, untuk meningkatkan adopsi layanan berbasis digital di kalangan masyarakat Muslim Indonesia.

Kemudian menurut data yang dilansir dari CNBC Indonesia (2023), Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa indeks literasi keuangan syariah di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 39%. Namun demikian, tingkat inklusi keuangan syariah masih berada pada angka yang relatif rendah, yaitu sebesar 12%. Pemahaman tentang literasi keuangan menjadi salah satu faktor penting dalam kehidupan. Pengetahuan ini menjadi hal dasar bagi seseorang dalam menggugurkan instrument keuangan. Selain itu, literasi keuangan juga dianggap sebagai faktor penentu dalam perilaku dan keputusan keuangan seseorang (Nuraini, Monoarfa, & Juliana, 2024). Disparitas ini menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara pemahaman masyarakat terhadap konsep keuangan syariah dengan tingkat partisipasi mereka dalam memanfaatkan produk dan layanan keuangan syariah. Kesenjangan tersebut turut menjadi salah satu faktor rendahnya adopsi teknologi keuangan berbasis syariah, termasuk layanan m-banking BSI (OJK, 2023). Selain itu, kualitas layanan yang belum optimal juga menjadi tantangan tersendiri dalam peningkatan penggunaan m-banking syariah. Beberapa pengguna melaporkan sering mengalami gangguan teknis seperti sistem error atau aplikasi tidak responsif, yang pada akhirnya menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan tersebut (Pikiran Rakyat, 2024). Menurut temuan OJK dan studi sebelumnya, salah satu penyebab masyarakat enggan beralih ke layanan keuangan syariah adalah karena persepsi bahwa bank syariah belum mampu menandingi layanan dan produk yang ditawarkan oleh bank konvensional, baik dari sisi fitur teknologi, kecepatan layanan, maupun kenyamanan pengguna (Fadillah & Rahman, 2023).

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu lembaga keuangan syariah terbesar di Indonesia yang terus berinovasi dalam menghadirkan layanan keuangan berbasis digital, salah satunya melalui peluncuran *Byond by* BSI, yaitu platform digital m-banking yang dirancang untuk meningkatkan daya saing BSI di tengah pesatnya transformasi digital perbankan. Kehadiran *Byond by* BSI bertujuan

Muhamad Dimas Yusup, 2025

INTENSI PENGGUNAAN MOBILE BANKING BYOND BY BSI PADA GENERASI MILENIAL MUSLIM DI JAWA BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

untuk menjawab keterbatasan layanan konvensional sekaligus menarik minat nasabah agar lebih memahami teknologi digital yang memiliki preferensi terhadap layanan cepat, mudah, dan efisien (Putri & Hidayat, 2022). Langkah ini selaras dengan visi BSI untuk menjadi bank syariah unggul dan pemimpin di sektor keuangan syariah nasional, dengan memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan kualitas dan efisiensi layanan berbasis teknologi (BSI, 2023). Dalam konteks persaingan industri perbankan saat ini, transformasi digital menjadi strategi penting agar bank syariah dapat tetap relevan dan kompetitif, terlebih dengan meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap layanan keuangan yang serba digital (Fauzi & Nugroho, 2021).

Salah satu perbedaan mendasar antara aplikasi *BSI Mobile* dan *Byond by BSI* terletak pada fitur dan segmentasi layanannya. *Byond by BSI* hadir dengan tampilan antarmuka yang lebih modern dan menawarkan berbagai fitur premium, seperti pengelolaan keuangan personal, integrasi gaya hidup digital, serta akses layanan investasi dan wakaf secara digital. Sementara itu, *BSI Mobile* lebih berfokus pada kemudahan transaksi perbankan dasar sehari-hari seperti transfer, cek saldo, dan pembayaran tagihan (Maulida & Hidayat, 2023). *Byond by BSI* diposisikan sebagai solusi m-banking yang lebih canggih dan fleksibel untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin kompleks, terutama dari kalangan masyarakat saat ini yang terbiasa dengan teknologi digital (Putri & Santoso, 2022). Meskipun demikian, berdasarkan survei internal yang dilakukan di salah satu kantor cabang BSI, tingkat perpindahan nasabah dari aplikasi *BSI Mobile* ke *Byond by BSI* masih tergolong rendah, yakni baru mencapai 60%, yang mengindikasikan bahwa belum semua nasabah merasa siap atau memahami keunggulan aplikasi baru ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana intensi nasabah dalam menggunakan aplikasi *Byond by BSI* serta faktor-faktor yang memengaruhinya, sehingga dapat menjadi dasar strategi peningkatan adopsi aplikasi digital di lingkungan perbankan syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Intensi dalam menggunakan teknologi dapat dijelaskan melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM merupakan adaptasi dari *Theory of*

Muhamad Dimas Yusup, 2025

INTENSI PENGGUNAAN MOBILE BANKING BYOND BY BSI PADA GENERASI MILENIAL MUSLIM DI JAWA BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

Reasoned Action (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen, dan kemudian disempurnakan oleh Davis pada tahun 1986 untuk secara khusus menjelaskan penerimaan teknologi di kalangan pengguna (Davis, 1989). Model ini memperkenalkan dua konstruk utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan), yang diyakini memiliki pengaruh langsung terhadap sikap, niat, dan perilaku aktual dalam penggunaan teknologi. Dengan fokus pada faktor-faktor psikologis dan kognitif, TAM bertujuan untuk memahami dan memprediksi mengapa seseorang menerima atau menolak penggunaan teknologi baru dalam kehidupan sehari-hari maupun di lingkungan kerja (Venkatesh & Davis, 2000). Dalam konteks penelitian ini, TAM menjadi landasan teoritis untuk mengevaluasi intensi nasabah dalam menggunakan aplikasi m-banking *Byond by BSI*, karena model ini secara luas telah terbukti relevan dalam menjelaskan perilaku adopsi teknologi informasi di berbagai bidang, termasuk sektor keuangan syariah (Wibowo & Fatimah, 2021).

Menurut Pantano dan Di Pietro (2012), berbagai penelitian yang mengembangkan *Technology Acceptance Model* (TAM) telah mengidentifikasi sejumlah variabel eksternal yang berpengaruh terhadap penerimaan teknologi oleh pengguna. Dalam analisis mereka, ditemukan bahwa terdapat sebanyak 149 variabel baru yang telah diintegrasikan ke dalam model TAM tradisional, guna menyesuaikan dengan dinamika perilaku pengguna dalam berbagai konteks teknologi. Dari sekian banyak variabel tersebut, beberapa yang paling sering digunakan dan dianggap signifikan dalam memengaruhi intensi penggunaan teknologi adalah variabel biaya, keamanan, kepuasan, persepsi manfaat, kontrol perilaku, pengaruh sosial, persepsi risiko, kepercayaan, dan kenyamanan.

Faktor-faktor yang diyakini memengaruhi intensi seseorang dalam menggunakan aplikasi *Byond by BSI* adalah persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Persepsi manfaat merupakan komponen penting dalam model TAM. Davis (1989) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerja mereka. Dalam konteks ini, kemudahan dan keamanan penggunaan menjadi aspek penting

yang mendorong keyakinan pengguna terhadap teknologi. Penelitian oleh Kurniaputra & Nurhadi (2018) menemukan adanya hubungan positif antara persepsi manfaat dan intensi penggunaan teknologi. Namun, berbeda halnya dengan temuan Pramudita (2020) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan.

Selain itu, variabel pengaruh sosial juga menjadi determinan dalam niat seseorang menggunakan layanan m-banking. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), pengaruh sosial merujuk pada sejauh mana individu terdorong untuk menggunakan teknologi karena pengaruh sosial atau pengaruh dari orang-orang yang dianggap penting, seperti teman, keluarga, atau rekan kerja. Meskipun tidak dimasukkan dalam model awal, TAM2 yang dikembangkan oleh Venkatesh dan Davis (2000) menambahkan konsep *subjective norm* yang mengarah pada pengaruh sosial sebagai faktor yang memengaruhi niat penggunaan teknologi. Penelitian oleh Salsa & Diah (2023), serta Iqbal et al. (2023) menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap intensi menggunakan m-banking. Namun, Khaerul (2023) justru menemukan hasil sebaliknya.

Variabel berikutnya adalah kenyamanan. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), kenyamanan mengacu kepada sejauh mana pengguna merasa bahwa teknologi mudah digunakan dan tidak menyebabkan kebingungan atau kesulitan, yang memengaruhi *perceived ease of use* dan meningkatkan niat penggunaan teknologi. Pengguna yang merasa nyaman dengan teknologi cenderung lebih terbuka untuk mengadopsinya secara berkelanjutan (Davis, 1989). Kenyamanan mencerminkan sejauh mana teknologi sesuai dengan preferensi pengguna, baik dari segi antarmuka, fitur, maupun kemudahan akses (Venkatesh & Bala, 2008). Safira dan Iqbal (2023), dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kenyamanan memiliki pengaruh positif terhadap intensi penggunaan m-banking, sedangkan Lubis dan Inayah (2023) menemukan hasil yang berlawanan.

Selanjutnya kepuasan, dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), kepuasan merupakan perasaan positif yang dirasakan pengguna setelah menggunakan teknologi, yang dapat memengaruhi niat mereka untuk terus

menggunakannya. Kepuasan ini dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh pengguna, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan intensi penggunaan (Davis, 1989). Pengguna yang puas cenderung menggunakannya kembali atau merekomendasikan teknologi tersebut (Shroff et al., 2011). Beberapa penelitian mendukung hubungan positif antara kepuasan dan intensi penggunaan m-banking, seperti yang diungkapkan oleh Ernawati (2023), Kamdjoug dan Wamba (2021), serta Karjaluoto dan Saraniemi (2019). Namun, Nurdin dan Nurfitriani (2020) mengemukakan hasil berbeda, yakni tidak adanya pengaruh signifikan antara kepuasan dan intensi penggunaan.

Selain itu, penelitian ini penting untuk mendukung upaya peningkatan inklusi keuangan syariah di era digital. Sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, BSI memiliki tanggung jawab strategis dalam memperluas akses layanan keuangan berbasis prinsip-prinsip syariah, terutama melalui pemanfaatan teknologi digital. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan dalam menggunakan aplikasi Byond, BSI dapat merumuskan strategi digitalisasi yang lebih efektif dan tepat sasaran. Hal ini sangat relevan untuk menjangkau masyarakat yang selama ini belum mendapatkan layanan keuangan syariah secara optimal, khususnya di wilayah yang memiliki potensi besar tetapi belum tergarap maksimal.

Kedua bagi para stakeholder, terutama bagi manajemen internal BSI serta para pengambil keputusan strategis. Selama ini, pengembangan aplikasi Byond masih berfokus pada evaluasi teknis dan perbaikan sistem, seperti penambahan fitur atau pembaruan antarmuka. Padahal, pendekatan yang lebih menyeluruh juga diperlukan, termasuk menilai sejauh mana efektivitas layanan dirasakan langsung oleh pengguna dan bagaimana strategi yang tepat dalam mempertahankan pasar digital. Dengan memahami apa yang mendorong pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi, BSI dapat menyusun arah pengembangan layanan yang tidak hanya responsif secara teknis, tetapi juga berorientasi pada pertumbuhan bisnis yang lebih berkelanjutan dan strategis ke depan.

Ketiga dari sisi investor, penelitian ini berkontribusi dalam melihat posisi kompetitif BSI di tengah persaingan perbankan digital syariah yang semakin

dinamis. Tingkat adopsi dan loyalitas terhadap Byond bisa mencerminkan seberapa kuat BSI dalam menjangkau generasi pengguna baru dan memperbesar pangsa pasar digital. Jika kepuasan dan intensi pengguna bisa ditingkatkan, bukan tidak mungkin dampaknya akan terlihat pada peningkatan keuntungan bank serta naiknya nilai saham BSI di pasar modal. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya penting bagi kalangan akademik atau perbankan saja, tetapi juga relevan secara ekonomi bagi masyarakat umum dan para pemangku kepentingan lainnya di sektor keuangan syariah.

Keempat secara akademis, penelitian ini membuka peluang untuk memperluas kajian tentang perilaku pengguna *mobile banking* syariah di masa mendatang. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi pijakan awal bagi riset lanjutan yang ingin mengeksplorasi lebih jauh. Selain itu, berpotensi menjadi rujukan dalam menyusun model adopsi teknologi keuangan syariah yang lebih holistik dan kontekstual, baik di Indonesia maupun di negara lain dengan mayoritas penduduk Muslim. Dengan begitu, penelitian ini tak hanya menjawab kebutuhan praktis, tetapi juga turut memperkaya keilmuan di bidang teknologi keuangan dan perilaku konsumen berbasis syariah

Penelitian ini difokuskan pada subjek generasi milenial Muslim di Jawa Barat. Pemilihan generasi ini didasarkan pada kecenderungan mereka dalam memanfaatkan pertumbuhan digitalisasi sebagai bagian dari gaya hidup, khususnya dalam aktivitas transaksi keuangan (Sunarta, 2023). Generasi milenial dikenal sebagai kelompok yang responsif terhadap perkembangan teknologi dan senantiasa mengikuti informasi yang sedang menjadi perbincangan di masyarakat (Mahasiswaindonesia.id, 2022). Selain itu, berdasarkan data demografis, generasi milenial menempati posisi tertinggi sebagai pengguna aplikasi m-banking di Jawa Barat, yaitu sebesar 64% dari total populasi pengguna (Sunarta, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial memiliki potensi besar dalam penerimaan layanan digital.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh Badan Pusat Statistik (BPS), generasi milenial merupakan kelompok penduduk yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996.

Muhamad Dimas Yusup, 2025

INTENSI PENGGUNAAN MOBILE BANKING BYOND BY BSI PADA GENERASI MILENIAL MUSLIM DI JAWA BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

Menurut data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), hingga Desember 2024, jumlah populasi generasi milenial di Indonesia mencapai 69,38 juta jiwa (Sunarta, 2023). Dari jumlah tersebut, 26,2% di antaranya berada di Provinsi Jawa Barat (DataIndonesia.id, 2024). Selain itu, Jawa Barat juga tercatat sebagai provinsi dengan jumlah populasi Muslim terbesar di Indonesia, yaitu sebanyak 46.29 juta jiwa hingga akhir tahun 2024 (DataIndonesia.id, 2024).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan serta inkonsistensi hasil penelitian terdahulu, maka dari itu penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Intensi Penggunaan *Mobile Banking* Byond by BSI Pada Generasi Milenial Muslim di Jawa Barat”**.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Dari penjelasan diatas yang telah disajikan, masalah penelitian ini diidentifikasi sebagai berikut:

1. Jumlah pengguna dan peminat layanan m-banking BSI masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan aplikasi m-banking dari bank lain di Indonesia (GoodStats 2024).
2. Populasi Muslim di Indonesia diperkirakan mencapai 240.620.915 jiwa, namun dari jumlah tersebut, hanya sekitar 3% yang menggunakan layanan m-banking BSI, yang menandakan masih rendahnya penetrasi layanan perbankan digital syariah di kalangan mayoritas penduduk Muslim (RISSC, 2024).
3. Aplikasi m-banking BSI kerap mengalami gangguan atau error teknis, yang menyebabkan nasabah tidak dapat mengakses layanan dan menghambat proses transaksi keuangan. Hal ini turut memengaruhi persepsi dan kepuasan pengguna terhadap layanan digital BSI (Pikiran Rakyat, 2024).
4. Pandangan masyarakat terhadap bank syariah masih cenderung negatif, di mana bank syariah dianggap belum sekomprehensif dan semodern bank konvensional dalam hal produk maupun layanan digital (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Muhamad Dimas Yusup, 2025

INTENSI PENGGUNAAN MOBILE BANKING BYOND BY BSI PADA GENERASI MILENIAL MUSLIM DI JAWA BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

5. Pengembangan *mobile banking* BSI menunjukkan adanya masalah dalam daya saing digital, minat nasabah yang belum optimal, serta keterbatasan layanan sebelumnya, yang menjadi hambatan dalam mewujudkan visi BSI sebagai pemimpin perbankan syariah di Indonesia (Bank Syariah Indonesia, 2024).

1.3 Pertanyaan penelitian

Dari uraian rumusan masalah sebelumnya, terbentuklah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat persepsi manfaat, pengaruh sosial, kenyamanan, kepuasan dan tingkat *intensi (behavioural intention)* penggunaan *Byond by* BSI pada Generasi Milenial muslim di Jawa Barat?
2. Apakah tingkat persepsi manfaat memengaruhi intensi Generasi Milenial Muslim di Jawa Barat dalam menggunakan *Byond by* BSI?
3. Apakah tingkat pengaruh sosial memengaruhi intensi Generasi Milenial Muslim di Jawa Barat dalam menggunakan *Byond by* BSI?
4. Apakah tingkat kenyamanan memengaruhi intensi Generasi Milenial Muslim di Jawa Barat dalam menggunakan *Byond by* BSI?
5. Apakah tingkat kepuasan memengaruhi intensi Generasi Milenial Muslim di Jawa Barat dalam menggunakan *Byond by* BSI?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tingkat persepsi manfaat, pengaruh sosial, kenyamanan, kepuasan dan tingkat *intensi (behavioural intention)* penggunaan *Byond by* BSI pada Generasi Milenial muslim di Jawa Barat. Penelitian ini juga bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi manfaat, pengaruh sosial, kenyamanan, dan kepuasan terhadap intensi penggunaan *Byond by* BSI.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini meliputi manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dari manfaat teoritis, studi ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan bidang keuangan syariah. Dengan menjelajahi aspek-aspek

yang relevan, seperti preferensi, motivasi, dan dampak penggunaan platform keuangan berbasis syariah. penelitian ini juga diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman baru yang lebih komprehensif terkait dinamika transaksi non-tunai dalam memilih *Mobile Banking* (M-Banking) yang terbaik.

2 Manfaat Praktis

Dari sudut pandang praktis, penelitian ini menjadi dasar bagi *stakeholder* dalam mengembangkan *Mobile Banking*. Selanjutnya diharapkan juga dapat meningkatkan pemahaman yang lebih menyeluruh bagi konsumen tentang potensi dan keunggulan yang dimiliki oleh *Byond by BSI* sebagai sebuah alat transaksi keuangan non-tunai.