

The Effect of Perceived Ease of Use and Customer Trust on the Decision to Pay Zakat, Infaq, and Shadaqah (ZIS) Through the Byond by BSI Application at Bank Syariah Indonesia Sidoarjo Jenggolo Branch

Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) melalui Aplikasi Byond By BSI pada BSI KC Sidoarjo Jenggolo

Rachima Annisa Bulan¹⁾, M. Ruslianor Maika²⁾

¹⁾Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Email Penulis Korespondensi: mr.maika@umsida.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze the effect of perceived ease of use and customer trust on the decision to pay Zakat, Infaq, and Shadaqah (ZIS) through the Byond by BSI application. The research employs a quantitative approach using a questionnaire survey distributed to 100 customers of Bank Syariah Indonesia, Sidoarjo Jenggolo Branch, selected through purposive sampling. Data analysis was conducted using SPSS by performing thirteen statistical tests. The results indicate that perceived ease of use and customer trust have a positive and significant effect, both partially and simultaneously, on the decision to pay ZIS through the Byond by BSI application. This study provides academic benefits by enriching empirical studies on customer behavior in digital-based ZIS payments within Islamic banking.*

Keywords - Perceived Ease Of Use, Customer Trust, Decision To Pay ZIS, Byond By BSI.

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan nasabah terhadap keputusan membayar Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) melalui aplikasi Byond by BSI. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengambilan kuisioner terhadap 100 nasabah BSI KC Sidoarjo Jenggolo yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS dengan menguji 13 uji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan membayar ZIS melalui aplikasi Byond by BSI. Penelitian ini memberikan manfaat secara akademik dengan memperkaya kajian empiris mengenai perilaku nasabah dalam pembayaran ZIS berbasis digital pada perbankan Syariah.*

Kata Kunci - Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah, Keputusan Membayar ZIS, Byond By BSI.

I. PENDAHULUAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh dua variabel, yakni variabel kemudahan penggunaan dan variabel kepercayaan nasabah terhadap keputusan membayar Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) melalui aplikasi Byond by BSI. Hal ini didasari oleh peran aplikasi Byond by BSI yang menawarkan kemudahan dalam pembayaran Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) secara daring [1]. Melalui aplikasi ini, nasabah dapat menunaikan kewajiban zakat tanpa harus bertemu langsung dengan pengelola zakat, menggunakan uang tunai, atau datang ke lembaga zakat [2]. Proses pembayaran dilakukan secara cashless, aman, dan dapat diakses kapan pun tanpa mengurangi keabsahan syariat karena niat muzakki tetap dapat diucapkan dalam hati, sesuai dalam hukum Islam [3]

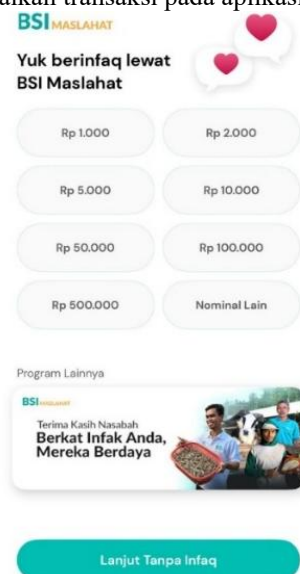
Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) termasuk dalam instrumen ekonomi Islam yang mengandung unsur spiritual dan sosial. Penerapan ZIS berperan sebagai sarana ibadah individual sekaligus pondasi sosial yang mendukung pemerataan ekonomi, penguatan solidaritas sosial dalam masyarakat dan kesejahteraan umat. Surah Al-Baqarah ayat 110 tentang zakat :

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿١١٠﴾

“Dirikanlah salat dan tunaikanlah zakat. Segala kebaikan yang kamu kerjakan untuk dirimu akan kamu dapatkan (pahalanya) di sisi Allah. Sesungguhnya Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.”

Proses penerimaan dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) di aplikasi Byond by BSI dapat diakses melalui fitur “Berbagi” pada aplikasi Byond by BSI mencakup layanan Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf, dan Donasi yang memudahkan nasabah berkontribusi melalui platform digital [4]. Selain itu, Untuk meningkatkan partisipasi nasabah dalam berinfaq, BSI mengintegrasikan *pop-up* ajakan berinfaq dengan kalimat “Yuk, berinfaq lewat BSI Maslahat” yang muncul otomatis setelah transaksi, dengan pilihan nominal donasi mulai Rp1.000 hingga Rp500.000 serta opsi

“Lanjut Tanpa Infaq” [5]. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1, tampilan fitur pop-up ajakan berinfaq muncul secara otomatis setelah pengguna menyelesaikan transaksi pada aplikasi Byond by BSI.



Gambar 1. Tampilan fitur ajakan berinfaq setelah transaksi berhasil di Byond BSI

Strategi ini terbukti efektif, data menunjukkan penerimaan dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) melalui Bank Syariah Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2024 ke tahun 2025 [6]. Pada periode 30 September 2024, total penerimaan zakat tercatat sebesar Rp228,663 miliar, sedangkan pada periode yang sama tahun 2025 meningkat menjadi Rp250,305 miliar. Peningkatan juga terjadi pada dana Infaq dan Shadaqah, dari Rp83,768 miliar pada tahun 2024 menjadi Rp104,943 miliar pada tahun 2025 [7]. Sebagaimana ditunjukkan pada tabel 1 penerimaan dana ZIS pada laporan keuangan kuartal III Bank Syariah Indonesia tahun 2025.

Tabel 1. Penerimaan Dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah Periode September 2024–2025

No	Penerimaan Dana	Per 30 September 2024	Per 30 September 2025
		(Dalam Jutaan Rupiah)	(Dalam Jutaan Rupiah)
1	Zakat	228,663	250,305
2	Infaq dan Shadaqah	83,768	104,943

Sumber : Laporan Keuangan Kuartal III (Bank Syariah Indonesia, 2025)

Meskipun penerimaan dana ZIS di BSI terus meningkat, faktor yang memengaruhi keputusan nasabah membayar ZIS secara digital belum sepenuhnya diketahui. Kemudahan penggunaan menunjukkan sejauh mana aplikasi mudah dipahami dan digunakan, sedangkan kepercayaan mencerminkan keyakinan nasabah bahwa dana disalurkan dengan aman dan sesuai prinsip Syariah [8]. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kedua faktor tersebut terhadap keputusan nasabah membayar ZIS melalui Byond by BSI, termasuk menelaah peran fitur *pop-up* ajakan infaq otomatis yang muncul setelah transaksi sebagai salah satu pendorong keputusan berinfaq [5].

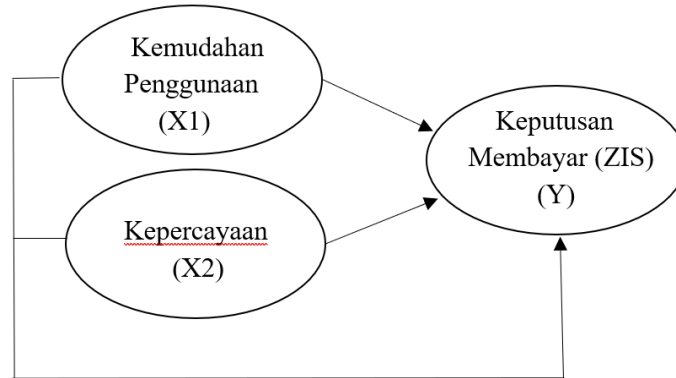
Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan merupakan faktor yang sering dikaji dalam konteks pembayaran ZIS berbasis digital, namun penelitian yang dihasilkan masih menunjukkan perbedaan hasil. Terdapat penelitian yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembayaran ZIS, sementara kepercayaan tidak selalu berpengaruh secara parsial, meskipun keduanya berpengaruh secara simultan [9]. Sebaliknya, terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa kemudahan, keamanan, dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan fitur ZIS digital [10]. Sementara itu, ada yang menemukan bahwa persepsi kemudahan dan kegunaan berpengaruh positif terhadap minat membayar ZIS melalui fitur digital, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif [11].

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap pembayaran ZIS digital sangat dipengaruhi oleh konteks aplikasi yang digunakan, karakteristik responden, serta indikator perilaku yang diukur. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sidoarjo Jenggolo untuk memberikan gambaran empiris yang lebih kontekstual mengenai keputusan membayar ZIS melalui aplikasi Byond by BSI [12]. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dalam pengembangan kajian perbankan Syariah. Selain itu, penelitian ini juga memberikan implikasi praktis bagi BSI KC

Sidoarjo Jenggolo sebagai dasar evaluasi dan pengembangan layanan aplikasi Byond by BSI untuk meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan nasabah.

Berdasarkan tujuan tersebut, metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan program SPSS [11]. Data primer diperoleh dari kuesioner Google Form yang disebarakan kepada 100 nasabah BSI KC Sidoarjo Jenggolo, ditentukan dengan rumus Slovin dan teknik purposive sampling [4]. Penelitian ini melibatkan variabel kemudahan penggunaan (X1), kepercayaan (X2), dan keputusan membayar ZIS (Y) menggunakan skala Likert 5 poin [12].

Berdasarkan uraian latar belakang dan tujuan penelitian, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Model Penelitian

H1: Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah dalam membayar Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) melalui aplikasi Byond by BSI.

H2: Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah dalam membayar Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) melalui aplikasi Byond by BSI.

H3: Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kepercayaan Nasabah secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah dalam membayar Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) melalui aplikasi Byond by BSI.

II. Metode

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagaimana penelitian-penelitian terdahulu yang relevan [11]. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis data secara statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Sejalan dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini memiliki kesamaan dalam hal pendekatan dan teknik analisis, yaitu menggunakan SPSS untuk menguji pengaruh antarvariabel [12]. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dan data diperoleh melalui kuesioner daring menggunakan Google Form [4].

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sidoarjo Jenggolo. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10 persen. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden yang selanjutnya dipilih menggunakan teknik purposive sampling [13].

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Responden

N = Ukuran Populasi

e = 10% atau 0,01

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{50.302}{1 + 50.302 (0.1)^2} \\
 &= \frac{1 \ 50.302}{1 + 50.302 (0,01)} = \frac{50.302}{1 + 503,02} = \frac{50.302}{504,02} \\
 &= 99,8 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ sampel}
 \end{aligned}$$

Instrumen penelitian terdiri dari 28 pernyataan yang mencakup tiga variabel penelitian, yaitu kemudahan penggunaan (X1), kepercayaan nasabah (X2), dan keputusan membayar Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) (Y).

Seluruh pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima poin dan disebarkan kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian [12].

Berikut Indikator penelitian untuk menyusun pernyataan variabel kemudahan penggunaan (X1), kepercayaan (X2), dan keputusan membayar ZIS (Y).

Tabel 2. Variabel dan Indikator Penelitian

No.	Variabel Penelitian	Indikator
1.	Kemudahan Penggunaan (X1) Davis, 1989 [14]	1. Mudah Dipelajari (Easy to Learn) 2. Mudah Dikendalikan (Controllable) 3. Jelas dan Dapat Dimengerti (Clear & Understandable) 4. Fleksibilitas (Flexible) 5. Mudah untuk Jadi Terampil (Easy to Become Skillful) 6. Mudah Digunakan (Easy to Use)
2.	Kepercayaan Nasabah (X2) [15]	1. Functionality (Fungsional) 2. Helpfulness (Membantu) 3. Reliability (Kehandalan)
3.	Keputusan Membayar ZIS (Y) Kotler & Keller, 2012 [16]	1. Dealer Choice (Pemilihan Lembaga atau Platform) 2. Purchase Amount (Jumlah Pembayaran) 3. Purchase Timing (Waktu Pembayaran) 4. Payment Method (Metode Pembayaran) 5. Kepuasan terhadap lembaga yang dipilih

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Penelitian dilakukan dengan menggunakan penyebaran google form kepada responden yang telah memenuhi kriteria. Data yang telah didapatkan dan diverifikasi sesuai dengan kriteria sebanyak 100 responden. Sebanyak 13 uji statistik dilakukan untuk memastikan kelayakan model.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Identitas Responden		Jumlah
Jenis Kelamin	Laki-Laki	42
	Perempuan	58
Usia	<20 tahun	2
	20 – 35 tahun	61
	36 – 50 tahun	35
	>50 tahun	2

Pada tabel 3, hasil demografi pada penelitian ini didominasi penelitian ini melibatkan 100 responden yang telah memenuhi kriteria penelitian. Komposisi ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok usia produktif yang relatif familiar dengan penggunaan teknologi digital, sehingga relevan dengan analisis pengujian statistik selanjutnya.

Berdasarkan hasil kuesioner, sebagian besar responden menyatakan pernah melakukan pembayaran Zakat, Infaq, dan Shadaqah melalui fitur pop-up ajakan berinfaq yang muncul setelah transaksi pada aplikasi Byond by BSI. Temuan ini menunjukkan bahwa fitur pop-up telah dimanfaatkan oleh nasabah sebagai sarana pembayaran ZIS secara digital.

Selanjutnya, penelitian ini dilanjutkan dengan serangkaian pengujian statistik untuk memastikan bahwa instrumen penelitian, model regresi, serta hubungan antarvariabel memenuhi syarat kelayakan analisis. Pada tahap ini, peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 26. Hasil dari keseluruhan pengujian statistik yang dilakukan disajikan dalam tabel-tabel berikut, yang selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian melalui 13 uji statistik [17].

Tabel 4. Hasil 13 Uji SPSS

No.	Uji	Hasil Uji	Interpretasi
1.	Uji Validitas	Valid sangat signifikan ($p < 0.01$)	Semua butir pada variabel X1, X2, dan Y memiliki korelasi Pearson signifikan (Sig. $< 0,01$), sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan.
2.	Uji Realibilitas	Reliabilitas sangat tinggi dengan total item kuesioner: 28 Alpha .945	Nilai Cronbach's Alpha menunjukkan konsistensi internal instrumen, yakni keterkaitan butir-butir X1, X2, dan Y dalam mengukur hal yang sama.
3.	Uji Normalitas	Data berdistribusi secara normal	Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov (K-S) menunjukkan nilai Asymp. Sig. $0.080 > 0.05$, hasil reduksi responden dari 100 menjadi 98 responden tanpa memengaruhi kekuatan model secara signifikan.
4.	Uji Multikolinearitas	Bebas Multikolinearitas (Tolerance 0.386 dan VIF 2.588)	Nilai VIF untuk X1 dan X2 sebesar 2.588 (jauh di bawah 10) serta nilai Tolerance 0.386 (di atas 0.10) menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi bebas multikolinearitas.
5.	Uji Autokorelasi	Tidak mengalami masalah autokorelasi	Nilai Durbin-Watson 2.167 menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi, karena residu tidak saling berkorelasi antarobservasi.
6.	Uji Linearitas	X1–Y tidak sepenuhnya linier, X2–Y bersifat linier.	X1 $\rightarrow$ Y: Nilai Linearity .000 dan Deviation .000 tidak sepenuhnya linier. X2 $\rightarrow$ Y: Nilai Linearity .000 dan Deviation .760 (> 0.05) bersifat linier dan memenuhi asumsi linearitas.
7.	Uji Heteroskedastisitas	Tidak terjadi heteroskedastisitas	Kemudahan Penggunaan (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,056 dan variabel Kepercayaan Nasabah (X2) sebesar 0,989, yang keduanya lebih besar dari 0,05.
8.	Uji Statistik Deskriptif	Ketiga variabel menunjukkan skor rata-rata tinggi, menandakan persepsi positif responden.	Ketiga variabel memiliki persepsi yang baik dari responden, ditunjukkan dengan rata-rata yang tinggi dan penyebaran data yang stabil dengan nilai (X1) N = 100, skor 19–60, mean 53.23, SD 5.482. (X2) N = 100, skor 11–30, mean 26.86, SD 2.727. (Y) N = 100, skor 20–50, mean 43.34, SD 4.955
9.	Uji Korelasi	Seluruh korelasi bersifat positif, kuat, dan signifikan ($p < 0.01$).	Hasil uji korelasi menunjukkan X1 dan X2 sama-sama berhubungan positif dan signifikan dengan Y. X1 $\rightarrow$ Y: $r = 0.836$ (83,6%) X2 $\rightarrow$ Y: $r = 0.775$ (77,5%) X1 $\leftrightarrow$ X2: $r = 0.783$ (78,3%)
10.	Uji Koefisien Regresi	Positif dan Signifikan	Variabel X1 ($B = 0,483$, $p = 0,000$) dan Variabel X2 ($B = 0,321$, $p = 0,001$) keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Y
11.	Uji T (Parsial)	Variabel X1 dan X2 berpengaruh positif terhadap Variabel Y	Variabel X1 ($t = 7,077$; $p = 0,000$) dan X2 ($t = 3,707$; $p = 0,000$) keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y karena nilai $p < 0,05$
12.	Uji F (Simultan)	X1 dan X2 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Y	Menunjukkan bahwa nilai Fhitung = 135,748 jauh lebih besar dari Ftabel pada tingkat signifikansi 0,05, dan $p = 0,000 < 0,05$, sehingga variabel X1 dan X2 secara simultan memengaruhi variabel Y.
13.	Uji Koefisien Determinasi	X1 dan X2 sama-sama memiliki kontribusi yang sangat signifikan	Menunjukkan nilai $R^2 = 0,737$, yang berarti 73,7% variasi variabel Y dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh X1 dan X2 sedangkan 26,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Nilai korelasi ganda ($R = 0,858$) mengindikasikan

dalam menjelaskan variabilitas Y.	hubungan yang kuat antara variabel bebas dan dependen.
-----------------------------------	--

Berdasarkan rangkaian 13 uji yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen, data, serta model yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat kelayakan analisis statistik. Instrumen penelitian dinyatakan valid sehingga dapat digunakan dalam mengukur variabel Kemudahan Penggunaan (X1), Kepercayaan Nasabah (X2), dan Keputusan Membayar ZIS (Y).

Semua uji asumsi klasik pada penelitian ini telah terpenuhi, ditunjukkan pada data yang berdistribusi normal dengan mereduksi data, tidak terjadi multikolinearitas, bebas dari autokorelasi, serta tidak mengalami heteroskedastisitas. Selain itu, hubungan antara variabel kepercayaan nasabah (X2) dan keputusan membayar ZIS (Y) bersifat linier, sementara hubungan antara kemudahan penggunaan (X1) dan keputusan membayar ZIS (Y) menunjukkan kecenderungan linier meskipun tidak sepenuhnya sempurna. Namun demikian, model regresi tetap layak digunakan karena tidak terdapat pelanggaran asumsi utama regresi dan hubungan antarvariabel terbukti signifikan secara statistik [18].

Analisis deskriptif juga memperlihatkan bahwa ketiga variabel berada pada kategori rata-rata tinggi, yang mengindikasikan penilaian positif dari responden terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI. Selanjutnya, uji korelasi menunjukkan bahwa X1 dan X2 memiliki hubungan yang kuat, positif, dan signifikan dengan Y. Setelah seluruh tahap ini terpenuhi, model regresi digunakan untuk menguji pengaruh kedua variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara simultan maupun parsial [19].

Tabel 5. Hasil Uji T Parsial
Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	-.350	2.686		-.130
	Kemudahan Penggunaan	.536	.076	.593	7.077
	Kepercayaan Nasabah	.564	.152	.311	3.707
					Sig.
					.896
					.000
					.000

a. Dependent Variable: Keputusan Membayar ZIS (Y)

Sumber: Output SPSS 26 (2025)

Secara parsial, hasil Uji t menunjukkan bahwa baik Kemudahan Penggunaan maupun Kepercayaan Nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Membayar ZIS. Variabel Kemudahan Penggunaan memiliki nilai t sebesar 7,077 dengan signifikansi 0,000, sedangkan variabel Kepercayaan Nasabah memiliki nilai t sebesar 3,707 dengan signifikansi 0,000. Kedua nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga masing-masing variabel independen terbukti memberikan kontribusi signifikan dalam mendorong keputusan nasabah membayar ZIS melalui aplikasi Byond by BSI.

Tabel 6. Hasil Uji F Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1790.672	2	895.336	135.748	.000 ^b
	Residual	639.768	97	6.596		
	Total	2430.440	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Membayar ZIS

b. Predictors (Constant), Kepercayaan Nasabah, Kemudahan Penggunaan

Sumber: Output SPSS 26 (2025)

Pengujian simultan melalui Uji F menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Nasabah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Membayar ZIS. Hal ini dibuktikan dengan nilai Fhitung sebesar 135,748 dan signifikansi 0,000 yang berada di bawah 0,05. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dinyatakan layak dan kedua variabel independen terbukti memiliki peran penting secara kolektif dalam memengaruhi keputusan nasabah.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 ^a	.737	.731	2.568

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Nasabah, Kemudahan Penggunaan

Sumber: Output SPSS 26 (2025)

Adapun koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,737, yang berarti bahwa 73,7% variasi Keputusan Membayar ZIS dapat dijelaskan oleh variabel Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Nasabah. Sementara 26,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai korelasi ganda ($R = 0,858$) semakin menguatkan bahwa hubungan antara variabel bebas dan variabel dependen berada pada kategori kuat, sehingga model regresi memiliki daya jelaskan yang tinggi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Nasabah merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan nasabah dalam membayar ZIS melalui aplikasi Byond by BSI. Model regresi yang digunakan telah terbukti valid, signifikan, dan mampu menggambarkan hubungan antarvariabel dengan baik, sehingga dapat dijadikan dasar yang kuat dalam menarik kesimpulan penelitian dan menyusun rekomendasi selanjutnya [4].

B. Pembahasan

Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Positif terhadap Keputusan Nasabah Membayar ZIS di Byond by BSI

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam membayar Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) melalui aplikasi Byond by BSI, sehingga H1 diterima. Penelitian ini menggambarkan bahwa semakin mudah aplikasi Byond by BSI digunakan dan dipahami maka semakin besar pula tingkat kecenderungan nasabah untuk memutuskan membayar ZIS melalui aplikasi Byond by BSI. Kemudahan dalam proses transaksi, kejelasan menu dan fitur yang mudah dipelajari, serta penggunaan yang fleksibel menjadi faktor penting yang mendorong keputusan tersebut [19].

Sejalan dengan hasil pengukuran variabel kemudahan penggunaan, temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan akses dan penyajian informasi melalui fitur pop-up ajakan berinfaq setelah transaksi pada aplikasi Byond by BSI berperan dalam mendorong keputusan nasabah untuk membayar ZIS secara digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah mobile banking BSI, khususnya pada indikator kemudahan dipelajari dan dioperasikan [20]. Penelitian serupa juga menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar ZIS atau infaq melalui layanan mobile banking BSI, terutama pada kelompok masyarakat milenial [4], [19]

Namun demikian, terdapat penelitian lain yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat atau keputusan menyalurkan ZIS secara digital [10], [16]. Perbedaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh kemudahan penggunaan sangat dipengaruhi oleh konteks layanan, karakteristik responden, serta indikator perilaku yang digunakan. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa dalam konteks aplikasi Byond by BSI pada nasabah BSI KC Sidoarjo Jenggolo, kemudahan penggunaan terbukti berperan penting dalam mendorong keputusan nyata nasabah untuk membayar ZIS secara digital.

Kepercayaan Berpengaruh Positif terhadap Keputusan Nasabah Membayar ZIS di Byond by BSI

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) melalui aplikasi Byond by BSI, sehingga H2 diterima. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah terhadap keamanan sistem, kehandalan layanan, serta integritas pengelolaan dana ZIS memiliki peran penting dalam mendorong keputusan membayar ZIS secara digital. Dalam konteks perbankan syariah, kepercayaan menjadi faktor penting dikarenakan transaksi dapat dilakukan tanpa tatap muka dan berprinsip amanah dalam pengelolaan dana ZIS. Nasabah yang menyalurkan dana ZIS melalui layanan digital cenderung memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap aplikasi Byond by BSI [12].

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui platform digital, di mana tingkat kepercayaan menjadi faktor utama dalam mendorong masyarakat menggunakan layanan tersebut [21], [22]. Namun demikian, terdapat penelitian lain yang menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang lemah atau tidak signifikan terhadap keputusan membayar ZIS melalui layanan mobile banking, yang disebabkan oleh rendahnya tingkat kepercayaan serta

kebiasaan masyarakat menyalurkan ZIS secara langsung dibandingkan secara digital [9], [16]. Perbedaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa peran kepercayaan sangat dipengaruhi oleh jenis platform, tingkat kredibilitas layanan, serta karakteristik dan kebiasaan pengguna. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa dalam konteks aplikasi Byond by BSI pada nasabah BSI KC Sidoarjo Jenggolo, kepercayaan nasabah terbukti menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan nyata membayar ZIS secara digital.

Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Nasabah secara Simultan terhadap Keputusan Membayar ZIS melalui Aplikasi Byond by BSI

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan nasabah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) melalui aplikasi Byond by BSI, sehingga H3 diterima. Penelitian ini memperlihatkan bahwa keputusan nasabah dalam membayar ZIS melalui aplikasi Byond by BSI bukan hanya dipengaruhi oleh masing-masing faktor secara terpisah, melainkan merupakan hasil kombinasi antara kemudahan penggunaan dan kepercayaan nasabah terhadap sistem. Aplikasi yang mudah digunakan tetapi tidak didukung oleh tingkat kepercayaan yang tinggi, atau sebaliknya, belum tentu mampu mendorong keputusan nasabah membayar ZIS secara optimal [19].

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan membayar ZIS melalui layanan mobile banking, yang menunjukkan pentingnya sinergi antara aspek teknis dan psikologis dalam mendorong keputusan pembayaran digital [9]. Penelitian serupa juga menunjukkan bahwa keberhasilan aplikasi Byond by BSI dipengaruhi oleh kombinasi kemudahan penggunaan, kepercayaan, serta fitur layanan yang saling melengkapi dalam membentuk kepuasan dan keputusan nasabah [23].

Selain itu, penelitian lain menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan nasabah secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna mobile banking BSI, yang menegaskan bahwa kedua variabel tersebut berperan penting dalam membentuk sikap dan perilaku pengguna layanan digital [20]. Penelitian yang lebih luas juga menunjukkan bahwa kemudahan, kepercayaan, serta faktor pendukung lainnya seperti teknologi dan keamanan secara bersama-sama memengaruhi keputusan masyarakat dalam membayar zakat melalui aplikasi perbankan digital [24].

Dari hasil pemaparan di atas bisa dinyatakan bahwa tingkat kemudahan penggunaan dan kepercayaan nasabah terhadap aplikasi Byond by BSI memiliki peran penting dalam mendorong keputusan membayar Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) secara digital. Semakin mudah aplikasi dipahami dan dioperasikan oleh nasabah, serta semakin tinggi kepercayaan nasabah terhadap keamanan, transparansi, dan kesesuaian syariah pengelolaan dana, maka semakin besar pula tingkat kecenderungan nasabah untuk menyalurkan ZIS melalui aplikasi tersebut. Kondisi ini berimplikasi pada peningkatan volume dan keberlanjutan penghimpunan dana ZIS di Bank Syariah Indonesia, yang pada akhirnya mendukung optimalisasi fungsi sosial perbankan syariah dalam mendorong kesejahteraan masyarakat.

VII. SIMPULAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) melalui aplikasi Byond by BSI pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sidoarjo Jenggolo. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar ZIS, yang mengindikasikan bahwa semakin mudah aplikasi digunakan, dipahami, dan diakses, maka semakin besar pula kecenderungan nasabah untuk melakukan pembayaran ZIS secara digital.

Selain itu, kepercayaan nasabah juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar ZIS. Hal ini menunjukkan bahwa keyakinan nasabah terhadap keamanan sistem, transparansi pengelolaan dana, serta kesesuaian layanan dengan prinsip syariah menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan fitur pembayaran ZIS melalui aplikasi Byond by BSI.

Secara simultan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan nasabah bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan membayar ZIS. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan implementasi layanan ZIS digital tidak hanya ditentukan oleh aspek teknologi, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan nasabah terhadap institusi dan sistem yang digunakan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan aplikasi dan penguatan kepercayaan nasabah menjadi langkah strategis dalam mendorong optimalisasi pembayaran ZIS secara digital di Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan hasil analisis penelitian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kemudahan penggunaan dan kepercayaan nasabah terhadap aplikasi Byond by BSI memiliki peran penting dalam mendorong keputusan membayar Zakat, Infaq,

dan Shadaqah (ZIS) secara digital. Semakin mudah aplikasi dipahami dan dioperasikan, serta semakin tinggi kepercayaan nasabah terhadap keamanan, transparansi, dan kesesuaian syariah pengelolaan dana, maka semakin besar kecenderungan nasabah untuk menyalurkan ZIS melalui aplikasi tersebut. Kondisi ini berimplikasi pada peningkatan volume dan keberlanjutan penghimpunan dana ZIS di Bank Syariah Indonesia, yang pada akhirnya mendukung optimalisasi fungsi sosial perbankan syariah dalam mendorong kesejahteraan masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Ibu dan Ayah tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayang, motivasi, nasihat, dukungan, serta doa yang selalu menyertai, terima kasih juga kepada Kakak perempuan saya yang selalu mengarahkan, membantu, serta mendengarkan keluh kesah saya selama proses penelitian. Selanjutnya, terima kasih kepada rekan seperjuangan saya yang telah berjuang bersama-sama dari awal perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih pula kepada program studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sidoarjo atas bantuan dan dukungan akademik selama pelaksanaan penelitian. Terakhir, terima kasih kepada pihak BSI KC Sidoarjo Jenggolo yang telah berkenan memberikan izin serta membantu peneliti untuk memperoleh informasi serta data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.

REFERENSI

- [1] I. A. Pulungan, "Analisis Literasi Zakat, Infaq Dan Shadaqah Melalui Penggunaan Mobile Banking," *JISFIM J. Islam. Soc. Financ. Manag.*, vol. 2, pp. 121–130, 2023, doi: 10.24952/jisfim.v4i1.9392.
- [2] S. Masrohatin, M. Yunus, F. Maulana, and M. A. W. Hidayatullah, "Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah Melalui Mobile Banking BYOND BY BSI," *Menulis J. Penelit. Nusantara*, vol. 1, no. 2, pp. 465–472, 2025, doi: 10.59435/menulis.v1i3.138.
- [3] Agustinar, I. Baydury, S. Muallimah, and D. Asnita, "Optimalisasi Penyaluran Zakat Online Melalui Aplikasi BSI Mobile : Studi Pemahaman dan Persepsi Masyarakat," *J. Islam. Stud.*, vol. 1, no. 1, pp. 136–154, 2023, doi: 10.61693/elwasathy.vol12.2023.136-154.
- [4] N. Salsabila, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Membayar Infaq Melalui Bsi Mobile (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)," *SKRIPSI Univ. Islam Negeri Ar - Raniry Banda Aceh*, 2023.
- [5] H. Rahman, "Implementasi Aplikasi BSI Mobile Terhadap Efisiensi Nasabah dalam Pembayaran Zakat, Infaq & Waqaf (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep)," vol. 2, no. 2, pp. 244–262, 2024, doi: 10.62730/journalofeconomicandislamicresearch.v2i2.113.
- [6] Sofyan H and Indah R, "Pengaruh Layanan Fitur Berbagi Ziswaf Terhadap Preferensi Nasabah Dalam Menyalurkan Donasi Di Bsi Kotawaringin Timur," *CEMERLANG J. Manaj. dan Ekon. Bisnis*, vol. 2, no. 4, pp. 43–54, 2022, doi: 10.55606/cemerlang.v2i4.375.
- [7] Bank Syariah Indonesia, "Laporan Keuangan Bank Syariah Kuartal 3," *Pap. Knowl. . Towar. a Media Hist. Doc.*, no. December, pp. 11–12, 2025, [Online]. Available: <https://ir.bankbsi.co.id/misc/Laporan-Keuangan/Tahun-Laporan-2025/Q3-2025.pdf>
- [8] S. A. Rostiana, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Muslim Milenial Dalam Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech (Studi Empiris pada Muzaki Milenial di Wilayah Jabodetabek)," *skripsi UIN Alauddin Makassar*, no. 1, pp. 1–171, 2021, [Online]. Available: <https://dspace.uin.ac.id/handle/123456789/32115>
- [9] Firdah, K. Ismail, and Fitriani, "Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq dan Sedekah Menggunakan M-Banking (Studi Pada Muzakki Dan Munfiq di Baznas Kab. Bone)," *IKRAITH-EKONOMIKA*, vol. 8, no. 1, pp. 567–579, 2025, [Online]. Available: <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/4793>
- [10] A. Humaero, M. Masruron, and Y. Andriani, "Pengaruh Kemudahan , Keamanan , dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Fitur Berbagi-Ziswaf pada Mobile Banking BSI," *J. Artif. Intell. Digit. Bus.*, vol. 4, no. 3, pp. 6681–6686, 2025, doi: 10.31004/riggs.v4i3.2998.
- [11] U. Habibah and F. Nurafini, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq dan Shodaqoh Menggunakan Fitur Berbagi-Ziswaf BSI," *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 7, no. 1, pp. 97–111, 2024, doi: 10.26740/jekobi.v7n1.p97-111.
- [12] S. A. Sabila, "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Teknologi Qris Pada Aplikasi Bsi Mobile Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bsi Purwokerto)," *SKRIPSI UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri*, 2023.
- [13] S. Rania and Masruchin, "Pengaruh Intensi Dan Kegunaan Berzakat Terhadap Kesejahteraan Muzzaki Lazizmu Jawa Timur," *AT-TAWASSUTH J. Ekon. Islam*, vol. VIII, no. II, pp. 188–208, 2023.

- [14] R. Afifah, "Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri," SKRIPSI Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017. [Online]. Available: <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/36307>
- [15] D. H. Mcknight, M. Carter, J. B. Thatcher, and P. F. Clay, "Trust in a specific technology: An investigation of its components and measures," *ACM Trans. Manag. Inf. Syst.*, vol. 2, no. 2, 2011, doi: 10.1145/1985347.1985353.
- [16] Nurhayati, "Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menyalurkan Elektronik Zakat, Infak, Dan Sedekah Menggunakan Aplikasi Bsi Mobile," UIN Raden Mas Said Jakarta, 2022.
- [17] A. Hardana, J. Nasution, and A. Damisa, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT. BSI Cabang Padangsidimpuan," *J. Masharif Al-Syariah J. Ekon. dan Perbank. Syariah*, vol. 7, no. 2, pp. 828–838, 2022, [Online]. Available: <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- [18] R. Siti and S. M. Inaya, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Kemanfaatan , Risiko , dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang Fakultas Ekonomi , Universitas Negeri Semarang , Indonesia Abstrak," *J. Econ. Educ. Entrep.*, vol. 1, no. 2, pp. 66–80, 2020, doi: <https://doi.org/10.31331/jee.v1i2.1293>.
- [19] P. Gebrina, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq, Sedekah Dan Wakaf Melalui Bsi Mobile (Studi Pada Nasabah Bsi Yang Menggunakan Mobile Banking Di Kota Banda Aceh)," *SKRIPSI Univ. Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*, no. February, pp. 4–6, 2024.
- [20] Nurazizah and T. Teviana, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking BSI KCP Aek Kanopan Labuhanbatu Utara," *BENEFIT J. Business, Econ. Financ.*, vol. 3, no. 1, pp. 31–42, 2025, doi: 10.37985/benefit.v3i1.1079.
- [21] A. H. Khairunnisa, J. W. Ningrum, N. Huda, N. Rini, U. Indonesia, and U. Yarsi, "Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia," *J. Ilm. Ekon. Islam*, 6(02), 284–293, vol. 6, no. 02, pp. 284–293, 2020, doi: <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.761>.
- [22] N. Febiana, H. Tandjung, and H. Hakiem, "Pengaruh Literasi Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS), Kepercayaan, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia," *El-Mal J. Kaji. Ekon. Bisnis Islam*, vol. 5, no. 2, pp. 291–313, 2021, doi: 10.47467/elmal.v5i2.806.
- [23] F. Anggraeni and B. Waluyo, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Peralihan Mobile Banking BSI ke Byond by BSI," *Pros. Semin. Nas. Akunt. DAN Manaj.*, vol. 6, no. 1, 2025, [Online]. Available: <https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/SNAM/article/view/5708>
- [24] A. Wijaya, "Pengaruh Pengetahuan, Teknologi, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Masyarakat Jakarta Membayar Zakat Melalui BSI Mobile," *Semin. Nas. Akunt. dan Manaj. PNJ*, vol. 3, 2023, [Online]. Available: <https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/SNAM/article/view/766>

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.