

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan peningkatan penetrasi internet secara signifikan telah merevolusi industri perbankan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Pergeseran dari layanan berbasis kantor (*branch-based service*) menuju sistem perbankan digital menjadi keniscayaan di era ekonomi berbasis data dan kecepatan. Inovasi digital seperti mobile banking, internet banking, hingga kehadiran *super-app* menjadi simbol modernisasi perbankan yang tidak hanya menekankan efisiensi, tetapi juga menuntut bank untuk memahami perilaku dan preferensi digital nasabah. Berdasarkan laporan *We Are Social* (2025), Indonesia memiliki lebih dari 220 juta pengguna internet aktif dengan tingkat penetrasi mencapai 78%, menunjukkan peluang besar bagi adopsi layanan keuangan digital. Tren ini diperkuat oleh laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menyebutkan bahwa nilai transaksi digital banking pada tahun 2024 mencapai lebih dari Rp71.000 triliun, meningkat sekitar 12% dibandingkan tahun sebelumnya, menandakan semakin kuatnya kepercayaan masyarakat terhadap layanan digital (OJK, 2025). Dalam konteks ini, transformasi digital menuntut perbankan untuk tidak hanya menghadirkan layanan yang cepat dan efisien, tetapi juga menciptakan *customer experience* yang menyenangkan, aman, dan personal agar nasabah merasa puas dan loyal. (Becker & Jaakkola, 2020)

Selain aspek efisiensi dan inovasi teknologi, pandemi COVID-19 menjadi katalis penting yang mempercepat digitalisasi sistem keuangan nasional. Pembatasan sosial dan perubahan gaya hidup selama pandemi membuat masyarakat

beralih secara masif ke transaksi non-tatap muka, seperti pembayaran melalui QRIS, mobile banking, dan dompet digital. Data *Bank Indonesia* (2024) menunjukkan bahwa transaksi digital banking meningkat hampir 30% pada masa pandemi dan terus mengalami pertumbuhan hingga pascapandemi, menandakan perubahan perilaku yang bersifat permanen. Situasi ini memaksa industri perbankan untuk menyesuaikan strategi dengan memperkuat platform digital yang tidak hanya fungsional tetapi juga memberikan *user journey* yang berkesan. Dalam era *experience economy*, nasabah tidak lagi menilai bank hanya dari produk dan layanan, tetapi dari *perasaan dan nilai pengalaman* yang mereka rasakan selama berinteraksi dengan aplikasi. Maka, *customer experience* menjadi faktor kunci yang membentuk persepsi kepuasan dan loyalitas jangka Panjang (Syahira et al., 2024)

Di sisi lain, dalam konteks perbankan syariah, digitalisasi membawa dinamika tersendiri karena kepercayaan (trust) menjadi pondasi utama hubungan antara nasabah dan bank. Kepercayaan ini mencakup dua dimensi: kepercayaan terhadap sistem teknologi (system-based trust) dan kepercayaan terhadap kepatuhan prinsip syariah (religious trust). Ketika bank syariah bertransformasi ke platform digital, tantangan yang dihadapi tidak hanya terkait dengan keamanan data dan reliabilitas sistem, tetapi juga dengan keyakinan nasabah bahwa setiap transaksi dan produk tetap sesuai dengan prinsip Islam. Menurut *IFSI Stability Report* (Islamic Financial Services Board, 2024), keberhasilan digitalisasi lembaga keuangan syariah sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan nasabah terhadap integritas dan kesesuaian syariah dari produk digital yang ditawarkan. Oleh karena itu, strategi digital bank syariah tidak hanya berfokus pada inovasi fitur, melainkan juga pada penguatan nilai spiritual dan etika pelayanan agar tercipta pengalaman

pengguna yang selaras antara nilai religius dan kebutuhan modern (Marlina & Bimo, 2018)

Salah satu manifestasi dari transformasi tersebut adalah peluncuran BYOND by BSI, aplikasi super-app yang dikembangkan oleh *Bank Syariah Indonesia (BSI)*. Aplikasi ini hadir sebagai bentuk inovasi perbankan syariah modern yang mengintegrasikan aspek finansial, sosial, dan spiritual dalam satu platform digital. BYOND menawarkan beragam layanan mulai dari transaksi keuangan, investasi, zakat, infak, sedekah, hingga wakaf digital yang memudahkan nasabah untuk beribadah dan bertransaksi dalam satu ekosistem. Berdasarkan laporan resmi BSI (2025), aplikasi BYOND telah mencatat lebih dari 3 juta pengguna aktif dengan pertumbuhan transaksi mencapai 15 juta transaksi per bulan, menunjukkan antusiasme masyarakat terhadap layanan keuangan digital syariah. Keberhasilan ini tidak terlepas dari upaya BSI untuk memberikan pengalaman digital yang menyenangkan dan aman bagi pengguna, serta memperkuat kepercayaan melalui jaminan kesesuaian syariah dan perlindungan data. Dengan demikian, penelitian mengenai hubungan antara *customer experience*, *trust*, dan *kepuasan nasabah* pada aplikasi BYOND menjadi penting untuk menilai sejauh mana inovasi tersebut berhasil menciptakan nilai dan kenyamanan bagi pengguna (Vebiana, 2018)

Khususnya di Kota Lhokseumawe, yang dikenal sebagai salah satu pusat ekonomi dan pendidikan di Aceh, potensi pengembangan layanan digital syariah sangat besar. Berdasarkan *Badan Pusat Statistik Kota Lhokseumawe (2024)*, jumlah penduduk mencapai lebih dari 197.000 jiwa dengan mayoritas penduduk berada pada usia produktif, dan tingkat literasi digital terus meningkat seiring pertumbuhan

pengguna smartphone di kalangan muda. Namun, meskipun secara nasional penggunaan aplikasi BYOND meningkat pesat, belum ada kajian empiris yang menilai secara spesifik bagaimana *customer experience* dan *trust* mempengaruhi *kepuasan nasabah* di daerah ini. Dengan latar belakang budaya religius yang kuat serta tingkat adopsi teknologi yang terus meningkat, Lhokseumawe menjadi lokasi ideal untuk meneliti keseimbangan antara nilai syariah, kepercayaan digital, dan pengalaman pelanggan.

Berdasarkan Secara keseluruhan, permasalahan dalam penelitian ini dikarenakan perkembangan layanan perbankan digital semakin cepat, tetapi belum tentu kepuasan nasabah dan kepercayaan nasabah juga meningkat meskipun aplikasi Byond by BSI dibuat bertujuan memudahkan transaksi dan memberikan layanan lebih praktis dalam penggunaan masih sangat sering terjadi beberapa masalah seperti kinerja aplikasi belum stabil aplikasi terkadang lambat saat dibuka proses login membutuhkan waktu yang cukup lama. Beberapa pengguna mengalami force close atau aplikasi tiba-tiba keluar. Gangguan saat melakukan transaksi, Transfer dan pembayaran terkadang gagal diproses, fitur QRIS pada beberapa perangkat mengalami bug sehingga pengguna kesulitan memasukkan nominal pembayaran, Pembayaran melalui Virtual Account dilaporkan tidak selalu berjalan dengan baik. Kendala proses login dan aktivasi akun sebagian pengguna mengalami kesulitan login kembali setelah keluar dari akun beberapa pengguna harus melakukan aktivasi ulang melalui kantor cabang karena akun tidak dapat diakses. Aplikasi eror, fitur yang sulit dipahami, pengalaman pengguna yang kurang nyaman, serta kekhawatiran nasabah terhadap keamanan data dan transaksi. Oleh karena itu penelitian ini menarik di teliti unruk dilakukan agar dapat

mengetahui bagaimana pengalaman pengguna aplikasi dan Tingkat kepercayaan nasabah dapat mempengaruhi kepuasan mereka dalam menggunakan layanan digital. Hasil penelitian ini dapat membantu BSI dan lembaga keuangan syariah lain dalam menyusun strategi peningkatan layanan digital, membangun kepercayaan berbasis nilai-nilai syariah, dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah di wilayah dengan karakteristik religius dan digital-savvy seperti Lhokseumawe (Ria Octavia, 2019)

Customer Experience dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan sistem, kenyamanan antarmuka, dan kelancaran transaksi. Trust dipengaruhi oleh keamanan aplikasi, keandalan sistem, keberhasilan transaksi, serta keyakinan bahwa data dan dana nasabah terlindungi. Apabila pengalaman penggunaan kurang baik dan kepercayaan pengguna menurun, maka kepuasan nasabah juga berpotensi menurun. Dengan demikian, berbagai kendala yang masih dialami pengguna BYOND by BSI menunjukkan bahwa evaluasi terhadap pengalaman pengguna dan tingkat kepercayaan nasabah menjadi penting untuk mengetahui sejauh mana kedua faktor tersebut memengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi BYOND by BSI.

Customer experience (pengalaman nasabah) pada platform digital merujuk pada keseluruhan interaksi dan persepsi pengguna saat menggunakan aplikasi, mencakup aspek usability, fitur, kecepatan layanan, ketersediaan informasi, dan elemen emosional seperti kenyamanan dan kepuasan psikologis. Trust (kepercayaan) pada layanan perbankan digital mencakup keyakinan nasabah bahwa aplikasi aman, privasi data terlindungi, transaksi dapat diandalkan, dan layanan sesuai dengan prinsip yang dijanjikan (termasuk kesesuaian syariah pada konteks

BSI). Kepuasan nasabah merupakan respons evaluatif terhadap pengalaman dan hasil penggunaan layanan yang sering menjadi mediator antara pengalaman/kepercayaan dan perilaku berkelanjutan seperti loyalitas atau niat menggunakan kembali. Literatur layanan digital menunjukkan bahwa pengalaman pengguna dan tingkat kepercayaan secara simultan mempengaruhi tingkat kepuasan karena pengalaman positif membentuk persepsi nilai sementara trust mengurangi risiko persepsi nasabah. (Ira Triyana Dewi, 2016) Dalam studi empiris pada mobile banking, dimensi seperti kemudahan penggunaan, keandalan teknis, dan kualitas informasi konsisten ditemukan mempengaruhi kepuasan nasabah. Sementara itu, trust seringkali dimediasi atau memoderasi hubungan antara fitur teknis dan kepuasan, khususnya pada layanan yang melibatkan transaksi finansial (Ira Triyana Dewi, 2016). Karena BYOND by BSI mengklaim fitur finansial, sosial, dan spiritual, pengukuran kedua variabel (customer experience dan trust) perlu disesuaikan dengan karakteristik super-app syariah tersebut. Dengan begitu, penelitian ini memeriksa kedua variabel tersebut tidak terpisah melainkan sebagai konstruk yang saling berkaitan dalam membentuk kepuasan nasabah (Ismail, 2014)

Menurut Brakus et al. (2009), Customer Experience adalah rangkaian perasaan dan pemahaman yang muncul dari dorongan yang terkait dengan suatu produk. Semakin berkembang pengalaman tersebut, semakin kuat hubungan emosional yang terbentuk seiring waktu. Meskipun begitu, perasaan hanyalah salah satu hasil penting dari perubahan yang terjadi. Selain itu, ketika konsumen memberikan tanggapan terhadap perbaikan yang berkaitan dengan merek seperti nama, logo, maskot, bundling, pesan promosi, serta suasana toko, maka hal ini mempengaruhi pengalaman mereka.

Brakus et al. (2009) menyebutkan bahwa ada empat komponen dalam pengalaman konsumen. Yang pertama adalah pengalaman melalui indra seperti penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan rasa. Yang kedua adalah cinta, yaitu pandangan yang memengaruhi pikiran, perasaan, dan sentimen. Yang ketiga adalah interaksi perilaku, yang mencakup pertemuan nyata, standar perilaku, dan gaya hidup. Yang keempat adalah brilian, yaitu pertemuan yang mendorong pelanggan untuk mempertimbangkan secara cermat tentang citra perusahaan. Menurut Panjaitan et al. (2019), Customer Experience saat ini mendapat perhatian besar dalam pemasaran. Memahami pentingnya pengalaman merek akan membantu pemasar dalam merancang strategi berdasarkan pengalaman konsumen.

Menurut Chandra & Keni (2021), pengalaman konsumen suatu perusahaan ditentukan oleh bagaimana konsumen memandang merek dan pengalaman saat menggunakan produk tersebut. (Sholekhatun Nisa et al., 2024)

PT Bank Syariah Indonesia (BSI) meluncurkan BYOND by BSI sebagai super-app yang menggabungkan layanan finansial, sosial, dan spiritual, dan sejak peluncurannya memperoleh pertumbuhan pengguna yang cepat; tercatat lonjakan pengguna aktif dan volume transaksi yang signifikan dalam beberapa bulan pertama setelah diluncurkan. Laporan korporat BSI menyebutkan angka pengguna BYOND mencapai jutaan user dan catatan transaksi mencapai puluhan juta transaksi, yang memperlihatkan tren adopsi yang kuat terhadap platform ini di tingkat nasional. Pernyataan resmi BSI juga menyebutkan fitur-fitur populer dalam BYOND seperti QRIS, ZISWAF (zakat, infak, sedekah, wakaf), serta layanan investasi yang mendorong aktivitas transaksi pengguna di aplikasi. Adopsi nasional tersebut harus dipahami berbarengan dengan kondisi demografi Lhokseumawe yang

menunjukkan mayoritas penduduk berusia produktif, sehingga potensi pengguna layanan mobile banking pada kota ini relatif besar. Berdasarkan publikasi Statistik Daerah,

Kota Lhokseumawe memiliki hampir 197 ribu jiwa penduduk dengan proporsi usia produktif yang substansial, sehingga pasar lokal untuk aplikasi perbankan digital cukup potensial. Di sisi industri, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan publikasi statistik perbankan nasional mencatat tren pen (BSI, 2025) tingkatan transaksi digital dan penetrasi mobile banking yang terus tumbuh, memperkuat relevansi studi pada level kota/kabupaten. Namun, meskipun ada pertumbuhan pengguna BYOND secara nasional, masih sedikit kajian yang menguji bagaimana pengalaman dan trust pengguna di daerah perkotaan kecil seperti Lhokseumawe memengaruhi kepuasan nasabah terhadap super-app syariah ini. Fakta-fakta tersebut menegaskan urgensi penelitian untuk mengeksplorasi dinamika lokal (Lhokseumawe) dalam kerangka adopsi BYOND by BSI dan implikasinya pada kepuasan nasabah (BSI, 2025)

Tabel 2.1 Hasil Pra Survei

No	Pernyataan	Setuju		Tidak Setuju		Jumlah	
		F	%	F	%	F	%
1	Tampilan, desain, dan fitur aplikasi BYOND by BSI memberikan pengalaman menarik, nyaman, dan menyenangkan saat digunakan.	12	44%	0	0	12	44%
2	Aplikasi BYOND by Bsi memudahkan anda memahami layanan perbankan	17	63%	0	0	17	63%

	serta membantu anda bertransaksi secara mandiri, praktis, efisien						
3	Mempercayai aplikasi BYOND by BSI mampu menjalankan transaksi dengan baik, cepat, dan jarang mengalami gangguan	8	29%	3	11%	11	40%
4	BYOND by BSI menjaga keamanan data, bersikap jujur, serta mengutamakan kepentingan dan kenyamanan nasabah melalui aplikasi BYOND by BSI	13	48%	2	7%	15	55%
5	Kualitas layanan yang diberikan aplikasi BYOND by BSI sudah sesuai dengan harapan dan membuat anda merasa puas	11	40%	1	3%	12	43%
6	Selama menggunakan aplikasi BYOND by BSI anda jarang mengalami masalah atau keluhan	6	22%	6	22%	12	44%

Sumber : data diolah (2025)

Dari tabel hasil prasurvei diatas penulis melakukan pra survei terhadap 25 responden nasabah yang menggunakan aplikasi BYOND by BSI menunjukkan hasil yang dapat ditarik kesimpulan awal bahwa aplikasi BYOND by BSI telah memberikan pengalaman yang relatif positif bagi sebagian besar responden, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang perlu mendapat perhatian lebih lanjut. Dari variabel customer experience, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa tampilan desain dan fitur aplikasi BYOND by BSI mampu memberikan

pengalaman yang menarik, nyaman, dan menyenangkan saat digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek estetika dan hiburan dalam aplikasi sudah cukup baik dan mampu menciptakan kesan positif pada pengguna. Selain itu, responden juga menilai bahwa aplikasi BYOND by BSI memudahkan mereka dalam memahami layanan perbankan serta membantu proses transaksi secara mandiri, praktis, dan efisien. Temuan ini mengindikasikan bahwa dimensi edukasi dan kemudahan penggunaan aplikasi telah berjalan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Namun demikian, pada aspek keandalan sistem, meskipun sebagian responden menyatakan percaya bahwa aplikasi BYOND by BSI mampu menjalankan transaksi dengan baik, cepat, dan jarang mengalami gangguan, masih terdapat responden yang menyatakan tidak setuju. Kondisi ini menunjukkan bahwa stabilitas dan performa teknis aplikasi belum sepenuhnya dirasakan optimal oleh seluruh pengguna, sehingga berpotensi memengaruhi pengalaman secara keseluruhan.

Ditinjau dari variabel trust, sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa BYOND by BSI menjaga keamanan data, bersikap jujur, serta mengutamakan kepentingan dan kenyamanan nasabah. Hal ini mencerminkan tingkat kepercayaan yang cukup baik terhadap integritas dan kemampuan aplikasi dalam melindungi kepentingan pengguna. Kepercayaan ini menjadi modal penting dalam mendorong keberlanjutan penggunaan aplikasi perbankan digital. Sementara itu, dari aspek kepuasan nasabah hasil pra survei menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi BYOND by BSI sudah sesuai dengan harapan dan mampu memberikan rasa puas. Akan tetapi, masih terdapat proporsi responden yang mengaku pernah mengalami masalah atau keluhan selama menggunakan aplikasi, dengan jumlah setuju dan

tidak setuju yang relatif seimbang. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun tingkat kepuasan tergolong cukup baik, pengalaman negatif yang dialami sebagian nasabah tetap perlu diperhatikan agar tidak menurunkan kepuasan secara keseluruhan. Secara keseluruhan, pra survei ini memberikan gambaran awal bahwa customer experience dan trust terhadap aplikasi BYOND by BSI cenderung positif dan berpotensi memengaruhi kepuasan nasabah. Namun, adanya beberapa responden yang menyatakan ketidakpuasan atau keraguan, terutama terkait gangguan aplikasi dan keluhan penggunaan, menunjukkan perlunya peningkatan berkelanjutan pada aspek teknis dan kualitas layanan. Hasil pra survei ini sekaligus memperkuat urgensi dilakukannya penelitian lebih lanjut untuk menguji secara empiris pengaruh customer experience dan trust terhadap kepuasan nasabah aplikasi BYOND by BSI di Kota Lhokseumawe.

Adapun reseach gap atau kebaruan penelitiannya ini adalah Penelitian mengenai pengaruh customer experience dan trust terhadap kepuasan nasabah dalam konteks perbankan digital memang telah banyak dilakukan, namun masih terdapat kesenjangan yang signifikan ketika dikaitkan secara spesifik dengan aplikasi Byond by BSI sebagai platform mobile banking dari Bank Syariah Indonesia. Sebagian besar studi terdahulu cenderung meneliti mobile banking secara umum atau pada bank konvensional, sehingga belum secara mendalam mengeksplorasi karakteristik nasabah bank syariah yang memiliki dimensi kepercayaan berbeda, baik dari aspek keamanan digital maupun keyakinan terhadap prinsip syariah institusi. Selain itu, penelitian sebelumnya sering menguji customer experience dan trust secara terpisah, belum banyak yang menganalisis keduanya secara simultan dalam satu model empiris untuk melihat pengaruh langsungnya

terhadap kepuasan nasabah pada aplikasi digital tertentu. Pengukuran *customer experience* juga masih didominasi indikator umum seperti kualitas layanan, tanpa mengakomodasi secara spesifik pengalaman digital berbasis user interface, kemudahan navigasi, responsivitas sistem, dan personalisasi fitur yang menjadi faktor krusial dalam aplikasi mobile banking modern. Di sisi lain, konstruk *trust* sering diperlakukan sebagai variabel tunggal tanpa membedakan antara kepercayaan terhadap teknologi aplikasi (*digital trust*) dan kepercayaan terhadap institusi bank (*institutional trust*). Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih kontekstual, terintegrasi, dan berbasis pada realitas penggunaan aplikasi *Byond by BSI* untuk mengisi kekosongan literatur tersebut serta memberikan kontribusi empiris yang relevan bagi pengembangan layanan perbankan digital syariah di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *BYOND by BSI* di Kota Lhokseumawe?
2. Bagaimana pengaruh *trust* terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *BYOND by BSI* di Kota Lhokseumawe?
3. Bagaimana pengaruh simultan antara *customer experience* dan *trust* terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *BYOND by BSI* di Kota Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi BYOND by BSI di Kota Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui pengaruh *trust* terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi BYOND by BSI di Kota Lhokseumawe.
3. Untuk mengetahui pengaruh simultan antara *customer experience* dan *trust* terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi BYOND by BSI di Kota Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat secara teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang administrasi bisnis. Kajian ini memperkaya literatur akademik mengenai hubungan antara *customer experience*, *trust*, dan *kepuasan nasabah* dalam konteks layanan digital berbasis syariah, yang masih relatif baru dan belum banyak dieksplorasi secara mendalam. Melalui pendekatan empiris terhadap aplikasi BYOND by BSI, penelitian ini berupaya memperluas pemahaman teoritis tentang bagaimana pengalaman pengguna dan kepercayaan dapat berinteraksi dalam membentuk kepuasan pelanggan, khususnya pada sistem keuangan berbasis nilai-nilai religius. Penelitian ini juga memberikan tambahan perspektif ilmiah bagi akademisi untuk mengembangkan model penelitian lanjutan yang meneliti dimensi lain seperti loyalitas, intensi penggunaan ulang, atau *customer engagement* dalam sistem perbankan digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah yang relevan, memperkuat dasar teoritis riset terkait digitalisasi layanan syariah, serta memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan

kurikulum dan literatur di bidang administrasi bisnis dan pemasaran berbasis teknologi.

b. Manfaat secara praktis

Penelitian ini memiliki nilai strategis yang tinggi bagi berbagai pihak yang terlibat langsung dalam pengembangan dan penggunaan layanan perbankan digital syariah, khususnya Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui aplikasi BYOND. Bagi pihak manajemen BSI, Selain itu, bagi masyarakat pengguna, hasil penelitian ini dapat membantu meningkatkan pemahaman tentang pentingnya pengalaman dan kepercayaan dalam memilih serta menggunakan layanan keuangan digital yang aman, etis, dan bernilai religius. Penelitian ini juga bermanfaat bagi pelaku industri dan pengembang aplikasi digital lainnya sebagai referensi dalam menciptakan *super-app* berbasis kepercayaan dan pengalaman pengguna yang unggul, khususnya di wilayah dengan karakteristik sosial-religius seperti Kota Lhokseumawe. Dengan demikian, manfaat praktis penelitian ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kinerja institusi keuangan, tetapi juga mendukung penguatan literasi digital dan keuangan masyarakat secara luas, menuju ekosistem perbankan syariah yang lebih adaptif, terpercaya, dan berkelanjutan di era transformasi digital