

Analisis Persepsi Nasabah pada Pengguna Aplikasi BSI Mobile

Shifa Ani Aulia

Universitas Negeri Jakarta

Christian Wiradendi Wolor

Universitas Negeri Jakarta

Eka Dewi Utari

Universitas Negeri Jakarta

Alamat: Jl. Rawamangun Muka, RT.11/RW.14, Rawamangun, Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta.

Korespondensi penulis: shifaaniaulia0104@gmail.com

Abstrak. *The development of digital technology has driven a transformation in banking services, including Islamic banking. This study aims to analyze customer perceptions of the BSI Mobile application, focusing on security, stability, and service reliability. A qualitative approach with a case study design was used. Data were collected through social media observations, Google Play Store reviews, and in-depth interviews with four active users. Data were analyzed using the Miles and Huberman interactive model. The results revealed that system disruptions, slow transactions, and lack of transparency in complaint handling caused customer dissatisfaction. However, most pre-research respondents still trusted the app's security. Negative interactions on social media and user reviews influenced the app's image. Recommendations include improving app stability, customer service responsiveness, and proactive communication to rebuild customer trust.*

Keywords: *Application Security; Customer Perception; Digital Services; Mobile Banking Application; Service Stability*

Abstrak. Perkembangan teknologi digital mendorong transformasi layanan perbankan, termasuk perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi nasabah terhadap penggunaan aplikasi BSI Mobile, terutama dalam aspek keamanan, stabilitas, dan keandalan layanan. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi media sosial, ulasan Google Play Store, dan wawancara mendalam dengan empat pengguna aktif. Teknik analisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil menunjukkan bahwa gangguan sistem, lambatnya transaksi, dan kurangnya transparansi penanganan keluhan memicu ketidakpuasan. Meski begitu, mayoritas responden pra-riset tetap mempercayai keamanan aplikasi. Interaksi negatif di media sosial dan ulasan pengguna berpengaruh pada citra aplikasi. Rekomendasi meliputi peningkatan stabilitas aplikasi, responsivitas layanan pelanggan, dan komunikasi proaktif untuk membangun kembali kepercayaan nasabah.

Kata Kunci: *Aplikasi Mobile Banking; Keamanan Aplikasi; Layanan Digital; Persepsi Nasabah; Stabilitas Layanan*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi besar dalam industri perbankan, termasuk di Indonesia. Digitalisasi layanan keuangan seperti mobile banking memungkinkan akses perbankan yang lebih efisien dan mudah dijangkau, terutama oleh generasi muda. Bank Syariah Indonesia (BSI), sebagai bank syariah terbesar hasil merger tiga bank syariah BUMN, menghadirkan aplikasi BSI Mobile sebagai solusi perbankan digital berbasis syariah. Aplikasi ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam satu platform terpadu.

Namun, kenyataannya menunjukkan bahwa masih terdapat kendala yang dihadapi pengguna, seperti gangguan sistem, peretasan data (ransomware), dan kurangnya stabilitas layanan. Insiden kebocoran data dan keterlambatan transaksi menimbulkan kekhawatiran terkait keamanan dan kenyamanan penggunaan aplikasi tersebut. Oleh karena itu, pemahaman mengenai persepsi nasabah terhadap aplikasi BSI Mobile menjadi penting sebagai bahan evaluasi dan perbaikan layanan.

Kajian Teoritis

Penelitian ini berpijak pada teori persepsi yang menjelaskan bahwa persepsi merupakan hasil interpretasi individu terhadap informasi yang diterima, dipengaruhi oleh pengalaman, nilai, dan ekspektasi. Persepsi nasabah sangat menentukan dalam membentuk citra merek dan loyalitas pengguna. Teori sikap dan teori perilaku terencana (TPB) juga digunakan untuk memahami bagaimana persepsi berpengaruh terhadap keputusan dalam menggunakan layanan digital.

Permasalahan

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi nasabah terhadap aplikasi BSI Mobile dalam konteks keamanan, keandalan, dan kemudahan penggunaan, serta sejauh mana hal tersebut memengaruhi tingkat kepuasan dan keputusan untuk tetap menggunakan aplikasi tersebut.

Gap Analysis

Gap yang ditemukan dalam konteks ini adalah adanya kesenjangan antara *das sollen* (harapan atau idealisme pengguna terhadap layanan mobile banking yang stabil, aman, dan nyaman) dan *das sein* (realita berupa gangguan layanan, isu keamanan, dan ulasan negatif dari pengguna). Meskipun BSI Mobile dirancang untuk menjadi solusi perbankan digital syariah, berbagai insiden teknis dan isu keamanan masih menjadi hambatan dalam memenuhi ekspektasi tersebut.

Kebaruan Hasil Penelitian (State of the Art)

Gap yang ditemukan dalam konteks ini adalah adanya kesenjangan antara *das sollen* (harapan atau idealisme pengguna terhadap layanan mobile banking yang stabil, aman, dan nyaman) dan *das sein* (realita berupa gangguan layanan, isu keamanan, dan ulasan negatif dari pengguna). Meskipun BSI Mobile dirancang untuk menjadi solusi perbankan digital syariah, berbagai insiden teknis dan isu keamanan masih menjadi hambatan dalam memenuhi ekspektasi tersebut.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis persepsi pengguna terhadap keamanan, stabilitas, dan keandalan layanan aplikasi BSI Mobile.

2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan atau ketidakpuasan pengguna terhadap aplikasi.
3. Menjelaskan bagaimana persepsi nasabah di media sosial dan hasil wawancara memengaruhi citra aplikasi BSI Mobile.
4. Menilai dampak ulasan, rating, dan komentar negatif terhadap keputusan pengguna dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile.

KAJIAN TEORI

A. Konsep yang Diteliti

1. Teori Persepsi

a. Pengertian Persepsi Menurut Para Ahli

Menurut berbagai ahli, persepsi merupakan proses aktif dan konstruktif di mana individu menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensorik untuk membentuk gambaran tentang dunia. Dalam perspektif filsafat, Jean-Paul Sartre menekankan kesadaran aktif, sedangkan Maurice Merleau-Ponty memandang persepsi sebagai pengalaman tubuh yang berinteraksi langsung dengan lingkungan. Di bidang kognitif, persepsi melibatkan mekanisme bottom-up dan top-down, di mana otak memadukan data mentah dari indera dengan ekspektasi serta pengalaman sebelumnya (Rahnev et al., 2021). Teori Gestalt selanjutnya menyoroti prinsip holistik, seperti kedekatan dan kontinuitas dalam organisasi visual, sementara kajian neurosains menegaskan peran jalur subkortikal hingga kortikal dalam memproses rangsangan sensorik. Dengan demikian, persepsi bukan sekadar pantulan pasif, melainkan konstruksi aktif yang dipengaruhi faktor internal (keyakinan, harapan) maupun faktor eksternal (konteks budaya, lingkungan)

b. Proses Terbentuknya Persepsi

Persepsi terbentuk melalui interaksi yang kompleks antara input sensorik, pemrosesan kognitif, dan interpretasi kontekstual. Proses ini tidak hanya biologis, tetapi juga dipengaruhi oleh aspek psikologis dan filosofis. Secara rinci, proses ini mencakup beberapa tahapan:

1. Input dan Pemrosesan Sensorik

Proses dimulai dengan deteksi rangsangan oleh reseptor sensorik (seperti mata dan telinga), kemudian diproses secara bottom-up (berdasarkan stimulus yang masuk) dan top-down (berdasarkan pengalaman dan ekspektasi individu) (Moini et al., 2024).

2. Organisasi Perseptual

Informasi sensorik yang masuk diorganisasikan menjadi pola yang dapat dikenali melalui prinsip-prinsip Gestalt seperti kesamaan dan kontinuitas (Wagemans, 2024).

3. Pengaruh Kognitif dan Kontekstual

Persepsi turut dipengaruhi oleh memori, perhatian, ekspektasi, dan konteks budaya atau sosial tempat individu berada (Burge, 2022; Widiastuti et al., 2024).

4. Mekanisme Saraf dan Fisiologis

Proses persepsi melibatkan aktivitas saraf dari sistem sensorik hingga ke otak, di mana latihan dan kondisi fisiologis dapat memengaruhi hasil persepsi (Komiyama et al., 2023; Moini et al., 2024).

5. Perspektif Filsafat dan Teoritis

Dari sisi filsafat, persepsi dilihat sebagai bagian dari kesadaran dan pengalaman, di mana beberapa tokoh menyoroti aspek generatif dari persepsi dalam menciptakan struktur dan makna (Wu, 2022; Artemenkov, 2023).

c. Teori yang Berkaitan dengan Persepsi

1. Teori Sikap (Attitude Theory)

Teori sikap menjelaskan bagaimana kecenderungan internal terhadap objek atau situasi tertentu terbentuk dan memengaruhi perilaku. Model tri-komponen menguraikan sikap menjadi tiga elemen saling terkait: komponen kognitif (keyakinan atau pengetahuan), afektif (perasaan atau emosi), dan perilaku (kecenderungan bertindak) (Szűcs et al., n.d.). Dalam konteks penggunaan teknologi, misalnya mobile banking, sikap pengguna terhadap kemudahan, keamanan, dan manfaat layanan akan memengaruhi niat serta keputusan mereka untuk terus menggunakan aplikasi (Ajzen, 1991). Selain itu, teori keseimbangan dan teori motivasi menunjukkan bahwa individu cenderung mencari konsistensi antara sikap dan tindakan; ketika terjadi ketidaksesuaian, mereka terdorong untuk mengubah sikap atau perilaku agar tercapai harmoni (Rind, 2022). Dengan demikian, memahami struktur sikap nasabah penting untuk merancang strategi komunikasi dan fitur produk yang dapat meningkatkan penerimaan serta loyalitas pengguna.

2. Teori Kognitif (Cognitive Theory)

Teori kognitif adalah teori yang menekankan peran proses mental internal, seperti perhatian, memori, dan pemrosesan informasi dalam pembelajaran dan pengambilan keputusan. Proses ini melibatkan seleksi informasi, penyusunan makna, serta penyimpanan pengetahuan dalam memori jangka panjang. Dalam konteks layanan digital, teori kognitif membantu menjelaskan bagaimana desain antarmuka dan kompleksitas tugas memengaruhi beban kognitif pengguna, sehingga berdampak pada kepuasan dan efektivitas penggunaan (Muna et al., 2020). Pendekatan konstruktivis, salah satu turunan teori kognitif, menegaskan pentingnya keterlibatan aktif individu dalam membangun pengetahuan berdasarkan pengalaman langsung, yang relevan untuk merancang fitur interaktif pada aplikasi mobile banking (Habsy et al., 2023). Dengan demikian, pemahaman teori kognitif mendasari pengembangan aplikasi yang tidak hanya fungsional, tetapi juga intuitif dan mudah dipelajari oleh berbagai segmen pengguna.

2. Persepsi dalam Konteks Nasabah

Persepsi nasabah adalah cara individu menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi terkait layanan perbankan berdasarkan pengalaman, informasi dari lingkungan, serta karakteristik pribadi. Menurut Astuti & Mustikawati, persepsi nasabah mencakup evaluasi subjektif terhadap kemudahan transaksi, keamanan data, dan keandalan layanan, yang selanjutnya memengaruhi keputusan mereka untuk menerima atau menolak layanan tersebut. Faktor-faktor pembentuk persepsi mencakup sikap terhadap teknologi, motivasi penggunaan, harapan berdasarkan pengalaman masa lalu, serta ulasan dari sesama pengguna (Khasanah & Mustofa, 2022). Dalam penelitian perbankan syariah, misalnya, keyakinan bahwa sistem sejalan dengan prinsip syariah juga menjadi elemen penting yang membentuk persepsi positif nasabah terhadap aplikasi.

B. Telaah Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Peneliti & Tahun	Metode Penelitian	Hasil Utama
1	Exploring the Relationship between Social Media Engagement, Customer Reviews, and Brand Perceptions	Denpharanto A. K., Siska A. S., Dini T. W., Sigit W. (2024)	Kualitatif (ulasan media sosial)	Ulasan pelanggan dan keterlibatan media sosial sangat memengaruhi citra perusahaan.
2	The Impact of Social Media on Brand Reputation and Consumer	Omdeep Gupta (2023)	Kuantitatif (survei 210 responden)	Ulasan positif/negatif di media sosial memengaruhi reputasi merek secara signifikan.
3	The Impact of Customer Reviews in Social Media on Brand Reputation	M. Hamdan & Lourdes Canos Daros (2023)	Mixed Methods (AHP dan literatur)	Ulasan pelanggan online sangat berpengaruh pada reputasi merek dalam sektor akomodasi.
4	Building Corporate Image Through Social Media: Role of Impression Management	Shereen Aly H. A. Abdou (2023)	Kuantitatif (kuesioner online)	Manajemen tayangan di media sosial berpengaruh terhadap citra perusahaan.
5	The Power of Website and Social Media for Strengthening Brand Image, E-WoM, and Purchase Decision	Mochamad Nurhadi, Tatik Suryani, Abu Amar Fauzi (2023)	Kuantitatif (survei konsumen UKM)	Kualitas media sosial memengaruhi citra merek dan keputusan pembelian.
6	Perception of Transaction Ease, Security and Trust on Customer Satisfaction in	Veshela A. D. Nawangwulan & Renny Renny (2024)	Kuantitatif (350 responden Gen Z)	Kemudahan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap

	Using BSI Mobile Banking			kepuasan pengguna BSI Mobile.
7	Persepsi Nasabah UIN Sumatera Utara terhadap Layanan Fitur Mobile Banking BSI	Askur Hamid Nst dkk. (2022)	Kualitatif (observasi & wawancara)	Nasabah punya persepsi positif terhadap fitur BSI Mobile, terutama karena kemudahan transaksi.
8	Analisis Persepsi Nasabah terhadap Strategi Pemasaran Layanan BSI Mobile di Banda Aceh	Ismuadi, Muhammad Zulhilmi, Nisa Adila (2023)	Kualitatif (wawancara)	Nasabah menilai layanan BSI Mobile mempermudah transaksi dan tarif terjangkau.
9	Mobile Banking Intention in a High-Risk Situation	Ivan D. Sudirman & Dian Kurnianingrum (2024)	Kuantitatif (SEM-PLS, 140 responden)	Reputasi bank dan persepsi keamanan memengaruhi niat menggunakan mobile banking.
10	Empowering Trust: Evaluating Cybersecurity Standards in UAE's Online Banking	Ahmed Sebihi dkk. (2024)	Kuantitatif (survei & tinjauan pustaka)	Keamanan siber punya korelasi kuat dengan tingkat kepercayaan konsumen online banking.
11	Customer Perceptions of Mobile Telecommunication Providers	Ria Anggraini Simanjuntak (2023)	Kuantitatif (CB-SEM, 208 mahasiswa)	Persepsi terhadap kualitas layanan dan harga adil memengaruhi kepuasan dan loyalitas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam persepsi nasabah terhadap penggunaan aplikasi BSI Mobile, khususnya terkait aspek keamanan, stabilitas, dan keandalan layanan. Penelitian ini dilakukan di Jakarta dengan menggunakan metode studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap empat pengguna aplikasi BSI Mobile serta observasi pada media sosial dan platform ulasan daring. Teknik pengumpulan data utama dalam penelitian ini adalah wawancara semi-terstruktur dan dokumentasi dari komentar pengguna di platform digital. Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menerapkan triangulasi sumber dan teknik, serta melakukan validasi dengan member checking kepada narasumber. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis tematik dengan model interaktif Miles dan Huberman, yang melibatkan tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola-pola penting dalam persepsi pengguna serta memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap pengalaman nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Persepsi Pengguna terhadap Keamanan, Stabilitas, dan Keandalan Aplikasi BSI Mobile

Persepsi merupakan hasil konstruksi aktif dari pengalaman sensorik yang diproses melalui proses kognitif dan afektif individu (Brewer, 2015; Moini et al., 2024). Dalam konteks pengguna layanan digital seperti BSI Mobile, persepsi terhadap keamanan tidak hanya dibentuk oleh pengalaman langsung, tetapi juga oleh harapan, keyakinan, serta konteks sosial-budaya pengguna. Keamanan di sini mencakup persepsi pengguna terhadap perlindungan data pribadi, kerahasiaan transaksi, dan keandalan sistem terhadap ancaman eksternal seperti peretasan (Rahnev et al., 2021; Szmigin & Piacentini, 2022). Temuan wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar responden tetap memiliki persepsi yang hati-hati terhadap keamanan BSI Mobile, terutama setelah insiden kebocoran data pada tahun 2023. Salah satu narasumber menyatakan, “Iya, saya juga sempat ragu. Itu membuat orang jadi tidak percaya pada BSI, padahal BSI disebut-sebut sebagai bank syariah terbesar di Indonesia saat ini.” Pernyataan ini mencerminkan kekhawatiran laten yang berakar dari pengalaman kolektif dan informasi publik, bukan semata-mata dari interaksi langsung dengan aplikasi. Hal ini sejalan dengan pandangan teori persepsi yang menyatakan bahwa pengalaman masa lalu dan informasi lingkungan memengaruhi proses interpretasi sensorik. Namun, beberapa narasumber menunjukkan kepercayaan yang lebih besar terhadap upaya BSI dalam meningkatkan sistem keamanannya. Salah satu informan menyampaikan, “Saya tetap pakai BSI Mobile karena saya percaya mereka sudah memperbaiki sistemnya. Tapi saya tetap hati-hati, biasanya langsung logout dan tidak menyimpan data di ponsel.” Sikap ini mencerminkan dinamika antara kepercayaan dan kehati-hatian, yang dalam kerangka teori sikap menunjukkan bahwa pengguna cenderung mempertahankan perilaku jika sikap positif diperkuat oleh persepsi kontrol dan pengalaman sebelumnya.

Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan atau ketidakpuasan pengguna terhadap aplikasi BSI Mobile.

Menurut Brewer (2015), persepsi pengguna terhadap suatu layanan digital dibentuk melalui harapan, pengalaman sebelumnya, dan keyakinan pribadi yang tertanam dalam struktur kognitif individu. Hal ini sejalan dengan konsep persepsi pelanggan menurut Astuti & Mustikawati (2022) yang menyatakan bahwa persepsi merupakan hasil interpretasi pelanggan terhadap informasi layanan berdasarkan pengalaman dan harapan. Dalam konteks aplikasi BSI Mobile, kepuasan atau ketidakpuasan pengguna sangat dipengaruhi oleh dimensi kognitif, afektif, dan perilaku sebagaimana dijelaskan dalam teori sikap. Ketika pengguna merasa sistem tidak bekerja sesuai harapan atau mengalami gangguan teknis berulang, maka sikap negatif terbentuk, yang berdampak pada persepsi keseluruhan terhadap aplikasi. Temuan dari wawancara mendalam mengungkapkan ketidakpuasan pengguna yang berasal dari pengalaman teknis yang buruk, seperti gangguan transaksi dan aplikasi yang sering mengalami crash. Salah satu narasumber menyatakan, “Saya harus menutup dan membuka kembali aplikasi sampai tiga kali sebelum menyelesaikan transaksi. Itu sangat membuat frustrasi.” Pernyataan ini mencerminkan ketidaksesuaian antara harapan pengguna dan pengalaman aktual, sebagaimana diungkapkan dalam Teori Perilaku Terencana oleh Ajzen, bahwa ketidaksesuaian persepsi terkait kontrol situasional (misalnya, ketidakmampuan mengakses aplikasi) dapat mengurangi niat untuk terus menggunakan layanan. Selain itu, pengalaman negatif ini juga menunjukkan bahwa persepsi terbentuk secara relasional, tidak semata-mata sebagai respons terhadap objek, tetapi sebagai hasil dari hubungan dinamis antara pengguna dan sistem.

Pengaruh persepsi nasabah di media sosial dan hasil wawancara terhadap citra serta keputusan pengguna dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile.

Persepsi adalah proses aktif yang dibentuk melalui interaksi antara pengalaman sensorik, interpretasi kognitif, dan konteks sosial (Brewer, 2015; Moini et al., 2024). Dalam konteks pelanggan, persepsi dipengaruhi oleh informasi dari pengalaman pribadi dan lingkungan, termasuk media sosial. Hal ini relevan dengan Teori Sikap yang menyatakan bahwa komponen afektif, kognitif, dan perilaku membentuk respon individu terhadap suatu objek atau jasa. Di era digital, opini publik di media sosial menjadi kekuatan yang mempengaruhi persepsi kolektif terhadap reputasi merek dan keputusan pengguna. Temuan penelitian menunjukkan persepsi negatif di media sosial, terutama Twitter, memainkan peran penting dalam membentuk citra aplikasi BSI Mobile. Pengguna secara terbuka menyampaikan keluhan mengenai penundaan transaksi, gangguan sistem, dan kesalahan saat mengakses aplikasi. Salah satu narasumber menyatakan, “Saya pernah mentransfer uang, namun saldo terpotong dan uang tidak masuk ke rekening tujuan. Saya langsung mencari informasi di Twitter, dan ternyata banyak yang mengalami masalah serupa.” Pernyataan ini menunjukkan bagaimana media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sumber validasi pengalaman kolektif yang mempengaruhi persepsi pengguna lain. Hal ini memperkuat teori kognitif yang menyatakan bahwa ekspektasi dan pengetahuan sebelumnya mempengaruhi bagaimana individu menginterpretasikan pengalaman baru. Media sosial juga berfungsi sebagai wadah ekspresi afektif yang mempengaruhi komponen emosional dalam sikap pengguna terhadap aplikasi. Kumpulan komentar emosional yang negatif memperburuk citra aplikasi, bahkan bagi mereka yang tidak secara langsung mengalami kendala teknis. Seperti yang diungkapkan oleh narasumber lain, “Awalnya saya tidak pernah mengalami error, namun menjadi takut dan khawatir setelah melihat komentar orang-orang tentang saldo yang hilang.” Ketakutan ini menunjukkan bagaimana persepsi risiko dapat terbentuk melalui paparan konten negatif, bahkan ketika tidak didasarkan pada pengalaman pribadi secara langsung.

Saran perbaikan yang dianjurkan oleh nasabah selaku seseorang yang telah menggunakan aplikasi BSI Mobile, baik dari hasil wawancara maupun ulasan di Google Play Store

Dalam konteks persepsi pelanggan, pengalaman pengguna aplikasi digital sangat dipengaruhi oleh bagaimana individu menangkap, memproses, dan menginterpretasikan informasi selama penggunaan. Berdasarkan pandangan Merleau-Ponty dan pendekatan Gestalt, persepsi tidak hanya terbentuk dari rangsangan semata, namun merupakan hasil dari interaksi aktif pengguna dengan fitur dan antarmuka aplikasi. Dalam kerangka ini, saran perbaikan yang disampaikan oleh pengguna BSI Mobile mencerminkan bentuk evaluasi persepsi yang kompleks, yang melibatkan aspek kognitif, afektif, dan perilaku seperti yang diuraikan dalam teori sikap. Saran-saran ini bukan hanya kritik teknis, tetapi juga merupakan refleksi dari ketidaksesuaian antara ekspektasi dan pengalaman nyata yang dialami pengguna. Berdasarkan wawancara dengan beberapa pengguna aktif BSI Mobile, sebagian besar responden mengusulkan peningkatan stabilitas sistem dan kecepatan transaksi sebagai hal yang mendesak untuk diperbaiki. Salah satu narasumber menyatakan, “Kadang-kadang saat bertransaksi, aplikasi membutuhkan waktu yang sangat lama untuk dimuat. Saya harus menutup dan membuka kembali aplikasi hingga tiga kali. Hal ini menyebabkan kekhawatiran, terutama ketika uang belum diterima.” Pernyataan ini menunjukkan adanya ketegangan antara niat bertransaksi dan respon sistem, yang dalam kerangka Theory of Planned Behavior dapat mengganggu niat perilaku pengguna di masa depan. Gangguan tersebut memperburuk persepsi terhadap keandalan aplikasi dan menunjukkan bahwa kecepatan

dan stabilitas merupakan elemen penting dalam pembentukan kepercayaan digital. Selain stabilitas sistem, aspek keamanan juga menjadi perhatian utama. Beberapa ulasan pengguna di Google Play Store menyoroti kekhawatiran tentang pelanggaran data yang pernah terjadi. Hal ini berkaitan erat dengan teori persepsi kognitif yang dikemukakan oleh Brewer (2015) yang menegaskan bahwa persepsi sangat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu dan informasi yang telah diketahui sebelumnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap persepsi pengguna aplikasi BSI Mobile, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna memiliki pandangan yang beragam mengenai aspek keamanan, stabilitas, dan keandalan aplikasi tersebut. Meski sebagian besar masih mempercayai aplikasi ini, terdapat kekhawatiran yang muncul akibat gangguan teknis seperti error saat transaksi dan keterlambatan sistem. Ulasan negatif dan komentar di media sosial terbukti turut memengaruhi citra aplikasi, menciptakan persepsi publik yang fluktuatif. Faktor-faktor seperti pengalaman pribadi saat menggunakan aplikasi, ekspektasi terhadap layanan syariah, serta tanggapan pihak bank terhadap keluhan menjadi penentu utama dalam membentuk kepuasan maupun ketidakpuasan nasabah. Dengan demikian, persepsi pengguna terhadap aplikasi BSI Mobile bukan hanya mencerminkan kualitas teknis semata, tetapi juga dipengaruhi oleh komunikasi publik dan pengalaman emosional pengguna dalam mengakses layanan digital tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi berisi daftar jurnal, buku, atau referensi lain yang diacu dalam naskah yang terbit dalam 5 tahun terakhir dengan jumlah minimal 75% dari seluruh referensi yang digunakan. Mayoritas referensi adalah sumber primer yaitu jurnal ilmiah/prosiding. Jumlah referensi secara keseluruhan yang diacu minimal 20 buah, dan sebanyak 75%nya berasal dari publikasi jurnal ilmiah/prosiding hasil penelitian. Penulisan referensi secara alfabetis dan mengikuti gaya penulisan American Psychological Association (APA) 6th Edition. Manajemen penulisan referensi (dan kutipan) sangat disarankan menggunakan aplikasi Mendeley. Contoh penulisan referensi berdasarkan APA 6th Edition sebagai berikut:

Artikel Jurnal (satu, dua, atau lebih dari dua penulis)

- Hidayati, S.N. (2016). Pengaruh Pendekatan Keras dan Lunak Pemimpin Organisasi terhadap Kepuasan Kerja dan Potensi Mogok Kerja Karyawan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(2), 57-66. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i2.164>.
- Risdwiyanto, A. & Kurniyati, Y. (2015). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(1), 1-23. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142>.
- Bator, R. J., Bryan, A. D., & Schultz, P. W. (2011). Who Gives a Hoot?: Intercept Surveys of Litterers and Disposers. *Environment and Behavior*, 43(3), 295–315. <https://doi.org/10.1177/0013916509356884>.

Artikel Prosiding

- Norsyaheera, A.W., Lailatul, F.A.H., Shahid, S.A.M., & Maon, S.N. (2016). The Relationship Between Marketing Mix and Customer Loyalty in Hijab Industry: The Mediating Effect of Customer Satisfaction. In *Procedia Economics and Finance* (Vol. 37, pp. 366–371). Elsevier B.V. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30138-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30138-1).

Working Paper

Armand, F. (2003). Social Marketing Models for Product-Based Reproductive Health Programs: A Comparative Analysis. *Occasional Paper Series*. Washington, DC. Retrieved from www.cmsproject.com.

Disertasi/Tesis/Paper Kerja

Belair, A. R. (2003). Shopping for Your Self: When Marketing becomes a Social Problem. *Dissertation*. Concordia University, Montreal, Quebec, Canada.

Lindawati (2015). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Ekonomi dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Usahatani Terpadu Padi-Sapi di Provinsi Jawa Barat. Institut Pertanian Bogor. Retrieved from <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/85350>.

Buku Teks

Kotler, P., & Lee, N. R. (2009). *Up and Out of Poverty: The Social Marketing Solution*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Laporan Instansi/Lembaga/Organisasi/Perusahaan

LPPSP. (2016). *Statistik Indonesia 2016*. Badan Pusat Statistik, 676. Jakarta. Diakses dari <http://www.LPPSP.go.id/index.php/publikasi/326>.

Artikel Surat Kabar/Majalah

Risdwiyanto, A. (2016). Tas Kresek Berbayar, Ubah Perilaku Belanja? *Kedaulatan Rakyat*, 22 Februari, 12.

Sumber dari internet dengan nama penulis

Chain, P. (1997). Same or Different?: A Comparison of the Beliefs Australian and Chinese University Students Hold about Learning's Proceedings of AARE Conference. Swinburne University. Available at: <http://www.swin.edu.au/aare/97pap/CHAN97058.html>, diakses tanggal 27 Mei 2000.

Sumber dari internet tanpa nama penulis (tuliskan nama organisasi/perusahaan)

StatSoft, Inc. (1997). Electronic Statistic Textbook. Tulsa OK., StatSoft Online. Available at: <http://www.statsoft.com/textbook/stathome.html>, diakses tanggal 27 Mei 2000.