



**ANALISIS TINGKAT ADOPSI LAYANAN PERBANKAN DIGITAL
MENGUNAKAN TEORI DIFUSI INOVASI
(Objek Studi: Jenius oleh Bank BTPN di Kota Bandung dan Jakarta)**

**Athifah Nadya Akmalia¹⁾, Brady Rikumahu²⁾
Universitas Telkom**

INFORMASI ARTIKEL

*Dikirim : 19 Agustus 2020
Revisi pertama : 20 Agustus 2020
Diterima : 21 Agustus 2020
Tersedia online : 27 Agustus 2020*

*Kata Kunci: Adopsi Inovasi Teknologi,
Layanan Perbankan Digital, Teori Difusi
Inovasi*

*Email :
athifanadya@student.telkomuniversity.ac.id¹⁾,
bradyrikumahu@telkomuniversity.ac.id²⁾*

ABSTRAK

Teknologi yang terus mengalami perkembangan mendorong berbagai industri untuk melakukan transformasi menuju era digital, salah satu diantaranya ialah industri perbankan. Saat ini, industri perbankan di Indonesia telah menghadirkan layanan perbankan digital, salah satunya ialah Jenius oleh Bank BTPN. Penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dalam tingkat adopsi Jenius di Kota Bandung dan Jakarta dengan menggunakan model penelitian Diffusion of Innovation Theory. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif serta menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai teknik analisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa relative advantage, compatibility, dan observability memiliki pengaruh positif signifikan, kemudian complexity dan perceived risk memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta. Sedangkan trialability tidak memiliki pengaruh positif signifikan. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya dan bagi Jenius agar dapat mengembangkan dan meningkatkan layanannya.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi yang mengalami perkembangan pesat, mendorong adanya transformasi era digital di berbagai industri. Hal ini ditunjukkan dengan penetrasi pengguna internet di Indonesia yang terus mengalami peningkatan yang cukup pesat. Menurut hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) 2018, diketahui bahwa peningkatan penetrasi pengguna internet selama tahun 2017-2018 mengalami peningkatan sebesar 19,49% sedangkan peningkatan penduduk Indonesia sebesar 0,83%. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan yang lebih cepat dibandingkan kenaikan jumlah penduduknya.

Salah satu industri yang juga mulai melakukan transformasi menuju era digital adalah industri perbankan. Saat ini, industri perbankan telah menghadirkan layanan perbankan digital. Menurut Accenture (2015), perbankan Indonesia bahkan berisiko kehilangan 30% dari total nasabahnya apabila tidak memanfaatkan teknologi secara maksimal dengan segera. Layanan perbankan digital merupakan digitalisasi perbankan dalam semua kegiatan dan layanan perbankan yang sehingga dapat mendukung kegiatan perbankan yang lebih efektif dan efisien.

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 dalam 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.

Penelitian ini bermaksud untuk melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Kota Bandung dan Jakarta untuk menggunakan Layanan Perbankan Digital Jenius. Terdapat beberapa model penelitian mengenai adopsi penerimaan teknologi, dalam penelitian ini peneliti menggunakan model penelitian *Diffusion of Innovation theory* dengan melihat karakteristik inovasi yakni *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, dan *observability*. 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. Dalam penelitian ini, peneliti menambahkan variabel *perceived risk* untuk melihat pengaruhnya terhadap tingkat adopsi 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).

Berdasarkan latar penelitian yang sudah peneliti paparkan, peneliti berminat untuk melakukan penelitian dengan judul, “**Analisis Tingkat Adopsi Layanan Perbankan Digital Menggunakan Teori Difusi Inovasi (Objek Studi: Jenius oleh Bank BTPN di Kota Bandung dan Jakarta)**”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka pertanyaan dari penelitian ini adalah,

1. 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?
2. Apakah *relative advantage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta?
3. Apakah *compatibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta?
4. Apakah *complexity* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta?
5. Apakah *trialability* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta?
6. Apakah *observability* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta?
7. Apakah *perceived risk* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta?

Tujuan Penelitian

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

1. 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.
2. Untuk mengetahui apakah *relative advantage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
3. Untuk mengetahui apakah *compatibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
4. Untuk mengetahui apakah *complexity* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
5. Untuk mengetahui apakah *trialability* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.

6. Untuk mengetahui apakah *observability* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
7. Untuk mengetahui apakah *perceived risk* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.

KAJIAN PUSTAKA

Financial Technology

Menurut Bank Indonesia, *Financial Technology (fintech)* merupakan penggabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja. Penggabungan antara jasa keuangan dengan teknologi atau *fintech* hadir dengan tujuan untuk dapat membantu masyarakat dalam mengakses produk-produk keuangan, mempermudah transaksi, dan juga untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat (Finansialku, 2017).

Digital Banking

Digital Banking adalah digitalisasi perbankan (transformasi menuju *online*) dalam semua kegiatan tradisional perbankan dan layanan yang secara historis pada awalnya hanya tersedia di kantor cabang bank (Proctor, 2019). *Digital banking* secara prinsip tidak berbeda dengan *e-banking*, tapi karakteristik yang dimiliki oleh *digital banking* lebih luas, karena nasabah layanan perbankan digital dapat mengakses seluruh layanan perbankan melalui kumpulan *e-banking* di satu tempat (*digital branch*) dan atau melalui satu jenis *e-banking* pada perangkat milik bank/nasabah (*omni channel*) (Lintasarta, 2016).

Adopsi Teknologi

Adopsi merupakan suatu keputusan untuk menerapkan suatu inovasi dan untuk keberlanjutannya (Asnamawati, 2015). Adopsi inovasi merupakan suatu proses mental atau perubahan perilaku baik yang berupa pengetahuan (*cognitive*), sikap (*affective*), maupun keterampilan (*psycomotor*) pada diri seseorang sejak ia mengenal inovasi (Rogers and Shoemaker, 1971; dalam Asnamawati, 2015). Dengan demikian, adopsi teknologi sendiri dapat diartikan sebagai sebuah proses seorang individu untuk membuat sebuah keputusan untuk menerapkan atau menggunakan sebuah teknologi yang dianggap baru.

Diffusion of Innovation Theory

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 (Rogers, 2003). Teori Difusi Inovasi berfokus pada pemahaman bagaimana, mengapa dan pada tingkat apa ide dan teknologi inovatif menyebar dalam sistem sosial (Wani dan Ali, 2015).

Seperti yang dirasakan oleh anggota sistem sosial bahwa karakteristik inovasi dapat menentukan tingkat adopsi. Lima karakteristik inovasi, yaitu, keuntungan relatif (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), kerumitan (*complexity*), kemungkinan diuji coba (*trialability*), dan kemudahan diamati (*observability*).

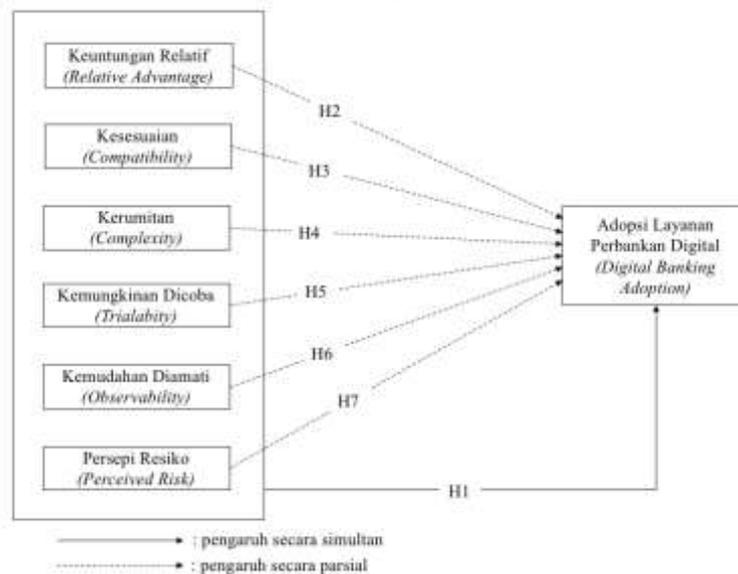
Perceived Risk

Perceived risk merupakan atribut yang merujuk terhadap tingkat risiko saat menggunakan sebuah inovasi (Al-Jabri dan Sohail, 2012). Dalam adopsi teknologi, pentingnya peran persepsi risiko telah dibuktikan pada beberapa penelitian untuk pengembangan teknologi baru ataupun layanannya. *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).

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini mengadopsi model pada penelitian Al-Jabri dan Sohail (2012) yang berjudul “*Mobile Banking Adoption: Application of Diffusion of Innovation Theory*” dengan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



Sumber: diadopsi dan dimodifikasi berdasarkan (Al-Jabri dan Sohail, 2012)

Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini mengacu pada penelitian Al-Jabri dan Sohail (2012) yang telah dimodifikasi oleh penulis. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan serta teori yang ada, Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : *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.

- H2 : Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*) berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
- H3 : Kesesuaian (*Compatibility*) berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
- H4 : Kerumitan (*Complexity*) berpengaruh negatif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
- H5 : Kemungkinan dicoba (*Trialability*) berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
- H6 : Kemudahan diamati (*Observability*) berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
- H7 : Persepsi Risiko (*Perceived Risk*) berpengaruh negatif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.

METODE PENELITIAN

Tempat, Waktu dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung dan Jakarta. Penelitian ini dilakukan dari bulan Oktober 2019 hingga Juli 2020. Subjek penelitian ini adalah pengguna Jenius yang berdomisili di Kota Bandung dan Jakarta.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Layanan Perbankan Digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta. Karena jumlah populasi dari pengguna Layanan Perbankan Digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta tidak diketahui, maka pengambilan sampel penelitian ini menggunakan persamaan *Cochran* dan didapatkan hasil sebanyak 385 responden yang dibulatkan menjadi 400 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber dalam pengumpulan data yakni data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner yang disebarakan secara *online* kepada pengguna layanan perbankan digital Jenius yang berdomisili di Kota Bandung dan Jakarta. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari penelitian-penelitian terhadap, studi literatur mengenai penelitian ini, laporan tahunan Bank BTPN, data yang tersedia di internet, serta buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependenn (Indrawati, 2015).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, responden yang digunakan adalah pengguna layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta. Karakteristik responden pada penelitian ini terbagi berdasarkan domisili, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pemasukan perbulan, dan tahun mulai menggunakan Jenius. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 400 responden dengan karakteristik mayoritas 56% berdomisili di Kota Bandung, mayoritas 52% berjenis kelamin laki-laki, mayoritas 39% berusia 19-25 tahun, mayoritas 55% berpendidikan terakhir S1, mayoritas 45% bekerja sebagai karyawan swasta, mayoritas 29% memiliki pemasukan perbulan sebesar Rp5.000.001 – Rp10.000.000, dan mayoritas 38% menggunakan Jenius sejak tahun 2019.

Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui persentase tanggapan responden mengenai pengaruh *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, *observability*, dan *perceived risk* terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.

Tabel 1. Rekapitulasi Tanggapan Responden

No.	Variabel	Skor Total	Skor Ideal	Persentase	Kategori
1.	<i>Relative Advantage</i>	6779	8000	84,74%	Sangat Baik
2.	<i>Compatibility</i>	6747	8000	84,34%	Sangat Baik
3.	<i>Complexity</i>	6783	8000	84,79%	Sangat Baik
4.	<i>Trialability</i>	5107	6000	85,12%	Sangat Baik
5.	<i>Observability</i>	6855	8000	85,69%	Sangat Baik
6.	<i>Perceived Risk</i>	5823	8000	72,29%	Baik
7.	<i>Adoption</i>	6802	8000	85,03%	Sangat Baik

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2020)

Method Successive Interval (MSI)

Prosedur statistik seperti regresi, kolerasi Pearson, uji t, dan lain sebagainya, mengharuskan data berskala interval, oleh karena itu data yang masih berskala ordinal harus diubah ke dalam bentuk interval karena data ordinal merupakan data kualitatif atau bukan angka sebenarnya (Sarwono dan Budiono, 2012). Dengan demikian, untuk mengubah data ordinal menjadi data interval maka dilakukan *method successive interval (MSI)*.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov*. Berdasarkan hasil uji normalitas, dengan pendekatan nilai *exact sig.*,

diketahui bahwa nilai Exact Sig. Adalah $0,339 >$ nilai signfikansi $0,05$. Dengan demikian, maka nilai residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar-variabel independen. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, dikethau bahwa nilai tolerance seluruh variabel $> 0,01$ dan nilai VIF seluruh variabel ≤ 10 , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, jika varian residual satupengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan melakukan uji glejser, diketahui bahwa nilai signfikansi seluruh variael $> 0,05$ sehingga tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan teknik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat (Indrawati, 2015). Dengan demikian, pada penelitian digunakan teknik analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, *observability*, dan *perceived risk* sebagai variabel bebas terhadap *adoption* sebagai variabel terikat. Berdasarkan hasil uji regresi, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -1,565 + 0,289(RA) + 0,203(CB) + 0,109(CX) + 0,085(TR) + 0,271(OB) + 0,204(PR)$$

Berdasarkan persamaan regresi, diketahui bahwa nilai konstanta adalah sebesar $-1,565$ yang menunjukkan bahwa ketika X atau nilai dari variabel independen dalam penelitian ini yakni *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, *observability*, dan *perceived risk* bernilai nol, maka *adoption* (Y) bernilai $-1,565$, maka nilai Y atau *adoption* bernilai $-1,565$. Nilai koefisien regresi *relative advantage* adalah sebesar $0,289$ yang berarti bahwa setiap adanya peningkatan pada *relative advantage* dan variabel lain diasumsikan konstan atau tetap, maka *adoption* (Y) akan meningkat sebesar $0,289$. Nilai koefisien regresi *compatibility* adalah sebesar $0,203$ yang berarti bahwa setiap adanya peningkatan pada *compatibility* dan variabel lain diasumsikan konstan atau tetap, maka *adoption* (Y) akan meningkat sebesar $0,203$. Nilai koefisien regresi *complexity* adalah sebesar $0,109$ yang berarti bahwa setiap adanya peningkatan pada *complexity* dan variabel lain diasumsikan konstan atau tetap, maka *adoption* (Y) akan meningkat sebesar $0,109$. Nilai koefisien regresi *trialability* adalah sebesar $0,085$ yang berarti bahwa setiap adanya peningkatan pada *trialability* dan variabel lain diasumsikan konstan atau tetap, maka *adoption* (Y) akan meningkat sebesar $0,085$. Nilai koefisien regresi *observability* adalah sebesar $0,271$ yang berarti bahwa setiap adanya peningkatan pada *observability* dan variabel lain diasumsikan konstan atau

tetap, maka *adoption* (Y) akan meningkat sebesar 0,271. Nilai koefisien regresi *perceived risk* adalah sebesar 0,204 yang berarti bahwa setiap adanya peningkatan pada *perceived risk* dan variabel lain diasumsikan konstan atau tetap, maka *adoption* (Y) akan meningkat sebesar 0,204

Uji F

Pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *relative advantage* (X1), *compatibility* (X2), *complexity* (X3), *trialability* (X4), *observability* (X6), dan *perceived risk* (X6) secara bersama-sama terhadap variabel terikat yakni *adoption* (Y). Berikut merupakan output hasil uji F:

Tabel 2. Hasil Uji F

	F Hitung	Sig
F	107,177	0,000

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2020)

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang bias dilihat pada Tabel 2, diketahui F hitung adalah $107,177 > F$ tabel 0,272, maka dapat diambil keputusan bahwa H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *relative advantage* (X1), *compatibility* (X2), *complexity* (X3), *trialability* (X4), *observability* (X6), dan *perceived risk* (X6) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap terhadap variabel terikat yakni *adoption* (Y).

Uji t

Pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas yakni *relative advantage* (X1), *compatibility* (X2), *complexity* (X3), *trialability* (X4), *observability* (X6), dan *perceived risk* (X6) terhadap variabel terikat yakni *adoption* (Y). Berikut merupakan output hasil uji t:

Tabel 3. Hasil Uji t

	t Hitung	Sig
<i>Relative Advantage</i>	6,395	0,000
<i>Compatibility</i>	4,221	0,000
<i>Complexity</i>	2,665	0,008
<i>Trialability</i>	1,531	0,127
<i>Observability</i>	5,719	0,000
<i>Perceived Risk</i>	5,494	0,000

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2020)

Berikut ini merupakan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t):

a. *Relative Advantage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap adopsi layanan perbankan digital Jenius

Nilai t hitung (6,395) > t tabel (1,97) maka H_0 ditolak. Maka, secara parsial *relative advantage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap adopsi layanan perbankan digital Jenius

b. *Compatibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap adopsi layanan perbankan digital Jenius

Nilai t hitung (4,221) > t tabel (1,97), maka H_0 ditolak. Maka, secara parsial *compatibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap adopsi layanan perbankan digital Jenius.

c. *Complexity* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap adopsi layanan perbankan digital Jenius

Nilai t hitung (2.665) > t tabel (1.97), maka H_0 ditolak. Maka, secara parsial *complexity* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap adopsi layanan perbankan digital Jenius.

d. *Trialability* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap adopsi layanan perbankan digital Jenius

Nilai t hitung (1,531) < t tabel (1,97), maka H_0 diterima. Maka, secara parsial *trialability* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap adopsi layanan perbankan digital Jenius.

e. *Observability* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap adopsi layanan perbankan digital Jenius

Nilai t hitung (5,179) > t tabel (1,97), maka H_0 ditolak. Maka, secara parsial *observability* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap adopsi layanan perbankan digital Jenius.

f. *Perceived risk* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap adopsi layanan perbankan digital Jenius

Nilai t hitung (5,494) > t tabel (1,97), maka H_0 ditolak. Maka, secara parsial *perceived risk* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap adopsi layanan perbankan digital Jenius.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. *Relative advantage* (RA), *compatibility* (CB), *complexity* (CX), *trialability* (TR), *observability* (OB), dan *perceived risk* (PR) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
- b. *Relative advantage* secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
- c. *Compatibility* secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
- d. *Complexity* secara parsial memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
- e. *Trialability* secara parsial tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
- f. *Observability* secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.
- g. *Perceived risk* secara parsial memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mencoba untuk melakukan rekomendasi baik untuk penelitian selanjutnya maupun untuk pihak Jenius dalam mengembangkan layanannya. Pada penelitian ini peneliti berfokus kepada adopsi inovasi teknologi dengan menggunakan model penelitian *diffusion of innovation theory* serta penambahan variabel *perceived risk*, dengan demikian peneliti merekomendasikan untuk memodifikasi model penelitian dengan penambahan variabel-variabel lainnya. Selain itu, peneliti juga merekomendasikan penelitian selanjutnya untuk dapat memperluas sampel penelitian, agar dapat menambah wawasan mengenai tingkat adopsi Jenius diberbagai kota di Indonesia.

Pada penelitian ini, diketahui bahwa *relative advantage*, *compatibility*, dan *observability* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat adopsi Jenius, dengan demikian peneliti merekomendasikan kepada pihak Jenius untuk dapat memepertimbangkan hal ini dengan melakukan pengembangan dan peningkatan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya yang dapat mempermudah aktivitas perbankan dan transaksi keuangan penggunanya. Selain itu, *complexity* dan *perceived risk* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat adopsi Jenius, dengan demikian peneliti merekomendasikan Jenius untuk dapat menghadirkan layanan yang mudah untuk diakses dan dipahami serta terus meningkatkan keamanan dalam transaksi, seperti menyediakan layanan pengaduan yang responsif dan juga sistematis sehingga dapat mengurangi kekhawatiran penggunanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Jabri, I. M., & Sohail, M. S. 2012. *Mobile Banking Adoption: Application of Diffusion of Innovation Theory*. Journal of Electronic Commerce Research.
- Ardela, Fransiska. 2017. *Bagaimana Peran Fintech Indonesia Bisa Mengubah Bisnis dan Konsumen Anda*. [online]. www.finansialku.com/peran-fintech-indonesia. [02 Mei 2020]
- Asnamawati, Lina. 2015. *Strategi Percepatan Adopsi dan Difusi Inovasi Dalam Pemanfaatan Mesin Tanam Padi Indojarwo Transplanter di Kabupaten Bengkulu Utara Provinsi Bengkulu*. *Prosiding Seminar Nasional FMIPA-UT*
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2018. *Laporan Survei Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survei 2018*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Bank Indonesia. 2017. *Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial*. Jakarta: Bank Indonesia
- Bank Tabungan Pensiunan Nasional. 2018. *Laporan Tahunan 2018: Menggandakan Kekuatan*. Jakarta: Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN)
- Lintasarta. 2016. *Era Transformasi Digital*. Jakarta: Lintasarta.
- Loanata, Tirta & Tileng, Kartika Gianina. 2016. *Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention to Use Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Traveloka)*
- Meijer, Erik. 2016. *Arti Digitalisasi Bagi Perbankan*. [online]. www.indotelko.com/read/1478927187/arti-digitalisasi-perbankan [17 Januari 2020]

- Nurfadilla, Putri Syifa; Djumena, Erlangga. 2018. *OJK: Baru 2 Bank yang Benar-benar Terapkan Digital Banking*. [online]. ekonomi.kompas.com/read/2018/10/21/173900426/ojk--baru-2-bank-yang-benar-benar-terapkan-digital-banking. [08 Januari 2020]
- Proctor, Darryl. 2019. *What is Digital Banking*. [online]. www.temenos.com/news/2019/1219-what-is-digital-banking [14 April 2020]
- Rogers, E. M. 2003. *Diffusion of Innovations: Fifth Edition*. New York: Free Press.
- Sarwono, J., & Budiono, H. 2012. *Statistik Terapan: Aplikasi Untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Wani, Tahir & Ali, Saiyed. 2015. Innovation Diffusion Theory Review & Scope in the Study of Adoption of Smartphone in India. *Journal of General Management Research*. 3. 101-118