

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, bank syariah hadir sebagai sistem alternatif yang praktis dan layak, menawarkan berbagai kemudahan bagi nasabah. Salah satu contohnya adalah Bank Syariah Indonesia (BSI), yang menyediakan layanan Mobile Banking bernama BSI Mobile. Aplikasi ini dirancang untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi, beribadah, dan berbagi melalui berbagai fitur yang terintegrasi dalam satu platform. Layanan perbankan syariah berbasis telepon seluler ini memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan aman, cepat, dan mudah, kapan saja dan di mana saja, tanpa perlu datang langsung ke bank (Lubis, 2021).

Layanan mobile banking Bank Syariah Indonesia terus mengalami peningkatan, hingga akhirnya pada 9 November 2024 secara resmi meluncurkan SuperApp BYOND by BSI. Peluncuran ini merupakan respons terhadap kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan dan keuangan yang semakin kompleks di era digital. BYOND by BSI adalah SuperApp yang menawarkan layanan finansial, sosial, dan spiritual secara komprehensif, dengan akses yang lebih mudah, nyaman, serta dilengkapi dengan keamanan yang semakin maksimal.

Menurut wisnu sunandar selaku *Corporate Secretary* BSI latar belakang adanya Superapp BYOND by BSI adalah sebagai respon terhadap pertumbuhan signifikan penggunaan mobile banking di Indonesia dan permintaan masyarakat akan layanan perbankan yang lebih cepat, efisien, dan intuitif, terutama bagi generasi muda. BYOND hadir sebagai SuperApp yang menggabungkan layanan perbankan dengan fitur sosial dan spiritual, sesuai dengan konsep "*Beyond Banking*" yang diusung oleh BSI. Fitur-fitur unggulan yang diusung BYOND by BSI memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah untuk bertransaksi finansial, sosial, dan menunjang aktivitas spiritual. Namun hal ini tentunya menjadi dapat bumerang bagi layanan Byond By BSI karena semakin banyak nasabah

mereka maka mereka perlu untuk menampung adanya berbagai macam persepsi yang ada pada layanan mereka tak terkecuali bagi kalangan mahasiswa.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa mahasiswa Jurusan Teknik Industri Universitas Malikussaleh, diketahui bahwa para narasumber telah menggunakan layanan Byond By BSI. Namun, mereka juga mengakui bahwa dalam beberapa situasi masih memilih menggunakan layanan perbankan konvensional seperti Anjungan Tunai Mandiri (ATM) karena menilai layanan Byond By BSI belum sepenuhnya optimal. Penilaian mahasiswa terhadap manfaat, kemudahan, dan risiko penggunaan aplikasi ini sangat dipengaruhi oleh tingkat informasi yang mereka miliki, pengalaman penggunaan sebelumnya, serta kondisi dan situasi masing-masing individu, termasuk kemampuan dalam meminimalkan risiko. Beragamnya persepsi terhadap aplikasi Byond By BSI ini dapat berdampak pada penurunan jumlah pengguna, apalagi ditengah persaingan ketat dengan berbagai penyedia layanan dompet digital seperti OVO, GoPay, DANA, ShopeePay, dan lainnya, yang menawarkan proses transaksi yang lebih sederhana dan efisien. Oleh karena itu, urgensi akan ketersediaan dan pengembangan fitur-fitur yang relevan dan unggul dalam aplikasi Byond By BSI menjadi sangat penting agar mampu menjawab kebutuhan pengguna serta bersaing secara kompetitif di tengah ekosistem layanan digital yang terus berkembang.

Salah satu faktor kunci dalam pemasaran perbankan syariah adalah teknologi. Teknologi memegang peran yang sangat penting dalam menarik pelanggan. Semakin mudah informasi tentang suatu produk dapat diakses, semakin besar pula peluang untuk mendapatkan pelanggan dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk tersebut. Bagi nasabah, keputusan untuk menggunakan suatu layanan tentu didasarkan pada berbagai pertimbangan.

Theory Acceptance Model (TAM) adalah salah satu model yang dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan suatu sistem atau sistem informasi. Model penelitian TAM berpendapat bahwa adopsi teknologi oleh pengguna ditentukan oleh dua persepsi utama, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*). Selain itu, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat juga dipengaruhi oleh

kepercayaan dan risiko, yang turut berdampak pada minat penggunaan suatu teknologi.

Penelitian mengenai variabel persepsi TAM ini sudah beberapa kali dilakukan namun sering kali mengalami hasil tidak konsisten dan juga penelitian terkait model TAM sering kali hanya dilakukan di instansi-instansi, government serta lembaga-lembaga tertentu. Penelitian yang dilakukan (Nasih dan Gati, 2024) pada Inspektorat Provinsi Jawa Timur menunjukkan adanya pengaruh positif dari persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan QRIS pada Inspektorat Provinsi Jawa Timur, sedangkan persepsi manfaat serta persepsi kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan QRIS pada Inspektorat Provinsi Jawa Timur. Penelitian yang dilakukan (putri dan Ghafur 2024) pada PT. Adira Finance Syariah Satellite Balung menunjukkan adanya pengaruh positif dari persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi Fintech Adiraku. Penelitian yang dilakukan (Perkasa dan Indrawati, 2023) pada RSAU dr. Hoediyono menunjukkan adanya pengaruh positif dari persepsi manfaat terhadap penggunaan SIMRS namun pada variabel persepsi kemudahan menunjukkan tidak adanya pengaruh terhadap penggunaan SIRMS. Penelitian yang dilakukan (Sena dan Tamam, 2025) pada BRI Persero Cabang Kalianda menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking BRI.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan melengkapi penelitian yang dilakukan sebelumnya karna terdapat celah untuk peneliti melakukan penelitian terkait dengan teori TAM, celah yang ada dari penelitian sebelumnya yaitu hasil penelitian yang tidak konsisten serta memasukkan studi kasus baru yaitu kalangan mahasiswa dalam penelitian terkait model TAM. Dari penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Thecnology Acceptance Model (TAM) Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Byond By BSI Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Teknik Industri Universitas Malikussaleh)“**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi manfaat, persepsi

kemudahan, persepsi resiko, persepsi kepercayaan dan ketersediaan fitur terhadap keputusan nasabah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas maka pada penelitian ini terdapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan Byond By BSI di kalangan mahasiswa?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan Byond By BSI di kalangan mahasiswa?
3. Bagaimana pengaruh persepsi kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan Byond By BSI di kalangan mahasiswa?
4. Bagaimana pengaruh Ketersediaan fitur terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan Byond By BSI di kalangan mahasiswa?
5. Bagaimana pengaruh persepsi resiko terhadap terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan Byond By BSI di kalangan mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan Byond By BSI di kalangan mahasiswa.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan Byond By BSI di kalangan mahasiswa.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan Byond By BSI di kalangan mahasiswa.
4. Untuk mengetahui pengaruh Ketersediaan fitur terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan Byond By BSI di kalangan mahasiswa.

5. Untuk mengetahui pengaruh persepsi resiko terhadap terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan Byond By BSI di kalangan mahasiswa.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dengan adanya penelitian ini, menambah pengetahuan tentang minat nasabah dalam menggunakan layanan Byond By BSI dikalangan mahasiswa
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan terkait peningkatan minat nasabah dalam menggunakan Byond By BSI pada Bank Syariah Indonesia (BSI).

1.5 Batasan Masalah

Adapun yang menjadi batasan masalah pada penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan 5 variabel bebas dan 1 variabel terikat yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi resiko, persepsi kepercayaan, ketersedian fitur dan keputusan nasabah.

1.6 Asumsi

Adapun asumsi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Narasumber mengisi kuisioner dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.
2. Layanan Byond By BSI berjalan normal selama penelitian.
3. Semua populasi dianggap menggunakan aplikasi Byond By BSI.