

Penerimaan dan Penggunaan *SuperApp BYOND* BSI: Ekstensi Teori *Technology Acceptance Model*

Muh. Fasya Nur Arbaien¹, Silvia Ripa Nurkaromah², Sinta Sutarman³, Hilda Apriyani⁴

^{1,2}Ekonomi Syariah, Universitas Siliwangi, Indonesia

^{3,4}Perbankan Syariah, Universitas Alma Ata, Indonesia
211002061@student.unsil.ac.id

Info Artikel

Sejarah artikel :

Diterima Januari 2025

Direvisi Januari 2025

Disetujui Maret 2025

Diterbitkan Maret 2025

ABSTRACT

Bank Syariah Indonesia launched SuperApp BYOND by BSI as the successor to the BSI mobile banking app, featuring innovations such as high-level cyber security, easy access to BSI products, and social and spiritual service features. Customer's acceptance and use of this application is still a challenge that needs attention. This research uses a quantitative method with the Technology Acceptance Model theory approach. The objective was to determine the factors that influence BSI customers' acceptance of BYOND SuperApp. The results of this research found that TAM components such as perceived usefulness, perceived convenience, attitudes, intentions, and trust affect the use of the BYOND by BSI mobile banking application by customers. As a result, feature development, security enhancement, and customer education are strategic steps to support the successful implementation of mobile banking technology in Indonesia.

Keywords : *BSI Mobile Banking; BYOND; Technology Acceptance Model.*

ABSTRAK

Bank Syariah Indonesia resmi meluncurkan *SuperApp BYOND* by BSI sebagai penerus aplikasi BSI mobile banking yang menawarkan inovasi berupa keamanan *cyber* tingkat tinggi, kemudahan akses produk BSI, hingga fitur layanan sosial dan spiritual. Faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi ini meliputi kemudahan penggunaan, kepercayaan terhadap teknologi, dan persepsi manfaat. Berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM), kompleksitas antarmuka dan fitur keamanan menjadi perhatian utama. BSI harus memastikan antarmuka *SuperApp BYOND* mudah dipahami, aman, dan memberikan nilai tambah yang signifikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan teori *Technology Acceptance Model*. Tujuannya untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan *SuperApp BYOND* oleh nasabah BSI. Hasil penelitian ini menemukan bahwa komponen TAM seperti persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap, intensi, dan kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking BYOND* by BSI oleh nasabah. Implikasinya dapat meningkatkan pengembangan fitur, peningkatan keamanan, dan edukasi nasabah menjadi langkah strategis untuk mendukung keberhasilan implementasi teknologi mobile banking di Indonesia.

Kata Kunci : *BYOND; BSI Mobile Banking; Technology Acceptance Model.*

PENDAHULUAN

Perbankan syariah merupakan salah satu pilar penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip islam. Sebab, perbankan syariah mengedepankan sistem bagi hasil, melarang riba, dan menerapkan nilai nilai keadilan, dan berkelanjutan [1]. Perkembangan perbankan syariah di

Indonesia menunjukkan tren yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir, dimulai berdirinya Bank Muamalat sebagai perbankan syariah pertama di Indonesia, hingga penggabungan tiga bank syariah milik BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia pada tahun 2021 [2]. Selain itu, perkembangan perbankan syariah didukung oleh mayoritas penduduk muslim di Indonesia sebesar pada tahun 2023 mencapai 86,7% dari total populasi sebesar 277,53 juta jiwa [3].

Bank Syariah Indonesia (BSI) Resmi beroperasi sejak Februari 2021, BSI membawa visi untuk menjadi bank syariah terdepan yang mampu bersaing secara global. Keberadaan BSI tidak hanya memperkuat ekosistem keuangan syariah nasional, tetapi juga menjadi motor penggerak peningkatan inklusi keuangan di Indonesia (Bank Indonesia, 2021). Hingga Juni 2024, BSI mencatatkan pencapaian Rasio Pembiayaan Inklusif Makroprudensial (RPIM) sebesar Rp88,81 triliun, meningkat dari Rp74,04 triliun pada tahun sebelumnya [5].

Program pembiayaan dan pendampingan yang ditawarkan BSI, seperti pembiayaan mikro, *consumer*, pembiayaan Griya Hasanah, dan pelatihan UMKM. Tujuannya mendukung pengembangan usaha serta memfasilitasi akses ke pasar dan legalitas usaha bagi pelaku UMKM. Upaya ini berkontribusi pada sektor UMKM yang menyumbang 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap tenaga kerja yang signifikan [6]. Dengan produk layanan yang beragam, BSI menawarkan fitur kepada nasabah untuk mengakses semua produk layanan di BSI dengan mengintegrasikan dengan teknologi.

Sejalan dengan era digitalisasi, BSI meluncurkan fitur layanan digital, seperti BSI *Mobile Banking*, merupakan bagian dari upaya strategis BSI untuk memperluas aksesibilitas dan inklusi keuangan, terutama bagi masyarakat yang belum terjangkau layanan perbankan konvensional [7]. Transformasi ini tidak hanya mendukung program pembiayaan inklusif yang telah berjalan, tetapi juga memperkuat peran BSI sebagai katalisator pertumbuhan sektor UMKM dan penyedia layanan keuangan berbasis syariah yang lebih adaptif terhadap kebutuhan nasabah. Layanan ini memungkinkan nasabah untuk mengakses berbagai fitur perbankan, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, hingga investasi, kapan saja dan di mana saja [8]. Penggunaan layanan BSI *mobile banking* mengalami peningkatan tajam dalam beberapa tahun terakhir, yang didorong oleh adopsi *smartphone* yang luas dan kebutuhan masyarakat akan layanan yang efisien [9].

Penggunaan *mobile banking* di Indonesia mengalami lonjakan signifikan seiring dengan penetrasi *smartphone* dan tuntutan masyarakat terhadap layanan perbankan yang cepat dan efisien [10]. Sehingga, untuk memenuhi kebutuhan tersebut BSI meluncurkan SuperApp *BYOND by BSI* sebagai penerus aplikasi BSI *mobile banking*. *BYOND* merupakan aplikasi *mobile banking* BSI yang menawarkan inovasi berupa keamanan *cyber* tingkat tinggi, kemudahan akses produk BSI, hingga fitur layanan sosial dan spiritual [11].

Meski inovasi digital seperti *SuperApp BYOND* menawarkan berbagai keunggulan, penerimaan dan penggunaan aplikasi ini oleh masyarakat masih menjadi tantangan yang perlu diperhatikan. Sebab, *SuperApp BYOND by BSI* resmi diluncurkan pada oktober tahun 2024 [11]. Sehingga faktor-faktor seperti

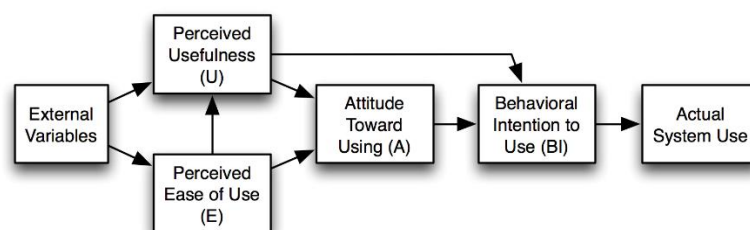
kemudahan penggunaan, kepercayaan terhadap teknologi, dan persepsi manfaat menjadi variabel penting yang mempengaruhi adopsi teknologi ini.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan variabel penting yang memengaruhi tingkat adopsi teknologi. Pengguna akan menghadapi kesulitan dalam navigasi atau pemahaman fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi apabila aplikasi tersebut pertama kali diluncurkan [12], [13]. Penggunaan yang kompleks atau antarmuka yang tidak intuitif dapat menghalangi pengguna untuk memaksimalkan manfaat yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting bagi BSI untuk memastikan bahwa desain antarmuka dan pengalaman pengguna (*user experience*) dari *SuperApp BYOND* mudah dipahami dan diakses oleh semua kalangan, termasuk mereka yang kurang akrab dengan teknologi.

Selain itu, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap teknologi juga menjadi faktor yang krusial dalam adopsi aplikasi ini. Pengguna harus memiliki keyakinan bahwa *SuperApp BYOND* aman dan dapat diandalkan. Mengingat tingginya risiko terkait keamanan *cyber*, BSI perlu menjamin bahwa aplikasi ini dilengkapi dengan fitur keamanan yang memadai dan dapat melindungi data pribadi serta transaksi pengguna. Terakhir, sikap penggunaan dan intensi menggunakan juga sangat memengaruhi keputusan pengguna dalam mengadopsi teknologi. Pengguna harus melihat adanya nilai tambah yang signifikan dari penggunaan *SuperApp BYOND* dibandingkan dengan aplikasi perbankan lainnya. Oleh karena itu, BSI perlu terus mengedukasi masyarakat mengenai berbagai manfaat dan keunggulan yang ditawarkan oleh *SuperApp BYOND*, seperti fitur layanan sosial dan spiritual yang inovatif, untuk mendorong adopsi yang lebih luas.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan prosedur penelitian sistematis dengan metode *scientific*, karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, serta sistematis [14]. Pendekatan penelitian yang digunakan merupakan *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM merupakan teori yang dikemukakan oleh yang bertujuan untuk menjelaskan faktor penentu penerimaan dan penggunaan dari suatu teknologi informasi secara umum. Beberapa faktor tersebut diantaranya persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), sikap, dan intensi menggunakan. Pendekatan TAM digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka *Technology Acceptance Model*

Sumber: Davis (1989)

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan keyakinan seseorang dalam menggunakan suatu hal yang dirasa memberikan kemudahan. Berdasarkan penelitian, persepsi kemudahan dan sikap seorang memiliki keterkaitan satu sama lain. Pernyataan ini konsisten berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya [15], [16]. Adapun hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

- H₁: Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap nasabah dalam penggunaan *SuperApp BYOND by BSI*
Persepsi kemudahan penggunaan memiliki keterkaitan dengan persepsi kegunaan. Apabila sebuah sistem layanan teknologi, dalam penelitian ini adalah *SuperApp BYOND by BSI* dapat digunakan dengan mudah oleh nasabah, maka sistem layanan tersebut dapat bermanfaat bagi nasabah, sebab dapat menghemat waktu dan tenaga. Selain itu, berdasarkan temuan dari Purwant (2021) [17] dan Rohman (2023) [18] konsisten dengan pernyataan Davis (1989) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan.
- H₂: Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan pada penggunaan *SuperApp BYOND by BSI*
TAM kemudian didukung oleh hasil penelitian terdahulu [19]-[21], menerangkan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh terhadap sikap, sebab apabila kegunaan sebuah sistem layanan teknologi dapat meningkatkan efektivitas individu dalam melakukan sesuatu.
- H₃: Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap nasabah dalam menggunakan *SuperApp BYOND by BSI*
Sikap merupakan faktor yang mempengaruhi intensi. Sikap adalah perasaan positif atau negatif yang timbul ketika individu menggunakan sebuah layanan teknologi terbaru. Ketika individu memiliki sikap yang positif saat menggunakan teknologi, maka intensi untuk menggunakan layanan tersebut akan meningkat [12]; [21]; [13].
- H₄: Sikap nasabah berpengaruh terhadap intensi menggunakan *SuperApp BYOND by BSI*
Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Ketika individu merasa bahwa teknologi tertentu memberikan manfaat nyata, seperti efisiensi, produktivitas, atau kemudahan dalam menjalankan tugas, mereka cenderung memiliki niat yang lebih besar untuk mengadopsi teknologi tersebut. Hubungan ini dijelaskan oleh asumsi dasar TAM yang menyatakan bahwa pengguna mengambil keputusan berdasarkan evaluasi rasional terhadap nilai tambah teknologi bagi kebutuhan mereka. Oleh karena itu, jika pengguna memiliki persepsi yang positif terhadap kegunaan suatu sistem atau aplikasi, kemungkinan besar mereka akan termotivasi untuk menggunakannya [12]; [13]; [22]; [23].
- H₅: Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap *Intention to Use SuperApp BYOND by BSI*
Kepercayaan memainkan peran penting dalam menentukan persepsi pengguna terhadap keamanan, keandalan, dan integritas sistem teknologi. Ketika

pengguna merasa percaya pada suatu teknologi, mereka cenderung menilai teknologi tersebut lebih bermanfaat dan mudah digunakan. Hal ini kemudian meningkatkan motivasi mereka untuk menggunakannya. Secara empiris, berbagai penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki hubungan positif dengan *intention to use*, terutama dalam teknologi berbasis layanan digital seperti aplikasi keuangan atau *e-commerce*, sebab aspek keamanan data menjadi krusial [24]; [25]; [19].

- H₆: Kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap *intention to use SuperApp BYOND by BSI*

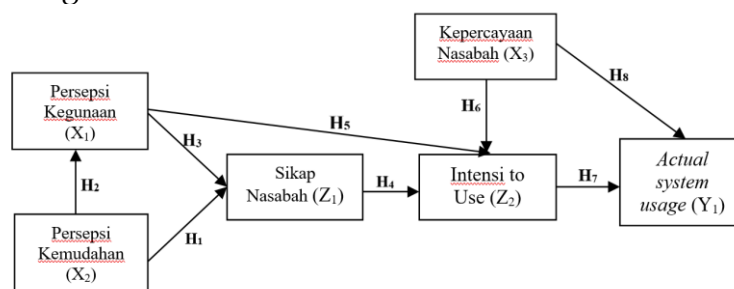
Actual system usage merupakan kondisi nyata saat seseorang menggunakan sebuah teknologi. Seseorang yang berniat menggunakan sebuah sistem, maka akan mengalami kondisi nyata pada saat menggunakannya. Oleh karena itu, berdasarkan teori TAM yang didukung oleh beberapa penelitian yaitu intensi perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *actual system usage* [12]; [13]; [22]; [20]; [19].

- H₇: *Intention to use* berpengaruh terhadap *actual system usage SuperApp BYOND by BSI*

Kepercayaan mencerminkan keyakinan pengguna bahwa sistem teknologi tersebut aman, andal, dan dapat memenuhi kebutuhan mereka, sehingga meningkatkan persepsi positif terhadap manfaat dan kemudahannya. Persepsi ini kemudian mendorong niat untuk menggunakan, yang pada akhirnya berujung pada penggunaan aktual (*actual system usage*), [26]; [23]; [24]; [12].

- H₈: *Intention to use* berpengaruh terhadap *actual system usage SuperApp BYOND by BSI*

Berdasarkan penarikan hipotesa penelitian, peneliti menyusun kerangka berpikir dalam gambar berikut:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Tools analisis yang akan digunakan yaitu dengan menggunakan *tools* analisis *Smart PLS 3.0*. Oleh karena itu, peneliti akan mengelola data secara statistik dan disajikan secara sistematis. Sumber data yang digunakan berupa data primer dengan mendistribusikan kuesioner melalui *google form* dan disebarluaskan melalui media sosial. Teknik pengumpulan data dengan penelitian lapangan (*field research*). Penentuan sampel penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode *likelihood method*, dengan rumus sama dengan 5-10 kali jumlah indikator dari keseluruhan variabel [14], [27], [28]. Artinya ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 5 x 26 yaitu minimal sebanyak 130 sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Gambaran Umum Responden

Domisili	Total	Lama menggunakan M-Banking BSI	Total
Tasikmalaya	41	<1 Tahun	63
Bandung	22	1 s.d 3 Tahun	73
Banjarbaru	4	3 s.d 5 Tahun	64
Bekasi	8	Usia	Total
Bogor	20	18-22	76
Ciamis	4	23-27	93
Cianjur	5	33-37	24
Depok	6	38-42	7
Garut	4		
Jakarta	21		
Kab Bandung	13		
Kab Pangandaran	5		
Kab Tangerang	4		
Kab Tasikmalaya	5		
Sukabumi	1		
Tangerang	11		
Yogyakarta	26		
Total			200

Berdasarkan tabel 2, responden dalam penelitian ini tersebar di berbagai wilayah di Indonesia, dengan mayoritas berdomisili di Tasikmalaya sebanyak 41 orang, diikuti oleh Yogyakarta sebanyak 26 orang, dan Bandung sebanyak 22 orang. Sebagian besar responden berasal dari wilayah Jawa Barat, seperti Bogor (20 orang), Jakarta (21 orang), dan Kabupaten Bandung (13 orang). Responden dari daerah lainnya seperti Bekasi, Depok, Sukabumi, serta beberapa wilayah di luar Jawa Barat, seperti Banjarbaru dan Kabupaten Tangerang, turut berkontribusi dalam penelitian ini, meskipun jumlahnya lebih sedikit. Keberagaman domisili ini mencerminkan representasi geografis yang cukup luas, khususnya di Pulau Jawa.

Berdasarkan lama penggunaan *M-Banking* BSI, mayoritas responden telah menggunakan layanan ini selama 1 hingga 3 tahun (73 orang), diikuti oleh mereka yang baru menggunakan selama kurang dari 1 tahun (63 orang), dan responden yang menggunakan selama 3 hingga 5 tahun sebanyak 64 orang. Dari segi usia, kelompok terbesar adalah mereka yang berusia 23–27 tahun dengan jumlah 93 orang, disusul oleh kelompok usia 18–22 tahun sebanyak 76 orang. Responden berusia 33–37 tahun dan 38–42 tahun berjumlah lebih sedikit, masing-masing 24 dan 7 orang. Data ini menunjukkan dominasi generasi muda dalam penggunaan layanan *M-Banking* BSI, yang mencerminkan tren digitalisasi di kalangan usia produktif.

Uji Measurement Models

Berikut adalah uji validitas dan reliabilitas data.

Tabel 3. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

<i>Construct</i>	<i>Item</i>	<i>Loading</i>	<i>CRA</i>	<i>AVE</i>
Persepsi Kegunaan	PK1	0.864	0.826	0.662
	PK2	0.697		
	PK3	0.812		
	PK4	0.87		
Persepsi Kemudahan	PE1	0.817	0.867	0.653
	PE2	0.76		
	PE3	0.86		
	PE4	0.762		
	PE5	0.838		
Sikap	S1	0.783	0.765	0.517
	S2	0.772		
	S3	0.694		
	S4	0.634		
	S5	0.702		
<i>Intention to Use</i>	IU1	0.772	0.859	0.640
	IU2	0.772		
	IU3	0.774		
	IU4	0.847		
	IU5	0.831		
Kepercayaan	K1	0.802	0.65	0.589
	K2	0.732		
	K3	0.766		
<i>Actual System Usage</i>	AU1	0.645	0.71	0.534
	AU2	0.792		
	AU3	0.738		
	AU4	0.74		

Pengujian *validitas konvergen* berprinsip bahwa item yang mengukur *construct* perlu memiliki tingkat *varians* umum diatas batas standar. *Average Variance Extracted (AVE)*, faktor *loading*, dan *cronbach's alpha (CRA)* merupakan metode dalam mengukur *validitas konvergen* yang digunakan dalam penelitian ini [29]. *CRA* dapat diterima apabila memiliki nilai sama dengan atau lebih tinggi dari 0.6. Demikian pula *loading factor* dan *AVE* diterima apabila diatas atau sama dengan 0.5 [30]. Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *CRA* dan nilai *AVE* lebih besar dari ambang batas minimum, berdasarkan hal itu *validitas konvergen* dapat terpenuhi.

Uji Structural Model

Fit model dalam riset ini digambarkan pada *Standardized Root Mean Square (SRMR)* sebesar 0,121 dan lebih dari 0,10 sehingga dapat diketahui *fit model* dengan data. Terdapat empat hasil nilai *R square*, pada variabel *Actual System Usage* memiliki nilai sebesar 0,904, variabel *Intention to Use* memiliki nilai 0.761, variabel kegunaan memiliki nilai 0.684, sedangkan tingkat nilai variabel sikap sebesar 0,033. Nilai *Actual System Usage* tersebut menunjukkan bahwa variabel yang ada dalam

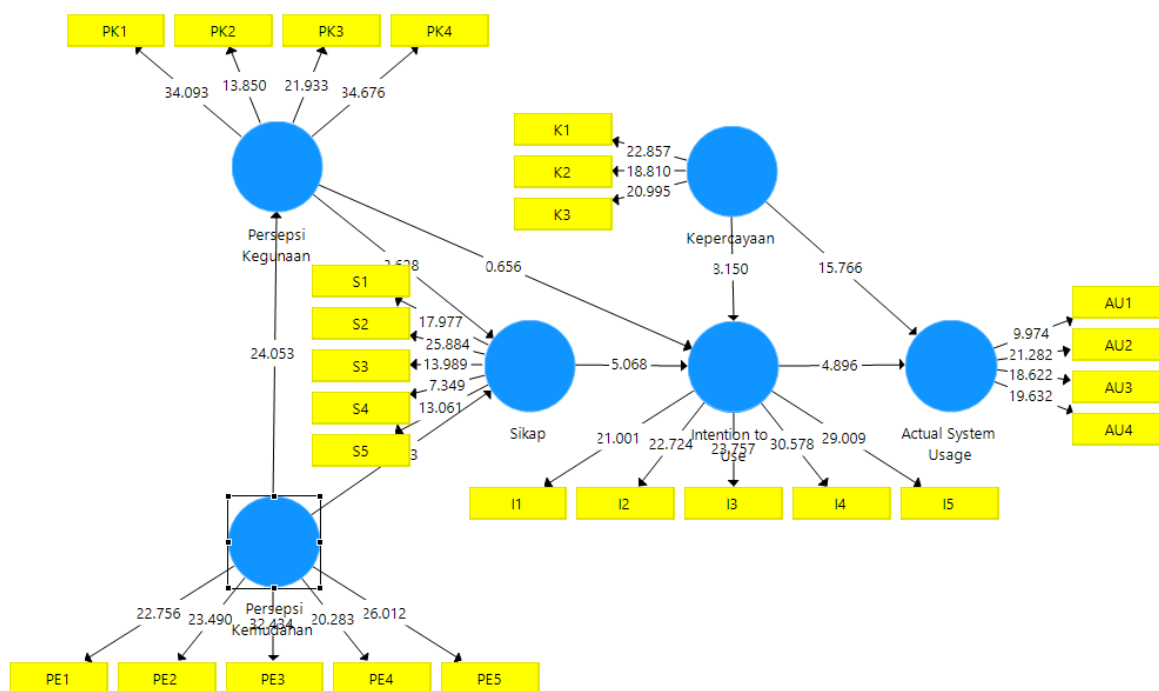
pendekatan TAM dan variabel kepercayaan dapat mempengaruhi *Actual System Usage* sebesar 90%. Apabila nilai lebih dari 33%, maka dapat dikatakan kuat [31]. Berikut hasil uji hipotesis berdasarkan *bootstrapping*.

Tabel 4. Uji Hipotesis

<i>Total Effect</i>	<i>STDEV</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>	Hipotesis
<i>Direct Effect</i>				
Persepsi Kemudahan -> Sikap	0.13	2.374	0.018	H ₁ diterima
Persepsi Kemudahan -> Persepsi Kegunaan	0.032	25.607	0	H ₂ diterima
Persepsi Kegunaan -> Sikap	0.121	2.557	0.011	H ₃ diterima
Sikap -> <i>Intention to Use</i>	0.073	5.324	0	H ₄ diterima
Persepsi Kegunaan -> <i>Intention to Use</i>	0.033	0.658	0.511	H ₅ ditolak
Kepercayaan -> <i>Intention to Use</i>	0.064	8.386	0	H ₆ diterima
<i>Intention to Use</i> -> <i>Actual System Usage</i>	0.046	4.76	0	H ₇ diterima
Kepercayaan -> <i>Actual System Usage</i>	0.049	15.535	0	H ₈ diterima
<i>Indirect Effect</i>				
Persepsi Kemudahan -> Persepsi Kegunaan -> Sikap	0.105	2.444	0.015	<i>Support</i>
Kemudahan -> Sikap -> <i>Intention to Use</i>	0.054	2.226	0.026	<i>Support</i>
Persepsi Kemudahan -> Persepsi Kegunaan -> Sikap -> <i>Intention to Use</i>	0.045	2.211	0.027	<i>Support</i>
Persepsi Kemudahan -> Persepsi Kegunaan -> <i>Intention to Use</i>	0.027	0.66	0.51	<i>Non-Support</i>
Persepsi Kegunaan -> Sikap -> <i>Intention to Use</i>	0.053	2.292	0.022	<i>Support</i>
Kepercayaan -> <i>Intention to Use</i> -> <i>Actual System Usage</i>	0.029	3.988	0	<i>Support</i>
Sikap -> <i>Intention to Use</i> -> <i>Actual System Usage</i>	0.024	3.591	0	<i>Support</i>
Persepsi Kemudahan -> Persepsi Kegunaan -> <i>Intention to Use</i> -> <i>Actual System Usage</i>	0.006	0.677	0.499	<i>Non-Support</i>
Persepsi Kegunaan -> <i>Intention to Use</i> -> <i>Actual System Usage</i>	0.007	0.676	0.499	<i>Non-Support</i>
Persepsi Kegunaan -> Sikap -> <i>Intention to Use</i> -> <i>Actual System Usage</i>	0.013	2.013	0.045	<i>Support</i>
Persepsi Kemudahan -> Sikap -> <i>Intention to Use</i> -> <i>Actual System Usage</i>	0.013	2.09	0.037	<i>Support</i>
Persepsi Kemudahan -> Persepsi Kegunaan -> Sikap -> <i>Intention to Use</i> -> <i>Actual System Usage</i>	0.011	1.948	0.052	<i>Non-Support</i>

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa H₁, H₂, H₃, H₄, H₆, H₇, dan H₈ diterima, sedangkan H₅ ditolak. Konstruk sikap dipengaruhi secara langsung dan signifikan oleh persepsi kemudahan (*p-Value* = 0,018) dan persepsi kegunaan (*p-Value* = 0,011). Selain itu, konstruk persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan secara langsung (*p-Value* = 0,000). Konstruk *Intention to Use* dipengaruhi oleh sikap (*p-Value* = 0,000), dan kepercayaan (*p-Value* = 0,000). Namun

untuk konstruk persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use*, hal ini dibuktikan dengan nilai *p-Value* sebesar 0.511. Adapun konstruk *Actual System Usage* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *Intention to Use* (*p-Value* = 0,000), dan kepercayaan (*p-Value* = 0,000). Muatan tersebut digambarkan pada model uji *structural* berikut:



Pembahasan

Persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya dari [20], [32]-[34] yakni persepsi kegunaan secara langsung memiliki pengaruh terhadap sikap. Dalam kaitannya penelitian ini, aplikasi *mobile banking BYOND by BSI* memiliki tingkat kegunaan yang tinggi, sehingga dapat mempengaruhi sikap penggunaan aplikasi tersebut oleh nasabah. Pada pendekatan TAM, persepsi kegunaan dapat mempengaruhi persepsi kemudahan [13]. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Davis (1986), dan didukung oleh penelitian dari [16], [21], [26], [32] yaitu persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kemudahan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap. Hasil temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya [23], [35], [36] dan sejalan dengan teori yang dicetuskan oleh Davis (1986). Sebab, dalam penelitian ini yaitu aplikasi *BYOND by BSI* memiliki tingkat kemudahan penggunaan sistem, sehingga dapat mempengaruhi sikap nasabah dan berujung pada afirmasi positif pada saat menggunakan aplikasi tersebut. Adapun variabel sikap dalam penelitian ini, mampu mempengaruhi *intention to use* sehingga konsisten dengan penelitian sebelumnya [16], [18], [26], [34] yang menyatakan hal serupa. Hal ini diakibatkan oleh pengalaman positif yang oleh nasabah pada saat menggunakan *SuperApp BYOND by BSI*, akan memicu munculnya sikap positif pada diri nasabah. Sehingga

sikap tersebut dapat mempengaruhi intensi untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* dari BSI. Namun pada penelitian ini, persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh terhadap *intention to use*. Hal ini disebabkan oleh dampak kegunaan pada fitur aplikasi *mobile banking* yang ditawarkan tidak terlalu menonjol. Selain itu, hasil penelitian ini didukung oleh temuan riset yang menyatakan persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh terhadap intensi pada kasus tertentu [35], [37].

Penelitian ini mengemukakan bahwa kepercayaan sebagai variabel eksternal dari pendekatan original TAM dapat mempengaruhi intensi. Hasil temuan ini didukung oleh riset terdahulu oleh Nikita (2021) [24], yaitu kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menggunakan suatu sistem. Kepercayaan dinilai sebagai poin utama dalam implementasi penggunaan teknologi. Sebab, nasabah BSI memerlukan perasaan aman dan nyaman pada saat akan menggunakan *SuperApp BYOND by BSI*. Sehingga, kepercayaan mampu menjadi kunci tinggi rendahnya intensi menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI oleh nasabahnya.

Berdasarkan hasil uji *bootstrapping, behavioural intention to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *actual system usage* penggunaan aplikasi *mobile banking* dari BSI (*SuperApp BYOND by BSI*). Temuan ini konsisten dan sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Davis (1986) dan riset terdahulu [12], [16]-[19], [21], [38]. Selain itu, kepercayaan nasabah kepada BSI memiliki pengaruh positif dan signifikan pada temuan riset ini. Hasil temuan ini dapat mendukung penelitian sebelumnya [24]. Sebab, kepercayaan dan intensi nasabah menjadi faktor penentu penggunaan *mobile banking* BSI yang sesungguhnya.

Riset ini menegaskan bahwa variabel-variabel dalam ekstensi teori TAM, termasuk kepercayaan memiliki peran penting dalam mendorong penggunaan aktual pada aplikasi *mobile banking BYOND by BSI*. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi teoritis dengan memperluas cakupan TAM, tetapi juga menawarkan implikasi praktis bagi pengembangan strategi peningkatan adopsi aplikasi berbasis teknologi di sektor perbankan syariah.

PENUTUP

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menggarisbawahi pentingnya komponen-komponen TAM, dan perannya dalam menentukan penerimaan serta penggunaan teknologi. Penelitian ini tidak hanya memperkuat relevansi teori TAM, tetapi juga mengintegrasikan variabel eksternal seperti kepercayaan yang terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi dan penggunaan sistem. Dengan demikian, temuan ini memberikan kontribusi empiris yang relevan dalam adopsi teknologi perbankan digital, khususnya pada aplikasi *mobile banking SuperApp BYOND by BSI*. Di sisi lain, hasil yang menunjukkan tidak signifikannya hubungan antara persepsi kegunaan terhadap intensi memberikan wawasan baru terkait dinamika adopsi teknologi yang dapat berbeda pada kondisi tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan strategi peningkatan kualitas aplikasi dan pendekatan pemasaran yang lebih efektif guna mendukung optimalisasi adopsi teknologi oleh nasabah.

Sebagai implikasi praktis, hasil penelitian ini menekankan pentingnya penguatan persepsi kegunaan, kemudahan, dan kepercayaan nasabah terhadap

SuperApp BYOND by BSI untuk meningkatkan intensi serta penggunaan aktual aplikasi tersebut. Pendekatan yang holistik dan berkelanjutan dalam pengembangan fitur, peningkatan keamanan, dan edukasi nasabah menjadi langkah strategis untuk mendukung keberhasilan implementasi teknologi *mobile banking* BSI di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Zainudin, *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafik, 2008.
- [2] Mustakim, "Sejarah, Peluang, Dan Tantangan Perbankan Dan Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia," *Al-Amal J. Manaj. Bisnis Syariah*, vol. 1, no. 2, pp. 23-36, 2021.
- [3] C. M. Annur, "Jumlah Populasi Muslim di Kawasan ASEAN," Indonesia, 2023. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/28/ini-jumlah-populasi-muslim-di-kawasan-asean-indonesia-terbanyak>
- [4] Bank Indonesia, "Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah 2021: Bangkit Dan Optimis, Sinergi Dan Inovasi Ekonomi & Keuangan Syariah Untuk Negeri," Jakarta, 2021.
- [5] Bank Syariah Indonesia, "Komitmen Dukung UMKM, Porsi Pembiayaan UMKM BSI Naik," *Bank Syariah Indonesia*, 2024. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/komitmen-dukung-umkm-porsi-pembiayaan-umkm-bsi-naik>
- [6] A. Nurprabowo and M. M. Meilani, "Kajian Strategis Seri Energi Hijau: Sektor Formal Investasi UMKM Memperkuat Pilar Ketahanan Ekonomi Nasional," Jakarta, 2023. [Online]. Available: <https://bkpm.go.id/storage/file/pdf/1693369989.pdf>
- [7] D. Setyaningrat, I. Annas Mushlihin, and A. Zunaidi, "Strategi Digitalisasi untuk Mendorong Inklusi Keuangan Nasabah Bank Syariah: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)," *Proc. Islam. Econ. Bus. philanthopy*, vol. 2, no. 1, pp. 54-76, 2023, [Online]. Available: <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- [8] S. S. S. Suwandi and M. R. Abin, "Peran Penggunaan BSI Mobile Banking dalam Kemudahan Bertransaksi di Era Society 5.0 (Study Kasus Masyarakat Desa Pelem Campurdarat)," *J. Manag. Small Mediu. Enterp.*, vol. 16, no. 2, pp. 237-246, 2023.
- [9] A. Gesta Delila and V. Silvia, "Peran Penggunaan Bsi Mobile Banking Dalam Kemudahan Bertransaksi Di Era Society 5.0," *J. Manag. Small Mediu. Enterp.*, vol. 16, no. 2, pp. 237-246, 2023, doi: 10.35508/jom.v16i2.8514.
- [10] A. Muslim *et al.*, "Buletin Riset Kebijakan Perbankan," Jakarta, 2022. [Online]. Available: https://www.ojk.go.id/id/data-dan-statistik/research/prosiding/Documents/Buletin_Riset_Kebijakan_Perbankan_Vol.3_No.2_2022.pdf
- [11] Bank Syariah Indonesia, "SuperApp BYOND by BSI Resmi Diluncurkan! Hadirkan Layanan Komprehensif yang Semakin Nyaman & Aman Diakses," *Bank Syariah Indonesia*, 2024. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/superapp-byond-by-bsi-resmi-diluncurkan-hadirkan->

- layanan-komprehensif-yang-semakin-nyaman-aman-diakses (accessed Nov. 14, 2024).
- [12] F. Davis, "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology," *MIS Q. Manag. Inf. Syst.*, vol. 13, no. 3, pp. 319–339, 1989, doi: 10.2307/249008.
- [13] S. R. Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, I. Malang: CV. Seribu Bintang, 2022. doi: 10.5281/zenodo.7754254.
- [14] M. Nazir, *Research Method*, Cetakan I. Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- [15] H. Sukmawati, I. Wisandani, and M. R. Kurniaputri, "Penerimaan dan Penggunaan Muzakki dalam Membayar Zakat Non-Tunai di Jawa Barat: Ekstensi Teori Technology of Acceptance Model," *J. Ekon. Syariah Teor. dan Terap.*, vol. 9, no. 4, pp. 439–452, 2022, doi: 10.20473/vol9iss20224pp439-452.
- [16] A. W. Perwitasari, "The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Easiness towards Behavioral Intention to Use Fintech by Indonesian MSMEs," *The Winners*, vol. 23, no. 1, pp. 1–9, 2022, doi: 10.21512/tw.v23i1.7078.
- [17] Purwanto, M. Sulthon, and M. Wafirah, "Behavior Intention to Use Online Zakat: Application of Technology Acceptance Model with Development," *Ziswaf J. Zakat Dan Wakaf*, vol. 8, no. 1, p. 44, 2021, doi: 10.21043/ziswaf.v8i1.10457.
- [18] A. N. Rohman, M. Mukhsin, and G. Ganika, "Penggunaan Technology Acceptance Model Dalam Analisis Actual Use Penggunaan E-Commerce Tokopedia Indonesia," *J. Ekon. Manaj. Akunt. Keuangan-Bisnis Digit.*, vol. 2, no. 1, pp. 25–36, 2023.
- [19] F. Liébana-Cabanillas, I. R. de Luna, and F. Montoro-Ríosa, "Intention to use new mobile payment systems: A comparative analysis of SMS and NFC payments," *Econ. Res. Istraz.*, vol. 30, no. 1, pp. 892–910, 2017, doi: 10.1080/1331677X.2017.1305784.
- [20] S. Lee, "User behavior of mobile enterprise applications," *KSII Trans. Internet Inf. Syst.*, vol. 10, no. 8, pp. 3972–3985, 2016, doi: 10.3837/tiis.2016.08.030.
- [21] C. T. Huei, L. S. Cheng, L. C. Seong, A. A. Khin, and R. L. Leh Bin, "Preliminary study on consumer attitude towards fintech products and services in malaysia," *Int. J. Eng. Technol.*, vol. 7, no. 2, pp. 166–169, 2018, doi: 10.14419/ijet.v7i2.29.13310.
- [22] D. Marikyan and S. Papagiannidis, "Technology Acceptance Model: A review," *TheoryHub B.*, pp. 1–17, 2023, [Online]. Available: <https://open.ncl.ac.uk>
- [23] M. Purnomo, E. Maulina, A. Rizki Wicaksono, and M. Rizal, "Technology Acceptance Model In SMES: A Systematic Mapping Study," *AdBispreneur J. Pemikir. dan Penelit. Adm. Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 7, no. 1, pp. 77–83, 2022, doi: <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v7i1.36295>.
- [24] N. Astria and R. Wadiniwaty, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Intensitas Pembelian Ulang Melalui E-Commerce," *J. Ekon. dan Keuang. Syariah*, vol. 1, no. 1, pp. 31–42, 2021.
- [25] A. R. A.N and Y. Sutarso, "Peran Kepercayaan, Manfaat Dan Religiusitas Dalam Meningkatkan Niat Menggunakan Kembali Dompot Digital," *J. Bus.*

- Bank.*, vol. 10, no. 2, p. 181, 2021, doi: 10.14414/jbb.v10i2.2172.
- [26] S. R. Natasia, Y. T. Wiranti, and A. Parastika, "Acceptance analysis of NUADU as e-learning platform using the Technology Acceptance Model (TAM) approach," *Procedia Comput. Sci.*, vol. 197, no. 2021, pp. 512–520, 2022, doi: 10.1016/j.procs.2021.12.168.
- [27] A. Asra and A. Prasetyo, *Pengambilan Sampel Dalam Penelitian Survey*, Cetakan Pe. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- [28] A. Fauzy, *Metode Sampling, Kedua.*, vol. 9, no. 1. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2019. [Online]. Available: <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPPP/article/download/83/65%0Ahttp://www.embase.com/search/results?subaction=viewrecord&from=export&id=L603546864%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1155/2015/420723%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76>
- [29] S. Santoso, *Analisis Structural Equation Modelling (SEM) Menggunakan Amos 26*, Cetakan Pe. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2021.
- [30] A. Bandur and H. Prabowo, *Penelitian Kuantitatif: Metodologi, Desain, Dan Analisis Data Dengan SPSS, AMOS & Nvivo*, Cetakan Pe. Bogor: Mitra Wacana Media, 2021.
- [31] I. Ghozali and H. Latan, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*, Cetakan Ke. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015.
- [32] Y. Chen and S. Zhao, "Understanding Chinese EFL Learners' Acceptance of Gamified Vocabulary Learning Apps: An Integration of Self-Determination Theory and Technology Acceptance Model," *Sustain.*, vol. 14, no. 18, pp. 1–16, 2022, doi: 10.3390/su141811288.
- [33] G. D. Karmanto and B. D. Baskoro, "Penggunaan Platform Crowdfunding Dalam Menyalurkan Zakat, Infaq, Dan Shadaqah (ZIS): Studi Intensi Masyarakat," *Point J. Ekon. dan Manaj.*, vol. 2, no. 2, pp. 95–109, 2020.
- [34] S. Darmawan and R. Setyorini, "Analisa Faktor-Faktor Adopsi Chatbot Line Smb Telkom Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model Yang Dimodifikasi," *ProBank*, vol. 5, no. 2, pp. 241–254, 2020, doi: 10.36587/probank.v5i2.729.
- [35] A. Pratama, S. Z. Wulandari, and D. L. Indyastuti, "Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan Aplikasi PLN Daily (Studi Empiris Pada Pegawai PLN UP3 Tegal)," *INOBIJ. Inov. Bisnis dan Manaj. Bisnis*, vol. 05, no. 03, pp. 355–368, 2022.
- [36] T. Iriani and P. L. Nugraheni, "The role of instructional quality on online learning intentions of university students: The technology acceptance model of Zoom," *Int. J. Eval. Res. Educ.*, vol. 12, no. 2, pp. 969–978, 2023, doi: 10.11591/ijere.v12i2.24021.
- [37] F. S. Rahayu, D. Budiyanto, and D. Palyama, "Analisis Penerimaan e-Learning Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus : Universitas Atma Jaya Yogyakarta)," no. 2, 2017, doi: 10.21460/jutei.2017.12.20.
- [38] R. Juwita, A. D. Kusumah, and T. S. Aqila, "The Intention to Use Mobile Banking as a Financial Technology Service among Islamic Bank Users The

Intention to Use Mobile Banking as a Financial Technology Service among Islamic Bank Users," *Indones. Cap. Mark. Rev.*, vol. 15, no. 1, 2023, doi: 10.21002/icmr.v15i1.1166.