

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi yang begitu pesat di era digital 4.0 telah membawa perubahan signifikan dalam segala aspek kehidupan masyarakat, baik dari segi pendidikan, komunikasi, sosial, ekonomi dan lainnya (Alim et al, 2022). Teknologi yang semakin maju melahirkan transformasi digital yang keberadaannya bukan hanya sekadar sebuah tren belaka, melainkan kebutuhan strategis yang harus dihadapi oleh individu maupun organisasi agar tetap relevan terhadap perkembangan zaman.

Dampak positif dari kemajuan teknologi di Indonesia sejalan dengan peningkatan pengguna internet. Pada awal tahun 2025, *We Are Social* melaporkan jumlah individu yang tercatat menggunakan internet di Indonesia mencapai 212 juta jiwa dengan kenaikan 8,7% daripada tahun sebelumnya dan tingkat penetrasi sebesar 74,6% dari total populasi penduduk (Yahaya et al., 2023). Data tersebut mengindikasikan tingginya minat dan adopsi digital di berbagai lapisan masyarakat. Momentum ini dapat digunakan oleh para pemangku kepentingan baik lembaga, perusahaan ataupun pelaku industri, untuk melakukan inovasi, penyesuaian proses dan strategi bisnis perusahaan agar adaptif terhadap tren digitalisasi.

Industri perbankan menjadi bagian integral dari sektor ekonomi turut mengadopsi tren digitalisasi dengan menyediakan layanan perbankan digital

yaitu *mobile banking*. Mengacu pada Peraturan OJK No. 12/PJOK.03/2021 menjelaskan bahwa perbankan digital adalah layanan perbankan elektronik yang diciptakan untuk memanfaatkan data nasabah secara maksimal dalam upaya secara lebih cepat, mudah dan akurat dengan tetap memperhatikan aspek keamanan. Hal ini menuntut industri perbankan untuk mempercepat akselerasi transformasi digital guna memberikan layanan yang cepat, aman, efisien dan fleksibel kepada nasabah maupun lembaga (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

Salah satu layanan perbankan yang banyak digunakan oleh perbankan dan bermanfaat signifikan bagi bank dan nasabah ialah *mobile banking* (Baabdullah et al., 2019). *Mobile banking* merupakan aplikasi perbankan yang digunakan untuk mempermudah nasabah dalam melakukan pengecekan saldo, transaksi pembayaran, transfer dana, cek mutasi rekening, membayar tagihan dan berbagai fitur aplikasi lainnya (Ramadhanti, 2022). Layanan ini memberikan kemudahan yang efektif dan efisien bagi nasabah karena cepat, aman serta dapat diakses dimanapun dan kapanpun hanya melalui smartphone, tanpa harus datang langsung ke kantor bank terdekat.

*Mobile banking* menjadi salah satu layanan perbankan yang bertumbuh pesat di Indonesia dilihat dari peningkatan jumlah pengguna setiap tahunnya. Survei McKinsey yang dilakukan pada tahun 2021 mengatakan bahwa sebanyak 78% nasabah bank di Indonesia secara aktif menggunakan layanan *digital banking* (I. R. Putra, 2023). Pada Februari 2025, Bank Indonesia turut melaporkan volume transaksi pada aplikasi *mobile* mengalami peningkatan sebesar 32,22% dibandingkan tahun sebelumnya (Bank Indonesia, 2025). Hal

ini menunjukkan tingginya tingkat adopsi *mobile banking* oleh masyarakat Indonesia, sekaligus menjadi tantangan bagi industri perbankan untuk melakukan penyesuaian dan terus melakukan inovasi layanan.

Adaptasi *mobile banking* telah diterapkan oleh hampir seluruh bank di Indonesia, salah satunya PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk. Bank syariah terbesar di Indonesia ini merupakan hasil *merger* dari 3 (tiga) bank syariah yakni Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah dan BNI Syariah yang secara resmi beroperasi pada 1 Februari 2021. Awalnya, *mobile banking* yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia adalah aplikasi BSI *Mobile* yang menjadi kanal digital penting dalam perjalanan digitalisasi Bank Syariah Indonesia dengan jumlah pengguna sebesar 7,12 juta nasabah per Juni 2024 (BSI, 2024).

Di tengah ketatnya persaingan pada layanan digital *banking* maupun digital bank, Bank Syariah Indonesia melihat adanya peluang besar untuk meningkatkan efektivitas layanan. BSI melakukan inovasi terbaru untuk memperkuat digitalisasi layanan dan memberikan solusi terintegrasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang ingin serba cepat, aman dan fleksibel.



**Gambar 1. 1 Logo Aplikasi SuperApp BYOND by BSI**

Sumber: *Website Bank Syariah Indonesia, 2025*

Gambar diatas menunjukkan simbol identitas dari *SuperApp* BYOND by BSI yang secara resmi diluncurkan pada 09 November 2024. *SuperApp* BYOND by BSI merupakan hasil dari transformasi digital yang dirancang

memiliki fitur lengkap, layanan finansial, sosial dan spiritual dalam satu platform serta lebih mudah akses produk dengan keamanan siber lebih tinggi (BSI, 2024). Menyoroti inisiatif dari Bank Syariah Indonesia yang mengembangkan *SuperApp* BYOND by BSI sebagai bentuk transformasi digital untuk peningkatan layanan yang memberikan kemudahan transaksi keuangan syariah bagi *stakeholders*. Hal tersebut relevan dengan firman Allah SWT. dalam Q.S Al-Baqarah (2) Ayat 185 yang berbunyi:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran.”

Ayat di atas memiliki makna bahwa Allah SWT menghendaki kemudahan bagi umatnya. Sejalan dengan prinsip *taysir* (kemudahan) yang menjadi landasan filosofis bagi pengembangan *SuperApp* BYOND by BSI yang diluncurkan sebagai pengganti dari BSI Mobile.

Per 7 Maret 2025, peluncuran *SuperApp* BYOND by BSI mendapat respons positif dari masyarakat dilihat dari peningkatan signifikan jumlah unduhan dan jumlah pengguna yang mencapai 3,5 juta pengguna (BSI, 2025). Namun, melalui laman penilaian dan ulasan pada *AppStore*, *SuperApp* BYOND by BSI hanya memperoleh rating sebesar 3,8 dari skala 5,0. Angka tersebut tergolong dalam kategori rendah-moderat dan mengindikasikan bahwa kepuasan pengguna terhadap *SuperApp* ini belum sepenuhnya optimal. Meskipun sejumlah pengguna mengungkapkan sentimen positif mengenai

pengalaman antarmuka yang intuitif, kemudahan transaksi, performa yang stabil, serta tampilan yang lebih modern, rating yang belum mencapai kategori tinggi tersebut mencerminkan masih adanya celah antara ekspektasi pengguna dan kualitas layanan yang diberikan *SuperApp* BYOND by BSI secara aktual.

Peluncuran *SuperApp* BYOND by BSI menjadi fase transformasi digital yang penting bagi BSI. Langkah ini memerlukan proses migrasi sistem dari aplikasi BSI *Mobile* yang telah memiliki 7,12 juta pengguna ke aplikasi yang baru diluncurkan tersebut. Adanya *SuperApp* yang ditawarkan oleh BSI ini menuntut nasabah untuk beradaptasi ulang pada perubahan tampilan *SuperApp* dan fungsionalitas antarmuka, yang tidak jarang menimbulkan resistensi dan ketidaknyamanan di kalangan pengguna lama.

Dalam implementasinya, migrasi *SuperApp* BYOND by BSI ini tidak selalu berjalan tanpa hambatan. Muncul berbagai keluhan dari pengguna terkait masalah teknis yang turut berkontribusi terhadap rendahnya rating *SuperApp* ini. Salah satu akun pengguna dengan nama “*mizan.ipe*” menyampaikan kekecewaannya karena aktivasi aplikasi yang selalu gagal, sementara pengguna lain turut mengungkapkan bahwa aplikasi super yang kerap mengalami gangguan hingga kegagalan dalam bertransaksi. Kendala teknis yang dirasakan oleh sebagian pengguna ini secara langsung mendegradasi *user experience* dan menjadi salah satu faktor yang menekan penilaian pengguna sehingga rating *SuperApp* BYOND by BSI hanya berada pada angka 3,8 dari skala 5,0.

Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai keandalan sistem dan keamanan *SuperApp* BYOND by BSI di mata penggunanya. Rating yang berada pada level rendah-moderat ini perlu menjadi perhatian serius bagi BSI, mengingat kepuasan dan niat untuk terus menggunakan aplikasi sangat dipengaruhi oleh pengalaman pengguna secara langsung. Ketidaksesuaian antara realita dan harapan pengguna dalam penggunaan aplikasi dapat menurunkan *behavioral intention* dan menyebabkan adanya penolakan terhadap adopsi teknologi baru (Chaidir et al., 2021). Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai tingkat penerimaan pengguna terhadap *SuperApp* BYOND by BSI menjadi sangat penting sebagai dasar evaluasi dan perbaikan layanan ke depannya.

Salah satu faktor penentu keberhasilan dari pengimplementasian suatu teknologi dapat dilihat dari sudut pandang penerimaan (Saputro et al., 2020). *SuperApp* BYOND by BSI masih tergolong sebuah aplikasi baru yang digunakan oleh publik, sehingga publikasi penelitian terkait tingkat penerimaan pengguna BYOND by BSI dengan model modifikasi UTAUT 2 masih terbatas. Maka dari itu, tingkat penerimaan pengguna sebuah sistem sangat penting untuk dikaji guna mengukur seberapa jauh *SuperApp* BYOND by BSI bisa diterima maupun dipahami oleh penggunanya serta membantu nasabah dalam bertransaksi dan menggunakan produk layanan perbankan.

Tingkat penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi dapat diukur menggunakan model teori terpadu penerimaan teknologi, salah satunya adalah model *Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2* (UTAUT 2)

(Adauwiyah, 2023). UTAUT 2 adalah model yang dikembangkan dari model UTAUT dengan menggabungkan beberapa teori penelitian. Model ini berfokus pada bagaimana teknologi digunakan dalam sudut pandang konsumen sehingga dinilai lebih komprehensif kerangka kerjanya dengan kemampuan prediksi mencapai 70% dibandingkan dengan model UTAUT yang berfokus pada bagaimana teknologi digunakan dalam sudut pandang organisasi (Venkatesh, Thong, et al., 2012).

Konstruk kunci dari model UTAUT adalah *performance expectancy* yakni keyakinan seseorang dalam menggunakan teknologi dapat meningkatkan kinerjanya, *effort expectancy* yakni tingkat usaha seseorang dalam menggunakan teknologi, *social influence* ialah persepsi seseorang yang dipengaruhi oleh orang sekitarnya dalam menggunakan suatu teknologi, *facilitating conditions* ialah kepercayaan seseorang pada faktor penunjang yang menjadi pendukung dalam menggunakan teknologi.

Model UTAUT 2 mengalami penyempurnaan dengan penambahan 3 (tiga) variabel yaitu *price value* atau rasio antara biaya yang diperlukan dan keuntungan yang dihasilkan dalam menggunakan suatu teknologi, *hedonic motivation* yakni tingkat kesenangan yang dihasilkan ketika menggunakan suatu teknologi, dan *habit* yaitu tingkat intensitas perilaku seseorang dalam menggunakan suatu teknologi (Venkatesh, et al., 2012). Model ini mengintegrasikan 7 (tujuh) konstruk utama yang digunakan untuk mengkaji penerimaan dan penggunaan suatu teknologi dengan mengidentifikasi pengaruhnya terhadap variabel *behavioral intention* dan *use behavioral*.

Peneliti melakukan modifikasi pada model UTAUT 2 dengan mengintegrasikan variabel *perceived credibility* dan *trust* yang tidak terwadahi dalam model asli. Langkah modifikasi ini dilakukan agar model UTAUT 2 lebih relevan dengan konteks penerimaan *SuperApp* BYOND by BSI. *Perceived credibility* meliputi persepsi terhadap perlindungan privasi dan keamanan data (Yahaya et al., 2023), menjadi salah satu kunci penting dalam menumbuhkan keyakinan pengguna bahwa *SuperApp* BYOND by BSI dapat digunakan tanpa risiko kehilangan informasi. Sementara itu, *trust* merupakan faktor krusial bagi pengguna baru yang terbentuk dari keyakinan bahwa aplikasi dapat diandalkan dan bebas dari ancaman. Nasabah akan cenderung menggunakan layanan perbankan khususnya *mobile banking*, jika mereka percaya dengan keamanan transaksi dan kerahasiaan data (Firzatullah, 2025).

Penelitian ini berfokus pada penerimaan pengguna *SuperApp* BYOND by BSI di lingkungan Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin. Pemilihan subjek penelitian yang terdiri mahasiswa, dosen, dan staf akademik ini didasarkan pada karakteristik demografis dan psikografis sampel yang relevan secara akademis. Sebagai Civitas Akademika yang mayoritas merupakan representasi dari *digital natives* dan *early adopter* yang memiliki tingkat literasi digital tinggi. Karakteristik ini dinilai akan cenderung bersikap kritis terhadap ekspektasi kinerja dan memperhatikan kredibilitas perlindungan data yang ketat pada suatu sistem baru, seperti *SuperApp* BYOND by BSI.

Pemilihan tersebut diperkuat oleh adanya kerja sama yang dilakukan UIN Antasari Banjarmasin dengan BSI dalam pelayanan pembayaran biaya

pendidikan, beasiswa, hingga penyediaan layanan ATM, sehingga memastikan bahwa populasi ini memiliki interaksi aktif dengan ekosistem digital BSI. Adapun, sebagai institusi Islam yang mengintegrasikan nilai keislaman dalam akademik dan sosial, menjadikan Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin sebagai subjek yang relevan untuk dikaji tingkat penerimaannya terhadap *SuperApp* BYOND by BSI.

Berdasarkan paparan tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Penerimaan *SuperApp* BYOND by BSI dengan Model Modifikasi *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) (Studi Kasus Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat penerimaan pengguna *SuperApp* BYOND by BSI di lingkungan Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi penerimaan *SuperApp* BYOND by BSI menggunakan model UTAUT 2 dengan penambahan variabel *perceived credibility* dan *trust* di lingkungan Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dirumuskan di atas, penelitian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai yakni:

1. Untuk mengetahui tingkat penerimaan pengguna *SuperApp* BYOND by BSI di lingkungan Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi penerimaan *SuperApp* BYOND by BSI menggunakan model UTAUT 2 dengan penambahan variabel *Perceived credibility* dan *Trust* di lingkungan Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin.

#### **D. Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, baik secara teoritis maupun secara praktis. Sebagaimana diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis
  - a. Bagi Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan ilmiah untuk mengkaji fenomena terkait penerimaan pengguna *mobile banking*, khususnya *SuperApp* BYOND by BSI sebagai objek penelitian yang relevan dengan perkembangan industri perbankan syariah saat ini.
  - b. Bagi Masyarakat Umum, penelitian ini diharapkan mampu memperluas pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *SuperApp* BYOND by BSI, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam produk/layanan/fasilitas perbankan yang sesuai untuk menunjang kebutuhan transaksi keuangan sehari-hari.
  - c. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini berfungsi sebagai bahan referensi untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut mengenai

penerimaan teknologi terutama *SuperApp* BYOND by BSI serta faktor yang mempengaruhi tingkat adopsinya.

## 2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi Penulis, penelitian ini memberikan kesempatan untuk mengembangkan, memperdalam dan mengaplikasikan keilmuan di bidang lembaga keuangan syariah terutama pada perbankan syariah.
- b. Bagi BSI, penelitian ini diharapkan menjadi masukan strategis yang dapat membantu pihak bank dalam memahami tingkat penerimaan pengguna teknologi *SuperApp* BYOND by BSI dan faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna, sehingga dapat dijadikan dasar pengembangan layanan yang lebih efektif dan tepat sasaran.
- c. Bagi UIN Antasari Banjarmasin, penelitian ini merupakan kontribusi pengetahuan dalam memperkaya keilmuan dan menambah koleksi karya ilmiah di lingkungan perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin, khususnya bidang perbankan syariah dan teknologi informasi.

## E. Definisi Operasional

### 1. Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*

Model UTAUT 2 didefinisikan sebagai kerangka teoritis yang digunakan secara kontekstual untuk menganalisis tingkat penerimaan teknologi dari sudut pandang konsumen (Venkatesh, et al., 2012). Berikut dijabarkan penegasan istilah dan batasan operasional dari masing-masing variabel penelitian.

**a. *Performance Expectancy***

*Performance Expectancy* (Ekspektasi Kinerja) adalah tingkat keyakinan pengguna pada teknologi baru akan membantu dalam meningkatkan efisiensi aktivitas tertentu (Venkatesh et al., 2012). Ekspektasi kinerja pada penelitian ini diartikan sebagai persepsi Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin bahwa pemanfaatan fitur pada *SuperApp* BYOND by BSI mampu memberikan manfaat nyata, seperti meningkatkan efisiensi transaksi keuangan dan mempermudah akses layanan keuangan langsung dari *smartphone* yang mendukung produktivitas kebutuhan transaksi keuangan mereka.

**b. *Effort Expectancy***

*Effort Expectancy* (Ekspektasi Usaha) adalah tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pengguna dalam mengoperasikan teknologi tanpa ada kendala yang dihadapi (Venkatesh et al., 2012). Ekspektasi usaha dalam penelitian ini diartikan sebagai persepsi dari Civitas Akademika UIN Antasari Banjamaasin bahwa menu dan fitur layanan dalam *SuperApp* BYOND by BSI sangat praktis, mudah dipahami, dan ramah pengguna, sehingga tidak memerlukan usaha atau keterampilan teknis yang kompleks dalam operasional pengguna *SuperApp* tersebut.

**c. *Social Influence***

*Social Influence* (Pengaruh Sosial) adalah tingkat pengaruh lingkungan sekitar mempengaruhi seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dalam kegiatan sehari-hari (Venkatesh et al., 2012). Dalam

penelitian ini, pengaruh sosial diartikan sejauh mana Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin merasa terdorong untuk menggunakan *SuperApp* BYOND by BSI karena pengaruh, rekomendasi atau ekspektasi sosial dari sesama Civitas maupun tren di lingkungan kampus.

**d. *Facilitating Conditions***

*Facilitating Conditions* (Kondisi yang Memfasilitasi) adalah persepsi pengguna terhadap kesediaan dukungan infrastruktur dan sumber daya teknis yang memfasilitasi penggunaan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2012). Kondisi yang memfasilitasi dimaksud dalam penelitian ini adalah ketersediaan fasilitas penunjang yang dimiliki oleh Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin, seperti *smartphone* yang kompatibel, internet yang stabil, hingga bantuan teknis yang mendukung kelancaran ketika memanfaatkan *SuperApp* BYOND by BSI.

**e. *Hedonic Motivation***

*Hedonic Motivation* (Motivasi Hedonis) adalah perasaan ketertarikan, senang atau terhibur yang dirasakan oleh pengguna saat menggunakan suatu teknologi baru (Brown & Venkatesh, 2005). Motivasi hedonis dalam penelitian ini diartikan sebagai kepuasan emosional yang dirasakan oleh Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin ketika memanfaatkan fitur-fitur pada *SuperApp* BYOND by BSI sebagai pengalaman digital yang menyenangkan untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan sehari-hari.

**f. Price Value**

*Price Value* (Nilai Harga) merupakan aspek penilaian konsumen mengenai keseimbangan antara pengorbanan biaya keuangan yang dikeluarkan oleh pengguna untuk operasional teknis dengan keunggulan dan manfaat teknologi yang didapatkan (Venkatesh et al., 2012). Dalam penelitian ini, nilai harga yang dimaksud adalah persepsi Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin bahwa manfaat riil, keamanan dan efisiensi fitur layanan pada *SuperApp* BYOND by BSI sebanding dengan biaya yang dikeluarkan, seperti biaya admin transaksi, beban kuota internet maupun spesifikasi perangkat yang diperlukan.

**g. Habit**

*Habit* (Kebiasaan) adalah respons perilaku otomatis dari pengguna yang didorong oleh kondisi situasional tertentu untuk melakukan sesuatu secara berulang (Venkatesh et al., 2012). Dalam penelitian ini, kebiasaan diartikan sebagai tingkat kecenderungan Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin yang secara otomatis menggunakan *SuperApp* BYOND by BSI sebagai rutinitas harian untuk menyelesaikan kebutuhan transaksi keuangan akibat akumulasi pengalaman dan kebiasaan dari penggunaan *mobile banking* sebelumnya.

**h. Perceived Credibility**

*Perceived Credibility* (Persepsi Kredibilitas) adalah tingkat konsumen percaya bahwa penggunaan teknologi baru dapat menjamin keamanan data dan melindungi privasi dengan baik (Wang et al., 2003).

Persepsi kredibilitas dalam penelitian ini diartikan sebagai tingkat kepercayaan Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin terhadap suatu sistem, perlindungan data pribadi dan jaminan keamanan saat melakukan transaksi keuangan pada *SuperApp* BYOND by BSI.

**i. *Trust***

*Trust* (Kepercayaan) merupakan situasi dimana pengguna merasa aman dan percaya untuk melakukan transaksi pada teknologi baru (Mcknight et al., 2002). Dalam penelitian ini, kepercayaan diartikan sebagai keyakinan penuh dari Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin bahwa *SuperApp* BYOND by BSI memiliki keandalan sistem yang tinggi, reputasi lembaga perbankan syariah amanah, dan komitmen penuh memberikan layanan transaksi keuangan pengguna.

**j. *Behavioral Intention***

*Behavioral Intention* (Niat Perilaku) merupakan tingkat kecenderungan sikap atau keinginan pengguna untuk menggunakan suatu teknologi baru secara terus menerus di masa yang akan datang (Venkatesh et al., 2012). Niat perilaku dalam penelitian ini menggambarkan besarnya komitmen dan rencana Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin untuk tetap menggunakan *SuperApp* BYOND by BSI secara berkelanjutan guna memenuhi kebutuhan transaksi keuangan dan kesediaan mereka untuk merekomendasikan *SuperApp* ini kepada rekan sesama Civitas Akademika di lingkungan kampus.

### **k. Use Behavior**

*Use Behavior* (Perilaku Pengguna) adalah tingkat intensitas, durasi dan aksi nyata pengguna untuk mengoperasikan teknologi baru (Venkatesh et al., 2012). Dalam penelitian ini, perilaku pengguna dimaksudkan pada tindakan aktual dari Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin dalam kehidupan sehari-hari, yang ditunjukkan melalui seberapa sering, seberapa lama dan seberapa banyak fitur layanan *SuperApp* BYOND by BSI yang benar-benar diakses secara berkala.

## **2. Penerimaan Pengguna**

Penerimaan pengguna diukur berdasarkan persepsi pengguna terhadap variabel dalam model UTAUT 2 yang membentuk niat perilaku dan perilaku penggunaan aktual terhadap suatu teknologi (Garone et al., 2019; Venkatesh et al., 2012). Dalam konteks penelitian ini, penerimaan pengguna diartikan sebagai kesediaan dan sikap positif dari Civitas Akademika UIN Antasari Banjarmasin dalam menggunakan *SuperApp* BYOND by BSI sebagai media transaksi keuangan sehari-hari.

## **3. Civitas Akademika**

Civitas akademika merupakan suatu kelompok akademik di sebuah lembaga pendidikan tinggi seperti institut atau universitas (Pradana, 2024). Dalam penelitian ini, civitas akademika diartikan sebagai komunitas akademik di lingkungan UIN Antasari Banjarmasin yang terdiri dari mahasiswa, dosen dan staf akademik sekaligus pengguna aktif *SuperApp* BYOND by BSI dalam kegiatan transaksi keuangan sehari-hari. Civitas

Akademika dipandang sebagai kelompok pengguna teknologi yang memiliki tingkat literasi digital yang memadai serta keterbukaan terhadap adopsi inovasi layanan keuangan digital, sehingga menjadikan mereka sebagai populasi yang relevan dan representatif dalam mengukur tingkat penerimaan pengguna terhadap *SuperApp* BYOND by BSI.

## F. Kajian Penelitian Terdahulu

**Tabel 1. 1 Kajian Penelitian Terdahulu**

<b>Nama</b>	<b>Judul</b>	<b>Metode</b>	<b>Hasil</b>	<b>Perbedaan dengan Penelitian ini</b>
Nurul Amalia (2024)	Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Penerimaan & Penggunaan BSI Mobile Menggunakan <i>Model Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (UTAUT 2)</i> (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Wilayah Jabodetabek)	Kuantitatif, SEM-PLS	<i>Performance expectancy, social influence, price value, dan habit</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> . Adapun <i>facilitating conditions, habit, &amp; behavioral intention</i> juga berpengaruh signifikan terhadap <i>behavioral usage</i> .	Objek penelitian ini adalah BSI <i>Mobile</i> , lokasi penelitian di wilayah Jabodetabek, populasi penelitian merupakan nasabah BSI secara umum serta tidak menambahkan variabel <i>perceived credibility</i> dan <i>trust</i>
Additya D. E.P. & Ahmad	Analisis Model Penerimaan Teknologi	Kuantitatif, SEM-PLS	<i>Hedonic motivation, price value,</i>	Objek: Muamalat DIN, lokasi

Nama	Judul	Metode	Hasil	Perbedaan dengan Penelitian ini
Mukhlason (2025)	<i>Mobile banking</i> Menggunakan UTAUT2		<i>effort expectancy, &amp; social influence</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan layanan <i>mobile banking</i> .	penelitian di Batam, populasi yakni nasabah Bank Muamalat di KC Batam serta tidak menambahkan <i>perceived credibility</i> dan <i>trust</i> dan tidak mengukur <i>use behavior</i> jadi variabel dependen
Elvira A. Ramadhanti (2022)	Analisis Pengukuran Tingkat Penerimaan Pengguna terhadap Aplikasi <i>Mobile Banking</i> BSI <i>Mobile</i> Menggunakan UTAUT 2	Kuantitatif, PLS-SEM	Penambahan variabel <i>perceived trust &amp; perceived credibility. perceived trust</i> paling berpengaruh terhadap <i>behavioral intention. Performance expectancy</i> dan <i>hedonic motivation</i> tidak berpengaruh signifikan	Objek penelitian adalah BSI <i>Mobile</i> , tidak mengukur <i>use behavior</i> sebagai variabel dependen, lokasi penelitian di Jabodetabek, populasi penelitian ini yakni pengguna BSI <i>Mobile</i>
Sulthan M. Raihan (2023)	Analisis Penerimaan Pengguna	Kuantitatif, PLS-SEM	<i>Social influence, performance</i>	Penelitian ini menggunakan model UTAUT

Nama	Judul	Metode	Hasil	Perbedaan dengan Penelitian ini
	<p>terhadap Layanan Aplikasi BSI <i>Mobile</i> di DKI Jakarta</p> <p>Menggunakan UTAUT dan Delone &amp; McLean</p>		<p><i>expectancy, service quality, dan information quality</i> berpengaruh signifikan terhadap penerimaan <i>mobile banking</i>.</p> <p><i>Effort expectancy, facilitating conditions &amp; system quality</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan <i>mobile banking</i></p>	<p>dan DeLone &amp; McLean, tidak menambahkan variabel <i>perceived credibility</i> dan <i>trust</i>, objek penelitian berupa BSI <i>Mobile</i>, lokasi penelitian di DKI Jakarta</p>
Vera N. Zain (2025)	<p>Evaluasi Penerimaan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Menggunakan TAM dan <i>Trust</i> melalui <i>User Satisfaction</i></p>	Kuantitatif, PLS-SEM	<p><i>Trust</i> menjadi salah satu faktor penting yang memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>user satisfaction</i> dan <i>intention to use</i> pada <i>mobile banking</i> Bank Syariah.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan model TAM, tidak menggunakan <i>behavioral intention</i> dan <i>use behavior</i> sebagai variabel dependen, tidak menambahkan variabel</p>

Nama	Judul	Metode	Hasil	Perbedaan dengan Penelitian ini
				<i>perceived credibility</i> , objek penelitian: pengguna <i>mobile banking</i> Bank Syariah
Hofifah I. Adauwiyah (2023)	Analisis Penerimaan Pengguna Terhadap Aplikasi Allo Bank Menggunakan Modifikasi UTAUT2	Kuantitatif, PLS-SEM	Penambahan variabel <i>self-efficacy</i> & <i>perceived credibility</i> . Variabel yang berpengaruh signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> ialah <i>social influence</i> , <i>price value</i> , <i>perceived credibility</i> , <i>self-efficacy</i> , <i>facilitating conditions</i> & <i>habit</i> . <i>Effort expectancy</i> , <i>hedonic motivation</i> & <i>performance expectancy</i> tidak berpengaruh signifikan	Objek penelitian adalah Allo Bank, tidak menambahkan variabel <i>perceived credibility</i> , populasi penelitian yakni pengguna Allo Bank, lokasi penelitian ini di wilayah Jabodetabek

## G. Sistematika Penulisan

Berikut disajikan sistematika penulisan yang memuat deskripsi substansi pokok pada setiap bab sebagaimana diuraikan di bawah ini.

### 1. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan kerangka dasar penelitian yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

### 2. BAB II MODIFIKASI *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE TECHNOLOGY 2* (UTAUT 2)

Pada bab ini memaparkan landasan konseptual yang menopang penelitian ini, meliputi kajian teori yang menguraikan teori relevan dengan penelitian ini, kerangka pikir yang menggambarkan pola hubungan antar variabel penelitian dan hipotesis memuat dugaan ilmiah yang akan diuji kebenarannya melalui analisis data empiris.

### 3. BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan keseluruhan prosedur ilmiah yang diterapkan dalam penelitian, mencakup jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, variabel dan indikator, teknik pengumpulan data dan tahapan penelitian yang menggambarkan alur pelaksanaan penelitian secara sistematis.

#### 4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan 2 (dua) bagian utama, yaitu hasil penelitian yang memuat uraian deskriptif atas data, profil responden dan hasil pengujian statistik serta pembahasan yang mendiskusikan seluruh temuan penelitian dengan mengacu pada kajian teori yang telah dipaparkan dalam bab II guna menghasilkan analisis yang tajam atas pengujian hipotesis dalam penelitian ini.

#### 5. BAB V PENUTUP

Dalam bab V ini memuat simpulan yang merangkum jawaban atas rumusan masalah penelitian secara ringkas dan terarah berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, serta saran yang ditujukan kepada berbagai pihak untuk dijadikan rekomendasi tindak lanjut yang berlandaskan temuan pada penelitian ini.