

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 1. 1 Logo Jenius oleh Bank BTPN

*Sumber: www.Jenius.com*

Jenius merupakan sebuah layanan perbankan digital dari Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) yang diluncurkan pada bulan Agustus 2016. Bank BTPN sendiri sudah berdiri sejak tahun 1958 yang pada awalnya merupakan bank devisa yang memfokuskan diri untuk melayani dan memberdayakan segmen masyarakat berpendapatan rendah yang terdiri dari para pensiunan, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta komunitas prasejahtera produktif (*mass market*). Bank BTPN resmi beroperasi sebagai bank baru hasil usaha (merger) antara PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk (BTPN) dengan PT Bank Sumitomo Mitsui Indonesia (SMBCI) sejak 31 Januari 2019. Untuk kedepannya Bank BTPN akan menjadi bank universal yang akan memiliki bisnis lebih lengkap dan melayani segmen nasabah yang lebih luas, mulai dari segmen *mass market* (ritel) hingga korporasi (Bank BTPN, 2019).

Jenius merupakan layanan perbankan yang menghadirkan proses digitalisasi secara menyeluruh dalam pengelolaan transaksi perbankan.

Jenius merupakan bank dengan layanan perbankan digital pertama yang hadir di Indonesia. Dengan membawa tiga *unique value propositions* yang dimilikinya, yakni untuk membuat hidup lebih sederhana, mengelola keuangan penggunanya dengan lebih cerdas, dan memastikan keamanan transaksi, Jenius dirancang dan dikembangkan untuk membantu masyarakat dalam mengatur *life finance* secara lebih mudah, cerdas dan aman melalui *smartphone* berbasis Android maupun iOS.

Layanan perbankan digital Jenius terdiri dari aplikasi situs *mobile* dan kartu debit internasional. Aplikasi situs *mobile* Jenius dirancang untuk mempermudah seluruh aktivitas finansial seperti menabung, melakukan transaksi serta aktivitas mengatur keuangan. Dengan menerapkan proses digitalisasi secara menyeluruh, nasabah Jenius dapat membuka akun rekening hingga menutup akun rekening hanya dengan melalui aplikasi situs *mobile*. Selain itu Jenius juga menawarkan rancangan antar-muka Jenius yang lebih mudah dengan menghadirkan *booth* di beberapa pusat perbelanjaan yang tersebar di daerah Jabodetabek, Bandung, Purwakarta, Semarang, Yogyakarta, Malang, Surabaya, Medan, dan Makassar.

Jenius menghadirkan banyak fitur baru yang akan memudahkan nasabahnya. Selain dapat membuka tabungan melalui *smartphone* tanpa perlu ke bank, Jenius juga akan memberikan cara baru mengatur *Life Finance* dengan fitur-fitur yang dimilikinya seperti *\$Cashtag*, *Flexi Saver*, *Dream Saver*, *Maxi Saver*, *Send It*, *Pay Me*, *Split Bill*, *e-Card*, *x-Card*, dan lain-lain. Selain fitur pada aplikasi situs *mobile*, Jenius juga memungkinkan penggunanya untuk memiliki beberapa kartu debit atau yang dinamakan sebagai *x-Card*, selain itu kartu debit Jenius memungkinkan nasabahnya untuk dapat melakukan transaksi di luar negeri dengan kurs yang cukup bersaing, kartu debit jenius juga dapat digunakan sebagai alat pembayaran moda transportasi di beberapa negara seperti Singapura.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Teknologi informasi saat ini terus mengalami perkembangan yang signifikan. Dengan teknologi informasi yang semakin berkembang ini, memudahkan kita untuk mendapatkan informasi. Salah satu teknologi informasi yang sudah menjadi sebuah kebutuhan saat ini adalah *Internet*. Dengan hadirnya *internet* telah membuat aktivitas menjadi lebih efektif dan efisien. Seiring dengan berkembangnya *internet* yang semakin lekat dengan kehidupan sehari-hari mendorong untuk terjadinya transformasi era digitalisasi atau melakukan perubahan segala aspek kehidupan menjadi berbasis *internet* atau digital.

Tabel 1. 1 Penetrasi Pengguna *Internet* di Indonesia

	PENDUDUK INDONESIA	PENGGUNA INTERNET
<b>TAHUN 2017</b>	262.000.000	143.260.001
<b>TAHUN 2018</b>	264.161.600	171.176.716
<b>PENINGKATAN SELAMA 1 TAHUN (2017-2018)</b>	0,83%	19,49%

*Sumber: Hasil Survei APJII 2018*

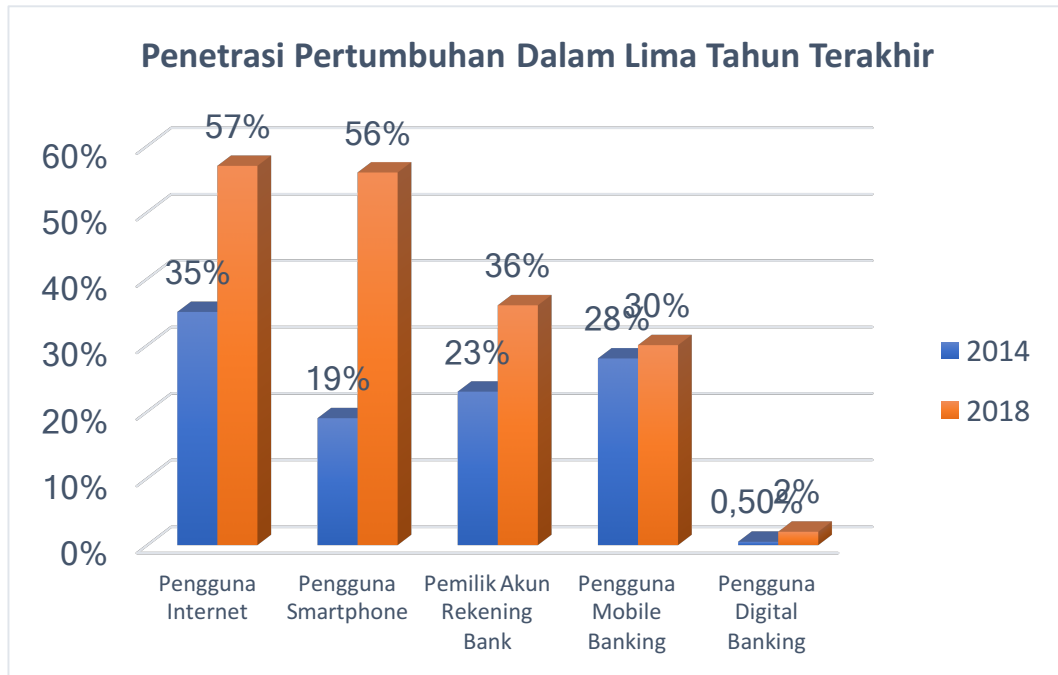
Transformasi era digital juga didukung oleh pengguna *internet* yang terus mengalami peningkatan. Pada Tabel 1.1 kita dapat melihat hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa *Internet* Indonesia) pada tahun 2018 pengguna *internet* di Indonesia pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 19,49% dan penduduk Indonesia mengalami peningkatan sebesar 0,83% dari tahun 2017. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna *internet* di Indonesia mengalami peningkatan yang lebih cepat dibandingkan dengan kenaikan jumlah penduduknya. Secara tidak langsung hal ini mendorong adanya transformasi menuju era digital di berbagai aspek kehidupan karena seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna *internet* maka kebutuhan

akan kemudahan dalam kehidupan sehari-hari berbasis *internet* atau digital juga akan meningkat.

Transformasi digital pada saat ini sudah menyentuh hampir seluruh aspek kehidupan kita, baik yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari, perkantoran, lembaga pemerintahan dan termasuk juga didalamnya lembaga keuangan. Teknologi informasi memiliki peranan yang penting pada lembaga keuangan. Pada awalnya teknologi informasi dimanfaatkan untuk fungsi operasional pada lembaga keuangan, namun seiring dengan berkembangnya teknologi, kini teknologi informasi dimanfaatkan oleh lembaga keuangan khususnya industri perbankan untuk meningkatkan layanan kepada nasabah. Sebelumnya industri perbankan sudah memiliki layanan yang dikenal sebagai *electronic banking*, yakni layanan yang dapat memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti melakukan *transfer* atau membayar tagihan dimana saja dan kapan saja dengan memanfaatkan saluran distribusi (*delivery channel*) berbasis *internet*. Kini, industri perbankan telah berinovasi menuju era digital dengan adanya layanan perbankan digital yang menerapkan proses digitalisasi secara menyeluruh. Menurut Accenture (2015), perbankan Indonesia bahkan berisiko kehilangan 30% dari total nasabahnya apabila tidak memanfaatkan teknologi secara maksimal dengan segera.

Layanan perbankan digital merupakan sebuah layanan penyempurnaan *electronic banking* yang dapat mempermudah nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan secara mandiri (*self-service*) dimana saja dan kapan saja. Layanan perbankan digital juga merupakan sebuah evolusi layanan perbankan dengan orientasinya untuk memberikan layanan terbaik kepada nasabah. Layanan perbankan digital memungkinkan nasabah untuk membuka dan menutup akun rekening tanpa harus melakukan transaksi tatap muka dengan pegawai bank dan seiring dengan perkembangan era menuju era digitalisasi, industri perbankan juga terus meningkatkan performanya dengan menghadirkan layanan yang

menggunakan aplikasi situs *mobile* yang dapat diakses melalui *smartphone* sebagai *delivery channel*-nya.



Gambar 1. 2 Penetrasi Pertumbuhan Dalam Lima tahun terakhir

Sumber: *Jenius Financial Study*

Berdasarkan hasil kajian *Jenius Financial Study: Indonesia Digital Savvy Behaviour* yang bekerjasama dengan Nielsen seperti pada Gambar 1.2, memperlihatkan bahwa penggunaan *internet* dan *smartphone* yang terus meningkat secara signifikan di Indonesia, secara tidak langsung mendorong meningkatnya jumlah pemilik akun rekening bank termasuk didalamnya pengguna *mobile banking* dan *digital banking*. Seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1.2 diatas, diketahui dalam kurun waktu lima tahun (2014-2018) pemilik akun rekening bank di Indonesia meningkat sebesar 13% dan didalamnya termasuk peningkatan terhadap pengguna *mobile banking* sebesar 2% dan pengguna *digital banking* meningkat sebesar 1,5%. Hal ini menunjukkan bahwa layanan perbankan digital menunjukkan sinyal positif di Indonesia dengan peningkatan yang terus

terjadi dalam kurun waktu lima tahun (2014-2018). Bahkan berdasarkan hasil kajian Jenius *Financial Study*, diketahui bahwa peningkatan pengguna *mobile banking* dan pengguna *digital banking* hanya memiliki perbedaan sebesar 0,5%.

Pada Februari 2019, salah satu firma konsultan manajemen dan keuangan Amerika Serikat yang bernama McKinsey&Company, dengan laporan yang berjudul “*Digital Banking in Indonesia: Building Loyalty and Generating Growth*”, mengatakan bahwa meningkatnya jumlah pengguna *internet* dan *smartphone* serta pertumbuhan pada layanan *e-commerce* juga menjadi faktor hadirnya kebutuhan akan layanan perbankan digital. Pada laporan McKinsey juga menyatakan terdapat tiga tren yang akan membuat layanan perbankan digital di Indonesia akan terus berkembang semakin pesat.

Tren pertama yaitu semakin beragamnya hubungan nasabah dan bank. Semakin banyak layanan yang disediakan oleh bank, maka akan menumbuhkan loyalitas nasabah kepada bank tersebut. Tren kedua yaitu antusias yang cukup besar dari masyarakat Indonesia terhadap layanan perbankan digital. Berdasarkan hasil survei McKinsey, 55% nasabah bank non-digital mengatakan bahwa mereka memiliki minat untuk menggunakan layanan perbankan digital dalam waktu enam bulan kedepan. Lalu 50% dari responden juga mau mempertimbangkan untuk pindah ke bank yang tidak memiliki kantor fisik. McKinsey juga menambahkan meskipun antusiasme masyarakat Indonesia cukup besar terhadap layanan perbankan digital, layanan perbankan non-digital tetap akan relevan di Indonesia. Tren ketiga yaitu nasabah digital dianggap lebih “berharga”. Berdasarkan survei McKinsey, nasabah layanan digital dua kali lebih loyal daripada layanan non-digital, jumlah nasabah layanan digital juga terus mengalami peningkatan.

Dari laporan yang diterbitkan oleh McKinsey, kita dapat melihat titik terang akan masa depan layanan perbankan digital yang akan terus berkembang di Indonesia. Pada laporan tersebut ditambahkan, bahwa

nasabah digital ini membawa *value* bagi industri perbankan, tetapi nasabah juga terbiasa dengan tingkat respon yang tinggi, kustomisasi dan layanan dari bank. Untuk menarik dan memuaskan nasabah layanan perbankan digital, bank harus mengadopsi pola pikir *customer-centric* dan mendesain ulang pengalaman para nasabah.

Pemerintah melalui Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia yang diterbitkan oleh Bank Indonesia pada November 2019, memiliki salah satu visi untuk mendukung digitalisasi perbankan sebagai lembaga utama dalam ekonomi keuangan digital melalui *open banking* maupun pemanfaatan teknologi digital dan data dalam bisnis keuangan. Selain itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai lembaga keuangan yang memiliki wewenang untuk menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap keseluruhan kegiatan di sektor jasa keuangan, pada tahun 2016 sudah resmi menerbitkan Panduan Penyelenggaraan *Digital Branch* oleh Bank Umum sebagai bentuk dukungan dari pemerintah dalam era digitalisasi ini, yang kemudian pada tahun 2018 resmi diterbitkan POJK Nomor 12/POJK.03/2018 tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum. Panduan ini juga diterbitkan demi menciptakan kenyamanan dan iklim yang baik dalam industri perbankan yang sedang bertransformasi. Selain itu, panduan ini juga diterbitkan demi melindungi nasabah dari berbagai tindak kriminal yang mungkin saja terjadi dalam layanan digital ini, sehingga nasabah tetap merasa aman melakukan transaksi perbankan melalui *smartphone*.

Sesuai dengan Panduan yang diterbitkan oleh OJK, layanan perbankan digital dimulai dengan didirikannya *digital branch* oleh bank tersebut. *Digital branch* nantinya akan berfungsi sebagai sarana bank yang berfungsi secara khusus untuk memproses registrasi nasabah dan pembukaan rekening secara mandiri. Dalam panduan tersebut juga disebutkan bahwa penyelenggaraan *digital branch* dapat melalui penyediaan beberapa jenis media digital pad area khusus di jaringan kantor Bank ataupun lokasi lain yang dapat digunakan secara mandiri oleh calon

nasabah dan/atau nasabah layanan perbankan digital tanpa perlu melibatkan pegawai bank.

Dilansir dari laman *website* ekonomi.kompas.com pada tahun 2018, Kepala Departemen Penelitian dan Pengaturan Perbankan OJK mengatakan bahwa dari 80 bank umum yang mencoba melakukan pelayanan perbankan digital kepada nasabahnya, baru dua bank umum yang menjalankan layanan digitalisasi secara menyeluruh, yakni Bank BTPN dengan aplikasi Jenius dan Bank DBS Indonesia dengan aplikasi Digibank. Layanan perbankan digital merupakan salah satu bentuk inovasi dunia perbankan di Indonesia yang dimulai dengan hadirnya aplikasi Jenius oleh Bank BTPN yang resmi diluncurkan di Jakarta pada Agustus 2016.

Dalam tiga tahun perjalanannya, pada tahun 2018 Jenius mendapatkan penghargaan sebagai “*The Best Digital Bank in Indonesia 2018*” oleh *The Asian Banker for Indonesia Country Awards 2018* (Bank BTPN, 2018). Selain itu berdasarkan data *Annual Report* Bank BTPN 2019, diketahui bahwa per Desember 2019 pengguna Jenius sudah mencapai dua juta pengguna aktif. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi layanan perbankan digital khususnya Jenius oleh Bank BTPN terlihat memiliki penerimaan baik oleh masyarakat Indonesia.

Menurut Taheerdoost (2018) terdapat beberapa model penelitian mengenai adopsi penerimaan teknologi, di Indonesia sendiri penelitian mengenai adopsi penerimaan teknologi terkhusus adopsi penerimaan teknologi pada layanan perbankan berbasis teknologi banyak menggunakan model penelitian seperti *Technology Acceptance Model* (TAM) atau *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Deameta dan Rikumahu (2019) melakukan penelitian mengenai intensi perilaku terhadap penggunaan *mobile banking* di Kota Bandung dengan menggunakan model penelitian *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Kemudian, Salsabilla dan Zuliestiana (2019) melakukan penelitian mengenai analisis minat menggunakan *mobile banking* BRI dengan menggunakan model penelitian *Technology Acceptance Model* (TAM).



Selain dua model penelitian yang telah disebutkan, terdapat beberapa model penelitian mengenai adopsi penerimaan teknologi lainnya, salah satu diantaranya adalah *Diffusion of Innovation Theory* (DOI Theory). Menurut Rogers (2003) *Diffusion of Innovation theory* adalah teori yang menjelaskan bagaimana sebuah inovasi diadopsi dari waktu ke waktu dengan melihat proses keputusan inovasi yang mempengaruhi adopsi inovasi diantara anggota sistem sosial. *Diffusion of Innovation theory* memiliki empat elemen penting yang saling berhubungan untuk menggambarkan proses adopsi. Empat elemen dalam teori difusi inovasi antara lain adalah inovasi itu sendiri, saluran komunikasi, sistem sosial, dan waktu. Menurut Taherdoost (2017) Teori Difusi Inovasi berfokus kepada kepercayaan pengguna terhadap teknologi itu sendiri. Hal ini merujuk terhadap bagaimana karakteristik pada inovasi dalam Teori Difusi Inovasi dapat menggambarkan teknologi tersebut. Karakteristik inovasi dalam teori difusi inovasi terdiri dari lima hal, yakni *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, dan *observability*. Menurut Rogers (2003) karakteristik dari inovasi itu sendiri sangat menentukan tingkat suatu adopsi daripada faktor lainnya, yang berkisar diantara 49% - 87%.

Pada penelitian ini, peneliti berminat untuk melakukan penelitian adopsi inovasi layanan perbankan digital Jenius dengan melihat karakteristik inovasi berdasarkan *diffusion of innovation theory*. Selain itu, peneliti menambahkan variabel *perceived risk* pada penelitian ini guna melihat pengaruhnya terhadap tingkat adopsi inovasi layanan perbankan digital Jenius. *Perceived risk* sering kali muncul karena adanya keraguan pengguna dengan teknologi yang mungkin tidak berjalan baik, dan dalam konteks layanan perbankan berbasis *mobile*, persepsi risiko semakin penting terkait dengan keamanan dan privasi (Al-Jabri dan Sohail, 2012).

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor apa saja yang berpengaruh positif atau negatif terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta, yang nantinya dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk Jenius dalam mengembangkan

layanannya. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti berminat untuk melakukan penelitian dengan judul, **“Analisis Tingkat Adopsi Layanan Perbankan Digital Menggunakan Teori Difusi Inovasi”** dengan menggunakan Jenius oleh Bank BTPN di Kota Bandung dan Jakarta sebagai objek penelitian.

### 1.3 Perumusan Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi terutama *internet* yang terus berkembang, mendorong segala aspek dalam kehidupan untuk melakukan perubahan menuju sistem yang berbasis *internet* atau digital. Salah satu industri yang mulai melakukan transformasi menuju era digital adalah industri perbankan dengan mengembangkan Layanan perbankan berbasis digital. Layanan perbankan berbasis teknologi sudah mulai menjalankan layanannya dengan menghadirkan *mobile banking* yang memberikan layanan-layanan “inti” pada perbankan untuk dapat diakses melalui *mobile phone* (Proctor, 2019). Kini, industri perbankan menerapkan proses digitalisasi secara menyeluruh yang memungkinkan nasabah untuk dapat membuka akun, melakukan transaksi perbankan, dan menutup akun secara mandiri (*self-service*) dimana saja dan kapan saja.

Berdasarkan data Jenius *Financial Study* diketahui bahwa pengguna layanan perbankan digital terus mengalami perkembangan, khususnya Jenius per Desember 2019 sudah mencapai dua juta pengguna aktif (Bank BTPN, 2019). Dengan demikian, peneliti berminat untuk melakukan penelitian mengenai tingkat adopsi Jenius dengan melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaannya dengan menggunakan model penelitian *diffusion of innovation theory* serta menambahkan variabel *perceived risk*.

Karakteristik pertama dalam *diffusion of innovation theory* adalah *relative advantage*. *Relative advantage* didefinisikan sebagai sejauh mana sebuah inovasi dianggap lebih baik dari ide yang digantikannya (Rogers 2003). Disaat sebuah inovasi dirasakan memiliki keunggulan yang lebih baik dari ide sebelumnya, maka pengguna cenderung akan melakukan adopsi (Al-

Jabri dan Sohail, 2012). Hal ini didukung oleh hasil penelitian Al-Jabri dan Sohail (2012), Ntemana dan Olatakun (2012), Kapoor et al. (2017), (Purwati et al. (2014), dan Solahuddin et al. (2019).

Karakteristik kedua yakni *compatibility*. *Compatibility* adalah bagaimana suatu inovasi dapat dikatakan sesuai dengan kondisi masyarakat, kebudayaan, nilai-nilai serta kebutuhan pada masyarakat (Rogers, 2003). Sebuah inovasi akan semakin mudah untuk diadopsi apabila inovasi tersebut sesuai dengan kondisi dan kebutuhan penggunanya (Al-Jabri dan Sohail, 2012). Hal ini didukung oleh hasil penelitian Al-Jabri dan Sohail (2012), Alan et al. (2017), dan Kapoor et al (2017). Sedangkan dalam beberapa penelitian, *compatibility* terlihat tidak memiliki pengaruh terhadap adopsi inovasi (Ntemana dan Olatakun, 2012; Purwati et al. (2014); Yanuardinda et al (2014); dan Solahuddin et al. (2019).

Karakteristik ketiga yakni *complexity*. *Complexity* adalah bagaimana tingkat kerumitan dari suatu inovasi untuk diadopsi, seberapa sulit memahami dan menggunakan inovasi (2003). Apabila sebuah inovasi dirasakan sulit untuk dipahami dan digunakan, maka hal ini akan berpengaruh negatif kepada proses adopsi inovasi (Al-Jabri dan Sohail, 2012). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Ntemana dan Olatakun (2012), Purwati et al. (2014), dan Kapoor et al. (2017). Sedangkan dalam beberapa penelitian *complexity* tidak terlihat pengaruhnya terhadap adopsi (Al-Jabri dan Sohail, 2012; Solahuddin et al, 2019).

Karakteristik keempat yakni *trialability*. *Trialability* didefinisikan sebagai bagaimana suatu inovasi dapat dicoba terlebih dahulu atau harus terikat untuk menggunakannya (Rogers, 2003). Dengan adanya kesempatan untuk dapat melakukan uji coba terlebih dahulu, hal itu akan meminimalisir ketakutan untuk menggunakan layanan perbankan berbasis teknologi dan untuk dapat meyakinkan pengguna untuk dapat menggunakan lebih lanjut atau tidak (Al-Jabri dan Sohail, 2012). Hal ini didukung oleh hasil penelitian Kapoor et al. (2017), namun tidak sejalan dengan hasil penelitian Al-Jabri dan Sohail (2012), Ntemana dan Olatakun (2012), Purwati et al. (2014), Alan

et al. (2017), dan Solahuddin et al. (2019) yang berdasarkan hasil penelitiannya, diketahui bahwa *trialability* tidak terlihat memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi inovasi teknologi.

Karakter kelima yakni *observability* yakni bagaimana hasil penggunaan suatu inovasi dapat dilihat oleh orang lain (Rogers, 2003). Hal ini menunjukkan, bahwa apabila sebuah inovasi dapat terlihat manfaat dan kelebihan dengan mudah maka pengguna cenderung untuk melakukan adopsi (Solahuddin et al, 2019). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Al-Jabri dan Sohail (2012), Ntemana dan Olatakun (2012), Alan et al. (2017), dan Solahuddin et al. (2019). Namun dalam penelitian Kapoor et al. (2017) dan Purwati et al. (2014) *observability* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi inovasi teknologi.

Variabel yang ditambahkan dalam penelitian ini yakni *perceived risk*. *Perceived risk* merupakan atribut yang merujuk terhadap tingkat risiko saat menggunakan sebuah inovasi (Ram dan Sheth, 1989; dalam Al-Jabri dan Sohail, 2012). Apabila persepsi resiko terhadap penggunaan dirasa cukup tinggi, maka akan berdampak negatif kepada adopsi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Al-Jabri & Sohail (2012), Alan et al. (2017), Yanuardinda et al. (2014) dan Salsabilla & Zuliestiana (2019), namun tidak sejalan dengan penelitian Alhassany dan Faisal (2018).

Dengan demikian, dalam penelitian ini akan dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta dengan menggunakan lima karakteristik inovasi dalam model penelitian *diffusion of innovation theory* serta menambahkan variabel *perceived risk*.

#### 1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijelaskan, maka pertanyaan dari penelitian ini adalah,

- a. Apakah *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, *observability*, dan *perceived risk* memiliki pengaruh signifikan secara

simultan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta?

- b. Apakah *relative advantage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta?
- c. Apakah *compatibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta?
- d. Apakah *complexity* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta?
- e. Apakah *trialability* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta?
- f. Apakah *observability* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta?
- g. Apakah *perceived risk* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah disusun, maka tujuan penelitian ini adalah,

- a. Untuk mengetahui apakah *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, *observability*, dan *perceived risk* memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
- b. Untuk mengetahui apakah *relative advantage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.

- c. Untuk mengetahui apakah *compatibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
- d. Untuk mengetahui apakah *complexity* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
- e. Untuk mengetahui apakah *trialability* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
- f. Untuk mengetahui apakah *observability* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
- g. Untuk mengetahui apakah *perceived risk* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.

#### 1.6 Manfaat Penelitian

Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

- a. Aspek Teoritis, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan tingkat adopsi inovasi pada umumnya serta khususnya terhadap tingkat adopsi inovasi dengan teori difusi inovasi.
- b. Aspek Praktis, diharapkan penelitian ini dapat menambahkan wawasan dan memberi masukan kepada perusahaan-perusahaan yang mengembangkan teknologi khususnya perbankan digital serta dapat dijadikan masukan untuk meningkatkan layanan kepada para pengguna maupun calon adopter.

## 1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan digunakan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai dengan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian sebagai acuan perbandingan dalam masalah yang terjadi dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: jenis penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian.

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan yang merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, disertai dengan saran atau rekomendasi yang berkaitan dengan manfaat penelitian.