

BAB I

PENDAHULUAN

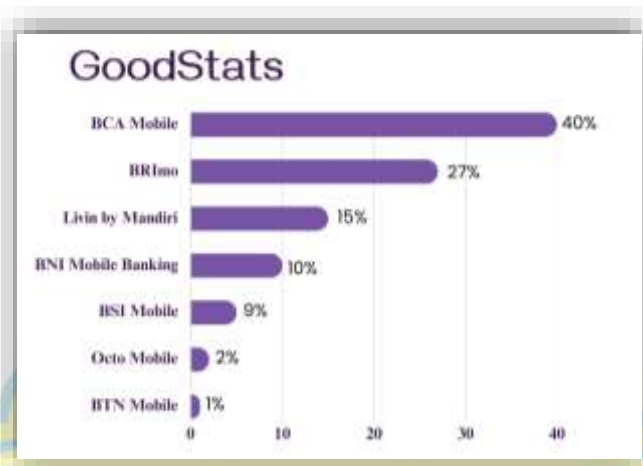
1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang cepat telah mengakibatkan perubahan yang signifikan dalam sektor perbankan. Perubahan ini memberikan berbagai manfaat bagi masyarakat dan konsumen. Mereka dapat merasakan secara langsung dampak positif dari inovasi yang dihasilkan. Di era digital, konsumen cenderung menjalankan aktivitas mereka dengan memanfaatkan berbagai fitur berbasis teknologi (Judijanto et al., 2024). Dikutip informasi dari Bank Indonesia (2019), untuk menghadapi dinamika industri keuangan yang terus berkembang, sektor perbankan kini menempatkan pemanfaatan teknologi sebagai salah satu langkah strategis. Salah satu bentuk implementasinya adalah dengan mengembangkan layanan perbankan digital secara mandiri, yang diwujudkan melalui berbagai platform digital seperti aplikasi *mobile banking*.

Layanan *digital banking* mencakup berbagai transaksi finansial, seperti transfer dana, pengecekan saldo, dan penarikan tunai tanpa menggunakan kartu, yang dapat dilakukan melalui berbagai saluran yang disediakan oleh bank. Selain itu, layanan ini juga mendukung transaksi non-finansial, termasuk pembayaran tagihan (seperti kartu kredit, BPJS, listrik, internet, asuransi, pinjaman, dan lain-lain), pembelian (misalnya pulsa, token listrik Prabayar, dan sebagainya), serta investasi (Kota & Kusumastuti, 2022). Salah satu bank yang menunjukkan kemajuan dalam menghadirkan layanan *mobile banking* adalah PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI), yang menawarkan aplikasi bernama BSI Mobile.

Berdasarkan data dari GoodStats (2024), BSI Mobile berada pada urutan ke lima dengan persentase 9% dalam daftar *mobile banking* terpopuler di Indonesia menurut survei Populix tahun 2024. Berbeda dengan BCA Mobile yang selalu konsisten menempati posisi teratas. Meskipun BSI Mobile telah melakukan berbagai inovasi pada layanan *m-banking*, BSI Mobile masih berada di posisi terbawah dibandingkan para kompetitornya seperti BNI Mobile, BRImo, dan Livin

by Mandiri. Hal ini mencerminkan bahwa minat masyarakat terhadap pengguna BSI Mobile masih sangat kurang dibandingkan dengan jumlah nasabahnya.



Gambar 1. 1 Urutan Aplikasi M-Banking Berdasarkan Penggunanya

Sumber: GoodStats (2024)

Bank Syariah Indonesia menyadari pentingnya evaluasi dalam meningkatkan daya tarik aplikasi layanan keuangannya di tengah tantangan digitalisasi industri perbankan (Bank Syariah Indonesia, 2023). Sebagai langkah strategis, BSI memutuskan untuk mengembangkan BSI Mobile menjadi Byond by BSI, sebuah *super app* yang lebih inovatif dan dirancang untuk menjawab kebutuhan masyarakat di bidang finansial, sosial, dan spiritual. Peluncuran aplikasi Byond by BSI berlangsung pada tanggal 9 November 2024. Namun, aplikasi ini sudah dapat diunduh melalui App Store dan Play Store sejak 26 Oktober 2024 (Bank Syariah Indonesia, 2024).



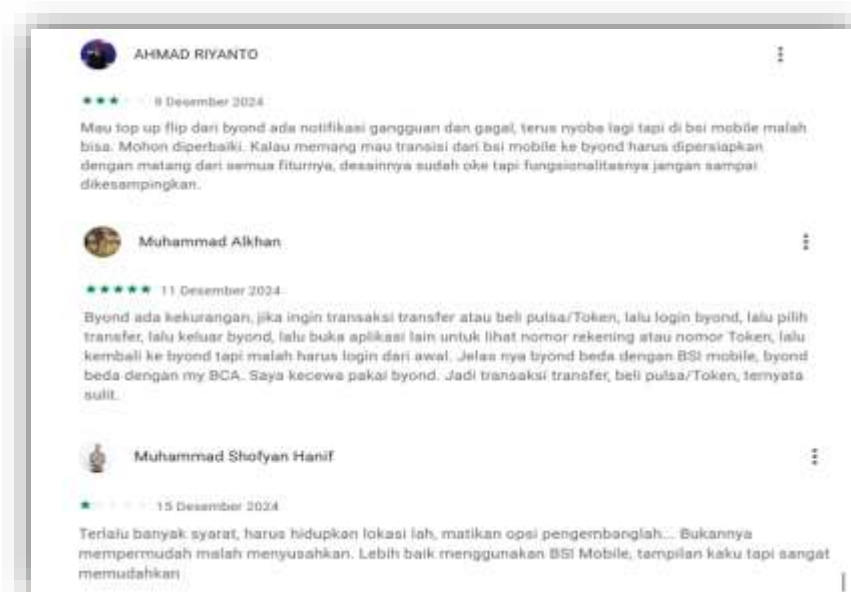
Gambar 1. 2 Aplikasi Byond by BSI

Sumber: PlayStore (2024)

Kehadiran Byond by BSI tentunya memiliki perbedaan dibandingkan dengan BSI Mobile. Perbedaan BSI Mobile dengan Byond by BSI yaitu pada fitur yang ditawarkan. Byond by BSI hadir dengan fitur yang lebih interaktif, salah satu inovasi yang ditawarkan adalah fitur *Goal Setting* untuk membantu nasabah dalam merancang tujuan keuangan pribadi. Melalui fitur ini, nasabah dapat menetapkan target tabungan, seperti untuk keperluan keluarga, pernikahan, pendidikan, liburan, atau membeli barang impian. Selain itu, aplikasi ini juga menawarkan tips untuk mengelola keuangan syariah serta notifikasi anggaran agar mempermudah nasabah dalam mengatur keuangan mereka. Byond by BSI juga dilengkapi dengan berbagai fitur Islami, seperti pengingat waktu shalat, penunjuk arah kiblat, Juz'Amma, kalkulator qurban, dan Asmaul Husna (Bank Syariah Indonesia, 2024).

Kehadiran Byond by BSI tidak hanya menyediakan fitur yang lebih interaktif, tetapi juga menempatkan keamanan nasabah sebagai prioritas utama dalam proses pengembangannya. Aplikasi ini dilengkapi dengan sistem pendeteksi kecurangan (*Fraud Detection System*) yang berfungsi untuk mengidentifikasi transaksi yang mencurigakan. Selain itu, Byond by BSI memanfaatkan teknologi canggih berupa *Hardware Security Module* (HSM) untuk melindungi PIN dan data nasabah dengan tingkat keamanan yang tinggi (Dwi, 2024).

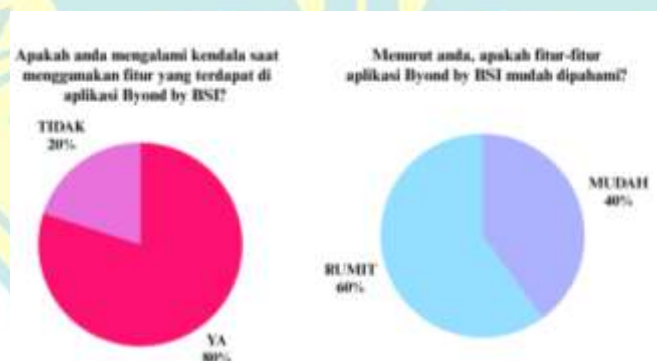
Peneliti melakukan analisis terhadap ulasan aplikasi Byond by BSI di Google Play Store untuk mengevaluasi respons nasabah Bank BSI yang migrasi dari penggunaan BSI Mobile menjadi Byond by BSI. Berdasarkan ulasan pengguna Byond by BSI, mayoritas dari mereka mengeluhkan bahwa aplikasi ini sering mengalami kegagalan ketika melakukan transfer, beli pulsa/token, *top up e-money*. Selain itu, mereka juga menyatakan bahwa penggunaan BSI Mobile dirasa lebih mudah.



Gambar 1. 3 Ulasan Pengguna Aplikasi Byond by BSI

Sumber: PlayStore (2024)

Peneliti tidak hanya melihat ulasan di Google Play Store, tetapi melakukan pra-survei dengan menyebarkan kuisioner melalui Google Form kepada sepuluh pengguna Byond by BSI.



Gambar 1. 4 Diagram Hasil Pra Survei

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti, 2025

Berdasarkan pra-survei yang peneliti lakukan kepada sepuluh pengguna Byond by BSI, kebanyakan dari mereka mengatakan bahwa fitur aplikasi Byond by BSI lebih lengkap dari aplikasi sebelumnya, yakni BSI Mobile, akan tetapi

beberapa fitur masih rumit untuk digunakan dibandingkan aplikasi sebelumnya. Kemudian, respon pengguna terkait kendala saat menggunakan fitur Byond by BSI, dua diantaranya mengatakan tidak mengalami kendala, namun delapan responden mengatakan mereka menghadapi beberapa kendala teknis yang mengganggu. Beberapa kendala tersebut diantaranya proses verifikasi akun yang memakan waktu lama, gagal *login* akibat munculnya notifikasi *close overlapping popup* meskipun jaringan stabil, dan juga responden mengeluhkan efisiensi aplikasi ini karena mereka harus mengaktifkan GPS dan mematikan opsi pengembang untuk mengakses aplikasi, hal ini kurang praktis bagi mereka yang membutuhkan akses cepat. Sementara itu, terkait kepercayaan pada aplikasi Byond by BSI, sebagian besar responden merasa percaya, namun beberapa responden lainnya mengungkapkan aplikasi ini sering *delay* ketika proses transaksi sehingga rasa percaya mereka menurun. Berdasarkan hasil survei mengenai kekhawatiran pengguna terhadap risiko yang mungkin terjadi saat menggunakan Byond by BSI, sebagian besar responden memiliki tingkat kekhawatiran tertentu, meskipun ada beberapa yang tidak khawatir. Hal yang menjadi kekhawatiran mereka yaitu transaksi yang mereka lakukan sering gagal tetapi saldo telah terpotong.

Berdasarkan ulasan pengguna di Google Play Store dan hasil pra-survei, terdapat perbedaan antara keunggulan dan inovasi yang ditawarkan oleh Byond by BSI dengan realita pengguna aplikasi tersebut. Pada kenyataannya, penggunaan Byond by BSI belum beroperasi secara optimal karena banyak kendala saat bertransaksi. Masalah yang dihadapi tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai minat pengguna (*behavioral intention*) terhadap aplikasi Byond by BSI. *Behavioral intention* merupakan tingkat keinginan atau niat individu dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mencapai tujuan tertentu secara berkelanjutan di masa depan (Fitria et al., 2020). Dalam penelitian *mobile banking*, *behavioral intention* digunakan untuk mengukur tingkat kesediaan pengguna untuk menggunakan secara berkelanjutan layanan tersebut. Dengan meneliti *behavioral intention* peneliti dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi Byond by BSI meskipun menghadapi berbagai kendala teknis.

Salah satu upaya memahami minat individu dalam memanfaatkan suatu sistem informasi, peneliti mengadopsi pendekatan dari *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2). Teori ini digunakan untuk menilai *behavioral intention* atau kecenderungan pengguna dalam menggunakan teknologi tertentu. UTAUT 2 menyajikan tujuh elemen inti sebagai dasar pengukuran, meliputi: harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan terhadap kemudahan penggunaan (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi pendukung (*facilitating condition*), motivasi kesenangan (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), serta kebiasaan (*habit*). Model ini merupakan hasil penyempurnaan dari versi sebelumnya, yakni UTAUT generasi pertama. Model UTAUT generasi pertama dirancang dengan fokus pada empat variabel utama sebagai dasar dalam mengevaluasi niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi, yakni harapan terhadap kinerja (*performance expectancy*), kemudahan pengguna (*effort expectancy*), pengaruh dari lingkungan sosial (*social influence*), serta ketersediaan dukungan atau sumber daya (*facilitating condition*). Seiring berjalannya waktu, model ini telah diujicobakan secara luas dalam berbagai studi empiris, yang kemudian memunculkan beragam kritik, umpan balik, dan saran dari para peneliti untuk menyempurnakan dan mengembangkan kerangka teorinya lebih lanjut. Pertama, perbedaan dalam teknologi, populasi, dan budaya yang menjadi fokus masing-masing penelitian dapat memunculkan variabel baru dalam model ini. Kedua, penambahan variabel dilakukan untuk menyesuaikan model dengan konteks penelitian tertentu. Ketiga, perluasan ini mencakup penambahan variabel eksternal yang berpotensi memperkaya teori dalam konteks model UTAUT 2. Tujuan model ini untuk memperkenalkan tiga variabel baru dalam penggunaan teknologi, baik dari sudut pandang umum maupun konsumen. Tiga variabel tambahan yang diperkenalkan dalam pengembangan UTAUT 2 adalah motivasi kesenangan (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*) (Venkatesh et al., 2012). Penggunaan model UTAUT 2 dalam studi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa kerangka tersebut bersifat menyeluruh, mampu menyatukan berbagai pendekatan dalam teori adopsi teknologi keuangan, serta telah banyak digunakan dalam kajian-kajian terkait analisis penerimaan teknologi di sektor

keuangan. Selain itu, UTAUT 2 memiliki keunggulan dibandingkan UTAUT karena lebih berfokus pada pendekatan dari perspektif konsumen, sedangkan UTAUT berfokus pada pendekatan dari perspektif perusahaan.

Salah satu aspek yang diyakini memiliki pengaruh terhadap minat individu dalam memanfaatkan suatu teknologi adalah persepsi terhadap manfaat kinerjanya, atau yang dikenal dengan *performance expectancy*. Konsep ini menggambarkan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi tertentu akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan efektivitas atau produktivitas dalam aktivitas yang dijalankan. Menurut Taufan & Wardani (2023), terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* penggunaan layanan bank digital. Hadirnya layanan bank digital dapat meningkatkan kinerja penggunaannya, sehingga mendorong penggunaannya untuk lebih produktif. Hal ini membuktikan bahwa keyakinan pengguna terhadap kemampuan teknologi dalam meningkatkan produktivitas dapat menjadi faktor yang mendorong untuk menggunakan aplikasi tersebut. Meski demikian, terdapat temuan yang menunjukkan bahwa dalam konteks tertentu, seperti pada pengguna aplikasi Shopee di wilayah Kota Palembang, ekspektasi terhadap kinerja (*performance expectancy*) tidak selalu memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat pengguna (*behavioral intention*) dalam memanfaatkan layanan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat di Kota Palembang tidak memiliki ketergantungan pada aplikasi Shopee untuk mendukung pekerjaan mereka (Fatihanisya & Purnamasari, 2021).

Faktor berikutnya adalah ekspektasi usaha (*effort expectancy*), yang mengacu pada pandangan individu tentang kemudahan dalam mengoperasikan suatu sistem teknologi. Kehadiran fitur-fitur baru dan tampilan yang lebih *fresh* pada Byond by BSI mengharuskan nasabah BSI beradaptasi dengan Byond by BSI dari yang sebelumnya BSI Mobile. Jika Byond by BSI membutuhkan usaha yang lebih besar untuk dipelajari, menyebabkan nasabah merasa enggan untuk beralih sepenuhnya. Oleh karena itu, ekspektasi usaha diperlukan untuk menilai apakah fitur baru akan menyulitkan atau mempermudah penggunaan Byond by BSI. Sebagai contoh, penelitian Ningsih & Hamid (2022) nasabah memberikan

tanggapan positif mengenai pengoperasian, kemampuan, dan kemudahan dalam menggunakan *mobile banking*. Namun, Suhendry (2020) menemukan bahwa kemudahan tidak selalu berdampak pada tingkat minat dalam menggunakan OVO.

Faktor lain yang krusial dan perlu mendapat perhatian dalam analisis adalah *facilitating condition*. Faktor ini merujuk pada sejauh mana seseorang merasa yakin terhadap ketersediaan sarana pendukung serta kemampuan teknis yang dimilikinya untuk menunjang penggunaan suatu sistem teknologi secara optimal. Pengguna Byond by BSI membutuhkan layanan dukungan pelanggan yang responsif untuk mengatasi masalah teknis yang mereka alami, seperti kesulitan *login*, gagal transaksi, atau fitur yang tidak berfungsi. Jika kondisi yang memfasilitasi mencukupi, nasabah akan terdorong untuk menggunakan Byond by BSI. Sebagai ilustrasi, studi yang dilakukan oleh Achmadi et al. (2024) menunjukkan bahwa *facilitating condition* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam konteks minat berinvestasi melalui layanan *digital banking*. Namun hasil berbeda ditemukan oleh Julyazti et al. (2023), yang justru mengungkapkan bahwa kondisi pendukung tersebut berdampak negatif dan signifikan terhadap intensi nasabah dalam memanfaatkan layanan *digital banking* pada Bank syariah di Kota Padang.

Motivasi hedonis (*hedonic motivation*) merujuk pada dorongan emosional yang dialami individu ketika mengoperasikan teknologi. Motivasi hedonis penting untuk diteliti karena relevan dengan pengalaman positif dan menyenangkan saat menggunakan Byond by BSI, terutama di era digital saat ini aspek estetika dan kenyamanan menjadi penentu seseorang untuk menggunakan teknologi tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh Putri & Suardikha (2020), mendukung pernyataan bahwa pemakai *e-money* di Kota Denpasar menunjukkan ketertarikan dalam memanfaatkan *e-money*. Hal ini disebabkan oleh perasaan senang dan ketertarikan yang mereka rasakan. Meski demikian, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa dalam konteks layanan asuransi digital, *hedonic motivation* tidak selalu memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi atau niat seseorang untuk menggunakan layanan tersebut. Hal tersebut dikarenakan asuransi digital tidak dirancang untuk tujuan hiburan, melainkan semata-mata untuk

memberikan kemudahan bagi pengguna dalam membeli asuransi secara *online* (Nindya, 2021).

Kebiasaan (*habit*) adalah kebiasaan pengguna dalam menggunakan teknologi secara otomatis karena telah menempuh pembelajaran. Penggunaan transaksi digital yang semakin meluas berkontribusi membentuk kebiasaan masyarakat menggunakan Byond by BSI. Semakin kuat kebiasaan yang terbentuk, semakin tinggi pula keinginan pengguna untuk terus memanfaatkan aplikasi tersebut. Dalam studi yang dilakukan oleh Septiana et al. (2020) terindikasi *habit* atau kebiasaan berperan secara positif dan signifikan dalam membentuk *behavioral intention* atau niat perilaku pengguna, khususnya dalam penggunaan layanan digital banking BNI. Namun, Hakim (2023) menemukan bahwa kebiasaan tidak menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dalam penggunaan aplikasi Indrive di Bandung.

Berbeda dengan studi sebelumnya, studi ini mengadaptasi model UTAUT 2 dengan penambahan variabel *trust* dan *perceived risk*. Penambahan variabel *trust* didasarkan pada studi terdahulu serta mengikuti rekomendasi dari Riza (2021). *Trust* adalah kepercayaan yang dimiliki seseorang ketika berinteraksi dalam dunia digital. Kepercayaan berperan dalam pengguna *mobile banking* karena layanan ini melibatkan transaksi keuangan dan pertukaran data pribadi, yang sering menimbulkan kekhawatiran terhadap resiko keamanan dan privasi. Kepercayaan berperan sebagai elemen yang dapat memengaruhi minat pengguna dalam memanfaatkan *mobile banking*. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa tanpa adanya rasa percaya, pengguna cenderung merasa ragu untuk melakukan transaksi secara online. Berdasarkan temuan Hakeem & Ratnasari (2021), kepercayaan nasabah dapat terbentuk karena kinerja aplikasi mobile banking yang tersedia pada Bank Syariah Indonesia dalam memfasilitasi berbagai transaksi online memiliki peran yang signifikan dalam mendorong mereka untuk terus memanfaatkan aplikasi tersebut dalam kegiatan sehari-hari. Namun, Suseno et al. (2021) memiliki temuan yang berbeda, yaitu pengguna Go-Pay yang merasa bahwa data yang disimpan aman, layanan yang diberikan sesuai janji tidak berdampak pada niat konsumen

untuk menggunakan Go-Pay. Salah satu penyebabnya adalah karena kasus penipuan oknum yang menyalahgunakan saldo Go-Pay.

Persepsi risiko (*perceived risk*) juga sebagai faktor yang dapat mempengaruhi minat menggunakan suatu teknologi. Persepsi risiko adalah pandangan konsumen mengenai ketidakpastian atau potensi kerugian yang akan terjadi jika menggunakan *mobile banking*. Risiko tersebut meliputi kehilangan data pribadi, kegagalan transaksi, atau penyalahgunaan informasi keuangan. Hasil analisis terkait pemanfaatan *e-wallet* menunjukkan bahwa persepsi individu terhadap risiko (*perceived risk*) ternyata memberikan dampak positif terhadap kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan tersebut (*behavioral intention*) (Hidayat et al., 2020). Tindakan perusahaan dalam memberikan tanggung jawab atas kasus hilangnya saldo maupun kegagalan saat proses pengisian, menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan di kalangan pengguna bahwa mereka tidak akan mengalami permasalahan serupa terkait saldo di kemudian hari. Berbeda dengan penelitian Prakosa & Sumantika (2020) menunjukkan bahwa *perceived risk* tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan dompet digital.

Pada studi ini, variabel pengaruh dari lingkungan sosial (*social influence*) dan nilai harga (*price value*) tidak disertakan dalam analisis. Keputusan tersebut diambil karena peneliti memilih untuk memusatkan kajian secara lebih mendalam pada lima aspek utama, yaitu harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan terhadap kemudahan penggunaan (*effort expectancy*), kondisi pendukung (*facilitating condition*), motivasi kesenangan (*hedonic motivation*), serta kebiasaan (*habit*).

Berdasarkan uraian sebelumnya, dapat diketahui bahwa terdapat ketidakkonsistenan dalam temuan-temuan dari berbagai penelitian terdahulu. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi lebih lanjut mengenai *behavioral intention* atau penerimaan pengguna terhadap aplikasi Byond by BSI. Penelitian ini mengadopsi kerangka model UTAUT 2 serta menambahkan dua variabel eksternal, yaitu *trust* (kepercayaan) dan *perceived risk* (persepsi risiko), dengan mengusung judul “**Analisis Pengaruh Model UTAUT 2, Trust, dan Perceived Risk Terhadap**

Behavioral Intention Pada Aplikasi BYOND By BSI.” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait tingkat penerimaan pengguna, sekaligus mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan analisis masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti mengembangkan beberapa pertanyaan penelitian yang bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai isu yang ada. Pertanyaan-pertanyaan ini mencakup, antara lain:

1. Apakah *performance expectancy* berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna aplikasi Byond by BSI?
2. Apakah *effort expectancy* berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna aplikasi Byond by BSI?
3. Apakah *facilitating condition* berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna aplikasi Byond by BSI?
4. Apakah *hedonic motivation* berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna aplikasi Byond by BSI?
5. Apakah *habit* berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna aplikasi Byond by BSI?
6. Apakah *trust* berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna aplikasi Byond by BSI?
7. Apakah *perceived risk* berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna aplikasi Byond by BSI?
8. Apakah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *habit*, *trust*, dan *perceived risk* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna aplikasi Byond by BSI?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Utama penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan menguji secara mendalam sejumlah variabel yang menjadi fokus utama kajian, dengan rincian tujuan sebagai berikut:

1. Menelusuri seberapa besar peran *performance expectancy* dalam memengaruhi *behavioral intention* pengguna dalam pemanfaatan aplikasi Byond by BSI.
2. Mengetahui seberapa besar peran *effort expectancy* dalam memengaruhi *behavioral intention* pengguna dalam pemanfaatan aplikasi Byond by BSI.
3. Menganalisis seberapa besar peran *facilitating condition* dalam memengaruhi *behavioral intention* pengguna dalam pemanfaatan aplikasi Byond by BSI.
4. Menilai seberapa besar peran *hedonic motivation* dalam memengaruhi *behavioral intention* pengguna dalam pemanfaatan aplikasi Byond by BSI.
5. Menelusuri seberapa besar peran *habit* dalam memengaruhi *behavioral intention* pengguna dalam pemanfaatan aplikasi Byond by BSI.
6. Mengkaji seberapa besar peran *trust* dalam memengaruhi *behavioral intention* pengguna dalam pemanfaatan aplikasi Byond by BSI.
7. Menelusuri seberapa besar peran *perceived risk* dalam memengaruhi *behavioral intention* pengguna dalam pemanfaatan aplikasi Byond by BSI.
8. Menilai secara simultan pengaruh dari tujuh variabel independen, yakni *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *habit*, *trust*, dan *perceived risk* terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi Byond by BSI.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, dimaksudkan agar mampu memberikan kontribusi dalam memperluas pemahaman terkait penerapan Model UTAUT 2. Fokus utama kajian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh dari beberapa variabel penting, yaitu harapan terhadap kinerja (*performance expectancy*), kemudahan penggunaan (*effort expectancy*), ketersediaan dukungan atau sumber daya (*facilitating*

condition), motivasi kesenangan (*hedonic motivation*), kebiasaan (*habit*), kepercayaan (*trust*), serta persepsi risiko (*perceived risk*) terhadap *behavioral intention* atau niat perilaku pengguna dalam konteks penggunaan aplikasi Byond by BSI. Di samping itu, temuan dari studi ini juga diharapkan dapat memberikan nilai tambah sebagai referensi empiris bagi peneliti selanjutnya yang tertarik menelusuri topik serupa dalam bidang teknologi keuangan digital.

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat Bagi Peneliti

Studi ini ditujukan untuk membuka wawasan baru dalam pelaksanaan riset-riset selanjutnya, dengan harapan temuan yang diperoleh dapat memperdalam wawasan tentang sejauh mana harapan terhadap kinerja (*performance expectancy*), kemudahan penggunaan (*effort expectancy*), kondisi pendukung (*facilitating condition*), motivasi kesenangan (*hedonic motivation*), kebiasaan (*habit*), kepercayaan (*trust*), serta persepsi risiko (*perceived risk*) memengaruhi intensi pengguna dalam memanfaatkan aplikasi Byond by BSI.

b. Manfaat Bagi Fakultas

Hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai landasan literatur dan bahan acuan dalam pengembangan kajian di ranah ilmu bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai sejauh manaharapan terhadap kinerja (*performance expectancy*), kemudahan penggunaan (*effort expectancy*), kondisi pendukung (*facilitating condition*), motivasi kesenangan (*hedonic motivation*), kebiasaan (*habit*), kepercayaan (*trust*), serta persepsi risiko (*perceived risk*) terhadap intensi perilaku (*behavioral intention*) dalam pemanfaatan aplikasi Byond by BSI. Dengan demikian, temuan yang dihasilkan memiliki potensi memberikan kontribusi nyata dalam memperluas pengetahuan pada bidang tersebut.

c. Manfaat Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan mengembangkan pemahaman baru, menjadi acuan serta sumber informasi yang relevan terkait penggunaan struktur konseptual UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*). Model ini akan digunakan untuk mengukur niat perilaku (*behavioral*

intention) dalam konteks penggunaan aplikasi Byond by BSI. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan berpotensi menjadi kontribusi yang bernilai dalam memperkaya literatur dan pengembangan studi sejenis di masa mendatang.

d. Manfaat Bagi Perusahaan

Temuan dari studi ini ditujukan untuk memberikan saran dan menjadi bahan pertimbangan strategis bagi Bank Syariah Indonesia dalam melakukan penyempurnaan terhadap fitur-fitur yang telah disediakan. Dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan aplikasi Byond by BSI, serta memberikan pengalaman yang lebih baik bagi penggunanya.

