

BAB 1

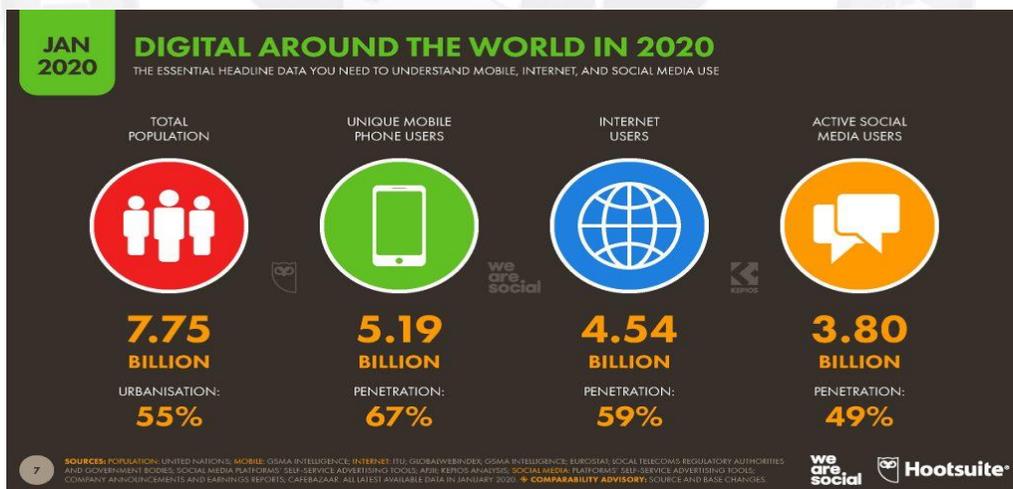
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini persaingan suatu bisnis menjadi lebih kompetitif dan semakin ketat. Melihat, arus globalisasi yang kian meningkat, salah satunya pada bidang teknologi, yang telah membantu berbagai perusahaan untuk bersaing dengan menawarkan produk-produk yang ditawarkan secara lebih efektif dan berkualitas. Oleh karena itu, tentunya setiap perusahaan harus menjalankan berbagai jenis strategi yang dapat mempertahankan eksistensi dan daya saing perusahaan tersebut, tidak terkecuali pada industri perbankan yang harus terus menerus melakukan pengembangan strategi dan peningkatan mutu perusahaannya mulai dari kualitas produk, pelayanan, keamanan, kemudahan, dan sebagainya. Layanan perbankan sudah merupakan suatu kebutuhan mendasar untuk berada di kehidupan bermasyarakat, ketersediaan dan kecakupan dari layanan perbankan diseluruh Indonesia merupakan suatu hal wajib adanya karena memiliki fungsi mendukung kelangsungan dalam menjalankan suatu rangkaian aktivitas sehari-harinya (keuangan.kontan.co.id, diunduh pada tanggal 22 Februari 2021). Bank sendiri berfungsi sebagai “*Financial Intermediary*” yaitu yang memiliki usaha utama seperti menghimpun dana dari masyarakat, dan memberikan jasa lainnya dalam hal lalu lintas pembayaran (Utsman, 2001). Dan oleh karena itu dengan persaingan yang bank didorong untuk terus melakukan berbagai macam strategi untuk

dapat terus bersaing khususnya yang berada di Indonesia (cnnindonesia.com, diunduh pada tanggal 22 Februari 2021).

Indonesia adalah salah satu negara yang menjadi pengguna internet terbanyak ke-5 di dunia (wearesocial.com, diunduh pada tanggal 23 Februari 2021). Ditahun 2020 terbilang ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia dari 4,54 miliar pengguna internet yang ada di dunia. Dan dibandingkan dari tahun sebelumnya Indonesia mengalami kenaikan yang sangat besar sebanyak 17% dari jumlah pengguna internet sebelumnya atau sebanyak 25 juta pengguna internet baru di negeri ini. Dan, yang tercatat ditahun 2020 ada sebanyak 64% dari keseluruhan total penduduk di Indonesia yaitu 272,1 juta jiwa yang sudah memakai internet (andi.link, diunduh pada tanggal 23 Februari 2021).



Gambar 1.1 Data pengguna internet dunia tahun 2020
Sumber: (wearesocial.com, diunduh pada tanggal 23 Februari 2021)



Gambar 1.2 Data pengguna internet Indonesia tahun 2020
Sumber: (wearesocial.com, diunduh pada tanggal 23 Februari 2021)

Simple, cepat, mudah, efektif, dan efisien. Karakter seperti inilah yang sangat menentukan seseorang dalam hal melakukan aktivitas sehari-hari. Hal ini tidak luput dengan aktivitas dalam bertransaksi di perbankan, hal ini juga merupakan persoalan dari bagaimana perusahaan perbankan dapat beradaptasi didalam ritme dunia pekerjaan yang sibuk dengan perihal waktu minimal 8 jam kerja, sehingga nasabah dapat tetap memenuhi segala keseharusan dalam bertransaksi. (finansialku.com, diunduh pada tanggal 23 Februari 2021).

Aplikasi *mobile banking* merupakan suatu aplikasi penerapan *mobile commerce* yang berfokus terhadap masalah finansial perbankan, sehingga memungkinkan dilakukannya kegiatan-kegiatan seperti kegiatan yang dapat dilakukan melalui ATM (*Automated Teller Machine*) dengan memanfaatkan perangkat mobile (Turban et al., 2004). Berdasarkan pengertian *mobile banking* menurut Turban, dapat diketahui bahwa siapapun dapat berpartisipasi dalam kegiatan aplikasi *mobile banking* adalah siapapun yang memiliki perangkat mobile dan juga terdaftar dalam sistem yang ada disuatu perusahaan perbankan itu sendiri agar dapat menjalankan kegiatan-

kegiatan yang biasanya dapat dilakukan di ATM bank yang bersangkutan atau menjual produk yang disediakan.

Aplikasi *m-banking* memiliki nilai tambah pada saluran perbankan 'tradisional' seperti perbankan cabang fisik, perbankan online, dan ATM (*Automated Teller Machine*) dengan menjadi yang paling hemat biaya bagi konsumen dan *banker* (Laukkanen, 2016). Selain itu, di bank cabang, konsumen hanya dapat memanfaatkan layanan perbankan selama jam kerja perbankan. Padahal, berkat fitur *ubiquity* (ada dimana-mana) *platform m-banking*, konsumen dapat memanfaatkan layanan perbankan kapan saja. Demikian pula untuk memanfaatkan layanan bank secara *offline*, konsumen harus mengunjungi bank cabang, sedangkan melalui *platform m-banking*, konsumen dapat memanfaatkan layanan perbankan dari mana saja. Karenanya, bank dapat meningkatkan jangkauannya dengan memberikan layanan perbankan menggunakan *platform m-banking* (Amit and Bikramjit, 2019). Layanan aplikasi *m-banking* ini sangat efektif karena mengandung biaya yang sangat minimum dan memiliki jangkauan yang lebih luas dan besar, sehingga bank memilih saluran aplikasi *m-banking* untuk memaksimalkan layanan perbankan yang diberikan. Hal ini menjadi sebuah perubahan untuk perusahaan BTPN, salah satu bank swasta nasional Indonesia yang menyediakan dan mengoperasikan aplikasi *mobile banking* secara besar-besaran, tersusun sistem, dan sangat terstruktur di Indonesia melalui aplikasi *m-banking* nya yaitu Jenius.

Bank BTPN sudah berdiri sejak tahun 1958 yang didirikan oleh 7 serangkai pensiunan militer Indonesia dengan nama awal berdiri yaitu BAPEMIL (Bank Perkumpulan Pegawai Pensiunan Militer), lalu ditahun 1986 para anggota BAPEMIL membuat sebuah PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional yang awalnya memiliki ijin usaha hanya sebagai bank tabungan. Bank BTPN berada ditengah-tengah masyarakat Indonesia dan terus berkembang menjadi salah satu bank swasta terbesar yang berasal dari Indonesia. Selama kurang lebih 60 tahun BTPN tidak berhenti terus melakukan inovasi dan tidak pernah berhenti menawarkan berbagai solusi perbankan yang menjawab kebutuhan nasabah (www.btpn.com, diunduh pada 23 Februari 2021).

Di era modern saat ini, layanan aplikasi *mobile banking* yang dapat ditemukan dan disediakan oleh beberapa bank yang ada, layanan ini dapat membantu masyarakat yang memang memiliki sedikit waktu untuk berpergian keluar tempat kerja seperti ke bank ataupun ke ATM guna melakukan sebuah kegiatan keuangan seperti mengecek saldo, melakukan transaksi jual beli atau mentransfer uang ke orang lain, membayar tagihan, melakukan investasi, membuat *mini statement*, dan masih banyak lagi. Maka dari itu karena mempunyai banyak kesibukan padat dan mobilitas yang tinggi, suatu layanan aplikasi *m-banking* merupakan suatu solusi dari suatu pertanyaan atau permasalahan yang dihadapi. Aplikasi *m-banking* memang telah muncul sebagai aplikasi seluler dimana menjadi salah satu aplikasi yang penting dalam beberapa tahun terakhir (Laukkanen, 2016), karena memberikan situasi *win-win solution* untuk bank dan konsumennya (Koksal, 2016). Dan hal ini menjadi salah satu cara baru masyarakat

terutama di Indonesia dalam bertransaksi, dan disaat ini masyarakat Indonesia sudah sangat mulai terbiasa untuk bertransaksi secara *online*. Pada tahun 2020, jumlah para pengguna layanan aplikasi *m-banking* di Indonesia sendiri diperkirakan tumbuh sebanyak 36 juta dan berada pada kisaran 88 juta pengguna secara keseluruhan, dan angka ini akan terus bertambah dengan seiring berjalannya waktu (finansial.bisnis.com, diunduh pada tanggal 24 Februari 2021).

Sekian banyak produk layanan aplikasi *m-banking* yang ada, Jenius layanan aplikasi *m-banking* dari bank BTPN yang merupakan platform yang menyediakan dan menawarkan beberapa produk perbankan yang ada. Para nasabah yang ingin melakukan segala transaksi yang sifatnya ringan dapat melakukannya langsung saat itu juga dan dimana saja di Jenius, informasi dan fitur apa saja akan ditampilkan disebuah aplikasi Jenius, sehingga para nasabah dapat menggunakan fitur yang ada seperti mentransfer antara nasabah ke nasabah lainnya, berinvestasi, membayar tagihan, dan lain-lainnya. Dan, dengan bertumbuhnya pengguna internet di Indonesia, dan juga semakin padatnya kegiatan transaksi online dijamin sekarang ini, mendorong pertumbuhan kenaikan presentase para pengguna aplikasi *mobile banking* di Indonesia. Menurut PT. Bank BTPN, Tbk. Mengungkapkan bahwa pengguna Jenius semakin terus bertumbuh, dan ditahun 2020 jumlah pengguna Jenius naik 27% menjadi 3,1 juta pengguna, dan Jumlah transaksi yang dilakukan melalui Jenius turut mengalami peningkatan hingga sebesar 70% (yoy), dengan tiga jenis transaksi yang mendominasi adalah berbelanja secara daring (*online*), menabung (*Flexi Saver, Dream Saver, Maxi*

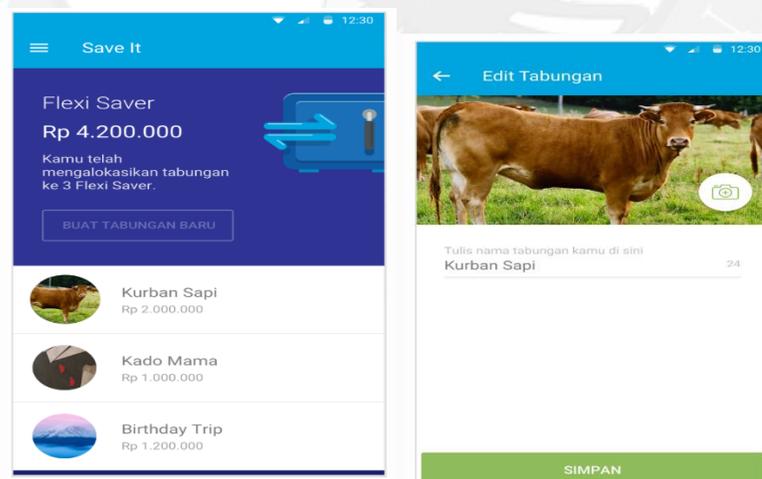
Saver), dan *top up e-wallet* (finansial.bisnis.com, diunduh pada tanggal 24 Februari 2021).



Gambar 1.3 Tampilan Logo *Mobile Banking Jenius*
Sumber: (Google image, diunduh pada tanggal 24 Februari 2021)

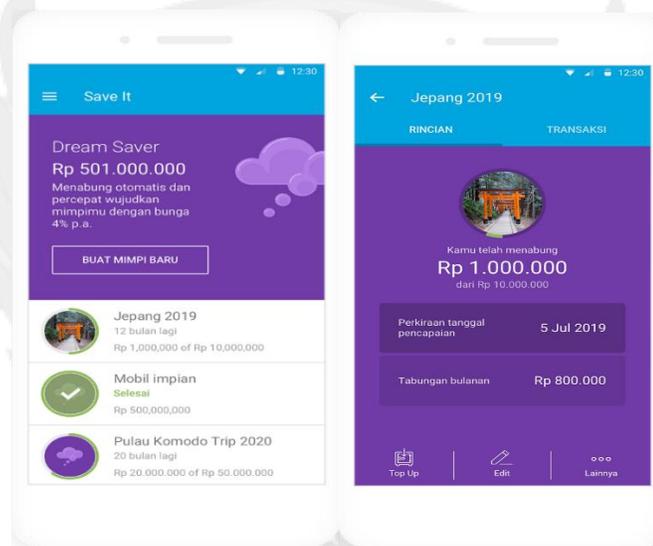
Jenius memiliki semboyan khas perusahaannya yaitu “Jenius *isn’t it*” dalam beberapa tahun perjalanannya, lebih tepatnya selama 4 tahun lebih semenjak 2016 lalu. Jenius telah melewati tantangan demi tantangan dan persaingan yang cukup ketat di dunia perbankan, langkah demi langkah secara perlahan sehingga cukup diminati dan dikenal di dunia penyedia layanan aplikasi *mobile banking*. “*Every decision made in life always has financial consequences. We call this inseparable relationship between life and finance, Life Finance*” – Jenius (btpn.com, diunduh pada tanggal 27 Februari 2021). Jenius adalah salah satu produk perbankan yang menyediakan pembukaan rekening bank yang pertama kali tanpa harus datang ke kantor cabang, dan cukup dengan melakukan registrasi secara *online* saja via *smartphone*, lalu setelah registrasi nasabah harus melakukan aktifasi melalui *video call* atau datang langsung ke *booth* Jenius yang biasa ada di mall-mall tanpa harus pergi ke kantor cabang (duwitmu.com, diunduh pada tanggal 27 Februari 2021). Jenius juga memiliki 3 fitur untuk yang tidak dapat ditemui di aplikasi *mobile banking* lain yang membantu para nasabahnya untuk

mempermudah dalam menabung, yaitu *Flexi Saver*: sebuah fitur tabungan berdeposit yang ditawarkan kepada para nasabah Jenius, difitur ini para nasabah dapat mendeposit uangnya dan juga menarik uangnya kapanpun para nasabah mau, tidak memiliki minimum deposit yang harus dimasukkan, dan juga akan mendapatkan bunga sebesar 3% dalam setahun dari total deposit yang dimasukkan ke dalam *Flexi Saver*. Kita juga bisa menarik uang deposit yang dimasukkan didalam *Flexi Saver* kapanpun dengan jumlah berapapun dari total tabungan yang ada di *Flexi Saver*, lalu uang yang ditarik akan ditempatkan didalam saldo aktif, dan uang tersebut bisa kita tarik di ATM manapun atau langsung bisa melakukan transaksi dengan uang yang sudah dicairkan dari deposit *Flexi Saver* tersebut. Didalam fitur *Flexi Saver* juga kita bisa memberikan nama, membuat maksimal 3tab untuk memisahkan deposit yang dibuat untuk apa dan menambahkan foto header agar setiap orang yang akan menabung akan lebih antusias juga ramah dipandang juga (jenius.com, diunduh pada tanggal 27 Februari 2021).



Gambar 1.4 Tampilan fitur *Flexi Saver*
Sumber: jenius.com, diunduh pada tanggal 27 February 2021

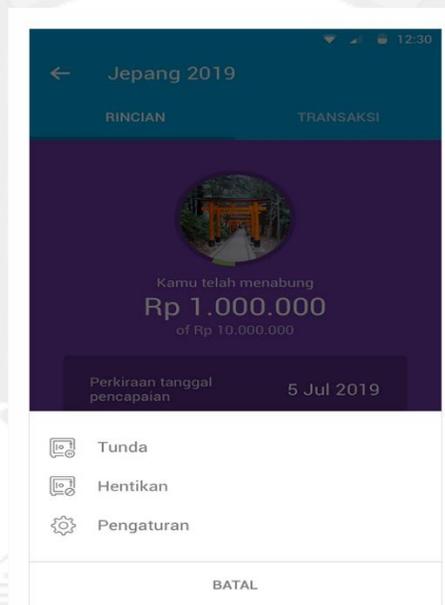
Fitur kedua yang disediakan oleh Jenius adalah *Dream Saver*: fitur kedua yang disediakan juga hampir memiliki fungsi yang sama dengan *Flexi Saver* yaitu menodeposit sejumlah uang untuk kebutuhan atau rencana yang akan ada kedepannya. Tetapi bedanya antara *Dream Saver* dan *Flexi Saver*.



Gambar 1.5 Tampilan fitur *Dream Saver*
Sumber: jenius.com, diunduh pada tanggal 27 Februari 2021

Fitur *Dream Saver* ini lebih berfokus kepada kebutuhan atau perencanaan keuangan yang lebih besar, dan juga didalam *Dream Saver* ini bisa menentukan target jumlah tabungan juga waktu pencapaian berapa lama akan menabung, dan periode penyetoran otomatis atau *auto debet* (harian, mingguan, dan bulanan) untuk penyetoran deposit dari saldo aktif yang ada didalam Jenius, hal itu ditentukan oleh nasabah yang akan menodeposit uangnya didalam *Dream Saver*, karena *Dream Saver* ini bertujuan untuk prioritas yang lebih besar sistem penarikannya sedikit berbeda dengan fitur *Flexi Saver* yang bisa ditarik kapan saja dengan nominal berapapun. *Dream Saver* ini

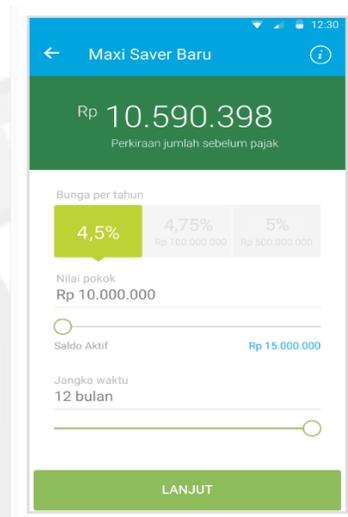
menyediakan 2 pilihan bila nasabah semisal mempunyai kebutuhan yang mendadak dan lebih penting, yaitu dengan cara menghentikan deposit *Dream Saver* lalu saldo deposit akan dipindah ke saldo aktif secara otomatis dan saldo bisa ditarik seperti normal, juga cara yang kedua adalah menunda deposit agar dana di saldo aktif tidak ditarik secara otomatis kedalam tabungan *Dream Saver* (jenius.com, diunduh pada tanggal 27 Februari 2021).



Gambar 1.6 Fitur tambahan *Dream Saver*: hentikan deposit dan tunda deposit
Sumber: jenius.com, diunduh pada tanggal 27 February 2021

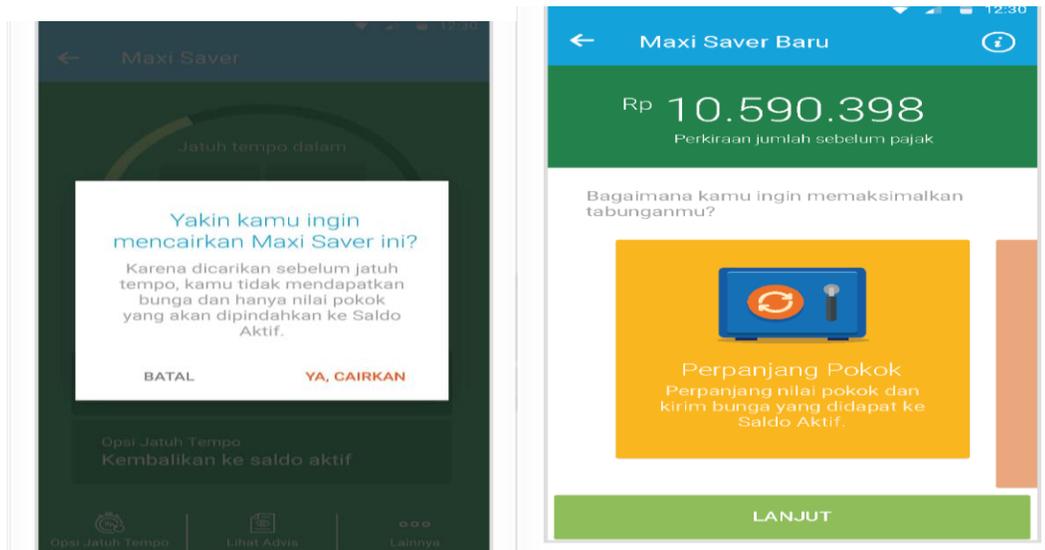
Dan, fitur keuangan terakhir yang disediakan didalam aplikasi *mobile banking* Jenius adalah *Maxi Saver* yaitu deposito berjangka yang biasa ada disediakan oleh perbankan lainnya, tetapi uniknya adalah Jenius ini menyediakan fitur ini didalam aplikasi *mobile banking* nya, berbeda dengan perbankan lainnya yang memang menyediakan tetapi harus datang ke bank yang terkait lalu menyetorkan sejumlah

uangnya ke teller bank yang ada, berbeda dengan Jenius yang menyediakan layanan deposito berjangkanya ini langsung didalam aplikasi *mobile banking* lalu memotong dana yang ingin disetorkan untuk deposito dari saldo aktif yang tersedia.



Gambar 1.7 Tampilan fitur *Maxi Saver*
Sumber: jenius.com, diunduh pada tanggal 27 February 2021

Fitur pengaturan keuangan terakhir selain *Flexi Saver* dan *Dream Saver*, yaitu *Maxi Saver* dimana fitur ini dijadikan pilihan ketika perlu menyimpan sejumlah uang dan ingin mendapatkan suku bunga dengan jangka waktu tertentu (1 – 12 bulan) yang lebih tinggi daripada suku bunga tabungan biasa yang hanya 3%. Walaupun *Maxi Saver* adalah fitur deposito, tetapi fitur ini juga tetap memperbolehkan nasabahnya untuk menarik kembali uang depositonya dengan mudah, dan bila melakukan penarikan uang deposito diluar waktu periode yang sudah ditentukan, para nasabah tidak mendapatkan bunga yang dijanjikan karena telah menarik uang deposito diluar periode yang sudah dipilih diawal. deposito akan ditambahkan ke saldo aktif Jenius dan hasil deposito bisa dinikmati oleh nasabah (jenius.com, diunduh pada tanggal 27 Februari 2021).



Gambar 1.8 Tampilan bila ingin melakukan penarikan sebelum jatuh tempo dan pilihan perpanjangan setelah jatuh tempo
Sumber: jenius.com, diunduh pada tanggal 27 Februari 2021

Dan juga bila masa periode dalam deposito sudah selesai jatuh tempo ada tiga metode perpanjangan yang bisa dipilih sehari setelah pembukuan deposito hingga dua hari sebelum tanggal jatuh tempo. Perpanjangan pokok salah satu metode perpanjangan yang bisa dipilih dengan memperpanjang deposito dengan nilai pokok yang sama, dan bunga yang didapat setelah jatuh tempo akan dialokasikan kedalam saldo aktif Jenius dan bisa digunakan seperti biasa. Kedua adalah metode perpanjangan pokok dan bunga dimana memperpanjang deposito dengan nilai pokok baru yang didapat dari ditambahkannya nilai pokok dan bunga yang didapat setelah deposito jatuh tempo. Dan metode terakhir adalah kembalikan ke saldo aktif jenius yaitu uang deposito yang tidak diperpanjang, nilai pokok dan bunga yang didapat setelah jatuh temponya (jenius.com, diunduh pada tanggal 27 Februari 2021).

Table 1.1 Perbandingan aplikasi *mobile banking* Jenius dan pesaing langsungnya

Enam Mobile Banking Terbaik di Indonesia Tahun 2020

No.	Nama <i>Mobile Banking</i>	Tahun Rilis	Jumlah Download	Jumlah Transaksi	Rating Penilaian	
					IOS	Android
1	Jenius BTPN Mobile Banking	2016	3.100.000	120.000.000	3.6* - 5K	3.9* - 105,5K
2	BCA Mobile	2010	10.000.000 +	740.000.000	3.4* - 14K	4.6* - 905,5K
3	Mandiri Online	2011	5.000.000	647.000.000	3.9* - 4.2K	4.3* - 280,2K
4	OctoMobile (Cimb Niaga)	2012	3.500.000	-	4.8* - 51K	4.1* - 173,3K
5	PermataMobile X	2018	1.500.000	165.000.000	3.7* - 3K	3.9* - 68,6K

Sumber: duwitmu.com, bca.co.id, money.kompas.com, dailysocial.id, finansial.bisnis.com, lifepal.co.id, infobanknews.com, cnbcindonesia.com, keuangan.kontan.co.id, play.google.com, apps.apple.com, data diunduh pada 28 Februari 2021

Dalam tabel 1.1 dapat dilihat bahwa persaingan anatar perbankan yang menyediakan layanan aplikasi *mobile banking* di Indonesia sangatlah ketat. Aplikasi *mobile banking* Jenius masuk kedalam 20 besar salah satu aplikasi *finance* terbaik di IOS. Namun bila dilihat dari data tabel 1.1 Jenius masih kalah oleh para pendahulunya seperti BCA dan Mandiri, maka dari itu penting bagi Jenius untuk selalu meningkatkan *m-banking adoption*. Menurut Amit and Bikramjit (2019) *m-banking adoption* merupakan faktor penting bagi perbankan dimana konsumen akan mengadopsi dan menggunakan layanan aplikasi *m-banking* jika nasabah bisa dengan mudah mendapatkan akses fitur perbankan yang ada dengan mengakses *platform m-banking*. Tidak sampai itu saja agar layanan aplikasi *m-banking* dapat diadopsi oleh nasabah, layanan aplikasi *m-banking* harus mempunyai *value* yang sama dengan layanan mesin ATM tradisional, agar menjadi *cost-effective* untuk kedua belah pihak nasabah dan perbankan (Laukkaken, 2016). Aplikasi *m-banking adoption* mempresentasikan bahwa adanya suatu tindakan atau perilaku konsumen yang memiliki keinginan untuk

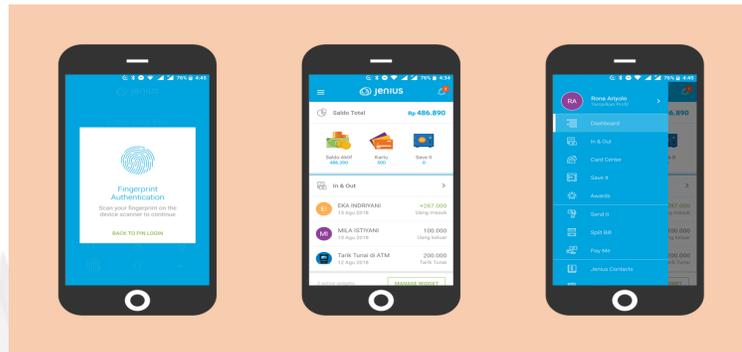
menggunakan jasa layanan aplikasi *mobile banking* secara terus menerus. Aplikasi *m-banking* adalah platform penyampaian layanan bank yang sedang berkembang, dan kenyamanan *online* dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan adopsi aplikasi *m-banking* (Amit and Bikramjit, 2019). Dan saat terjadinya peningkatan *m-banking adoption* pastinya juga akan ada peningkatan terhadap jumlah transaksi. *M-banking adoption* konsumen untuk terus menerus melakukan transaksi adalah salah satu hal yang paling penting bagi perusahaan perbankan, dengan banyak masyarakat yang mengadopsi penggunaan aplikasi *m-banking* Jenius akan berdampak terhadap peningkatan pengguna aplikasi *mobile banking* Jenius.

Menurut Martins, Oliveria, dan Popovic (2014) *m-banking adoption* didefinisikan sebagai sikap atau tindakan konsumen untuk mengambil keputusan dalam rangka memiliki, dan menggunakan produk atau jasa online perbankan. Adapun bukti bahwa *mobile banking* Jenius telah memiliki *m-banking adoption* dapat terlihat dari tersebarnya seluruh nasabah Jenius 34 provinsi yang ada di Indonesia dan pertumbuhan yang sangat signifikan. peningkatan nasabah Jenius yang awal terhitung dikuartal III/2020 hanya 2,7 juta user menjadi 3,1 juta user diakhir kuartal IV/2020, dan peningkatan ini diprediksikan akan tetap terus meningkat secara semenjak Februari 2020 aplikasi Jenius ini tidak hanya digemari nasabah muda atau milenial saja, tetapi sudah mulai masuk kepasar yang lebih mature (cnbcindonesia.com, finansial.bisnis.com, diunduh pada tanggal 1 Maret 2021).

Menurut Saha dan Theingi (2009) mendefinisikan *m-banking adoption intention* sebagai kemungkinan pengguna untuk melakukan suatu perilaku tertentu misalnya *word-of-mouth* yang positif tentang suatu penyedia jasa kepada orang lain, memiliki niat membeli ulang dan kesetiaan terhadap penyedia jasa. Adapun bukti bahwa Jenius memiliki *m-banking adoption intention* yang baik dapat terlihat dari tabel 1.1 dengan data yang tertera jumlah download aplikasi *mobile banking* Jenius sebanyak 3 juta lebih jumlah *download* yang dilakukan yang berarti ada sebanyak 3 juta orang yang sudah mengadopsi sepenuhnya atau memiliki niat untuk mengadopsi aplikasi *mobile banking* Jenius. Dan juga jumlah yang menilai, dan memberikan rating kepada aplikasi *m-banking* Jenius di GooglePlay sebanyak 105,5 ribu penilaian dan juga di App Store sebanyak 5 ribu penilaian yang dilakukan.

Menurut Seiders et al., (2007), *access convenience* didefinisikan sebagai kecepatan dan kemudahan yang digunakan konsumen untuk dapat menjangkau *retailer*. Adapun bukti bahwa aplikasi *m-banking* Jenius memiliki *access convenience* yang dapat dilihat dari gambar 1.9 bahwa Jenius memiliki akses layanannya dengan sangat mudah, dimana perbankan BTPN memiliki aplikasi yang terhubung ke ponsel dan terhubung langsung dengan segala layanan yang ada di tempat bank tradisional tanpa harus datang ke bank terlebih dahulu, sehingga dapat digunakan kapan saja dan dimana saja. Selain itu, dapat terlihat dari gambar 1.10 dimana *review* dari pengguna aplikasi *m-banking* Jenius memberikan ulasan bahwa dengan menggunakan aplikasi

m-banking Jenius memberikan kemudahan dalam membuka rekening dan bertransaksi tanpa perlu ke Bank.



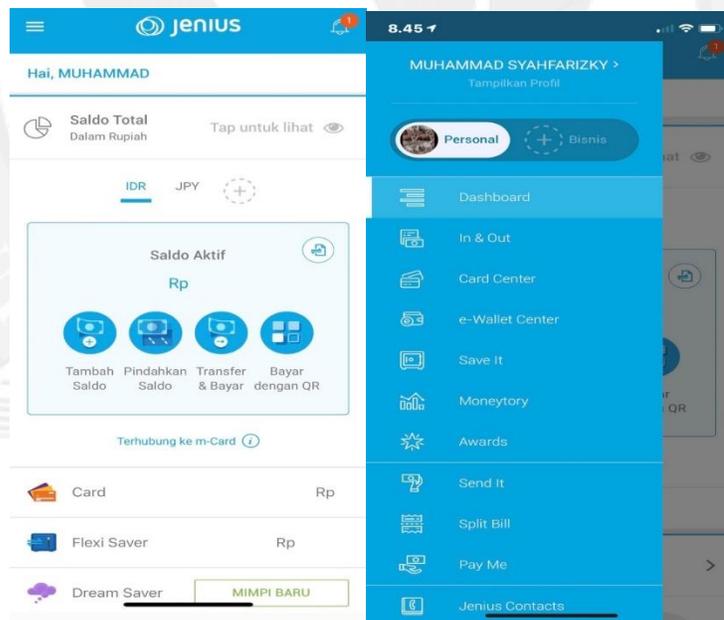
Gambar 1.9 Access Convenience Jenius
Sumber: Google Image diunduh pada tanggal 1 Maret 2021



Gambar 1.10 Berita perihal Access Convenience Jenius
Sumber: kumparan.com diunduh pada tanggal 4 Februari 2022

Menurut Bednarz dan Ponder (2010), *search convenience* adalah mengacu kepada kecepatan dan kemudahan konsumen mengidentifikasi dan memilih produk yang ingin dibeli. Dan dengan adanya kemudahan dalam menemukan suatu produk, nasabah akan mendapatkan kemudahan bila ingin menemukan produk yang nasabah inginkan. Adapun bukti bahwa Jenius telah memiliki *search convenience*, karena sangat nyaman dalam menemukan produk layanan yang diinginkan. Dan kenyamanan dalam menemukan produk layanan di Jenius terbukti dengan adanya berbagai fitur

keuangan yang disediakan didalam aplikasi *mobile banking* Jenius. *Search convenience* dalam mencari produk layanan perbankan Jenius terbukti dengan fitur aplikasi *m-banking* yang ditemukan di Jenius mulai dari *dashboard* aplikasi Jenius dan pemilihan kategori pencarian produk layanan dapat dengan mudah dikenali dan diklasifikasikan (gambar 1.11). Dan, selain itu dapat terlihat pada gambar 1.12 dimana *review* dari pengguna aplikasi *m-banking* Jenius memberikan ulasan bahwa dengan menggunakan aplikasi *m-banking* Jenius dapat mempermudah segala urusan yang bersangkutan dengan masalah *financial* seperti menukarkan mata uang dengan negara lain, pembelian token, dan lain-lain, karena dengan mudahnya menemukan layanan yang ingin dipakai.



Gambar 1.11 Search Convenience Jenius

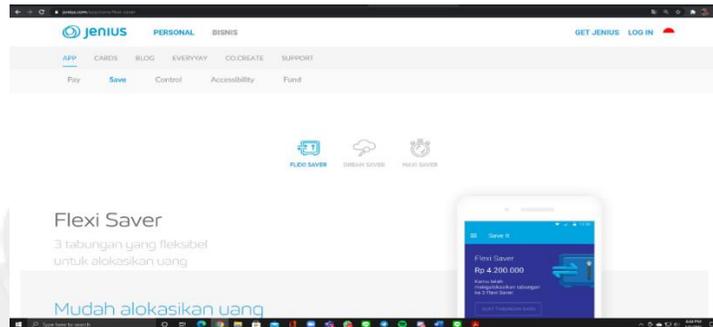
Sumber: Screenshot aplikasi *m-banking* Jenius, diunduh pada tanggal 1 Maret 2021



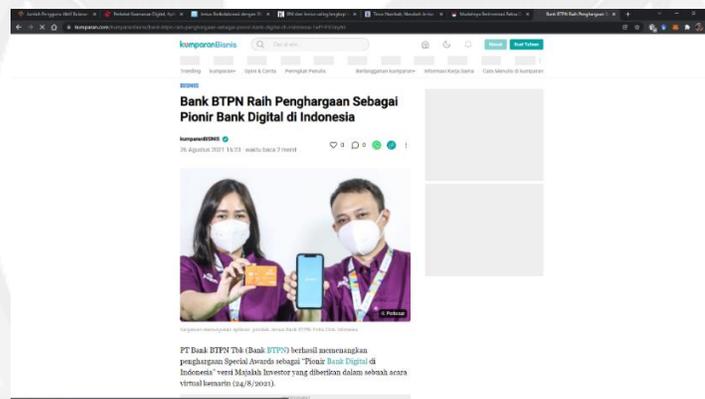
Gambar 1.12 Berita perihal *Search Convenience* Jenius
Sumber: hitekno.com diunduh pada tanggal 4 Februari 2022

Menurut Jiang et al., (2013) *evaluation convenience* adalah ketersediaan deskripsi produk yang terperinci namun mudah dipahami karena menggunakan fitur presentasi, seperti teks, grafik, dan video yang dimasukkan di situs *web* perusahaan. Adapun bukti bahwa Jenius memiliki *evaluation convenience* adalah informasi-informasi tentang produk layanan *financial* yang ada diaplikasi sangat lengkap, singkat, dan mudah dipahami, bahkan informasi bisa lebih digali lebih dalam lagi dengan cara mengunjungi situs resmi Jenius, hal ini membuat nasabah percaya bahwa produk layanan yang disediakan oleh Jenius sesuai dengan kebutuhan nasabah. *Evaluation convenience* dari Jenius dapat dilihat dari setiap fitur yang tersedia didalam aplikasi *mobile banking* Jenius mengandung informasi fitur yang disediakan berfungsi sebagai apa, dan juga penjelasan tambahan yang lebih rinci berada disitus resmi Jenius, yang membantu setiap nasabah mendapatkan informasi lebih tentang produk layanan yang akan dipilih untuk penggunaannya (gambar 1.13). Adapun dapat terlihat pada gambar 1.14 dimana *review* dari pengguna aplikasi *m-banking* Jenius memberikan

ulasan bahwa aplikasi *m-banking* Jenius menampilkan deskripsi dan pembagian fitur yang jelas dan juga menggunakan design aplikasi yang *user friendly*.



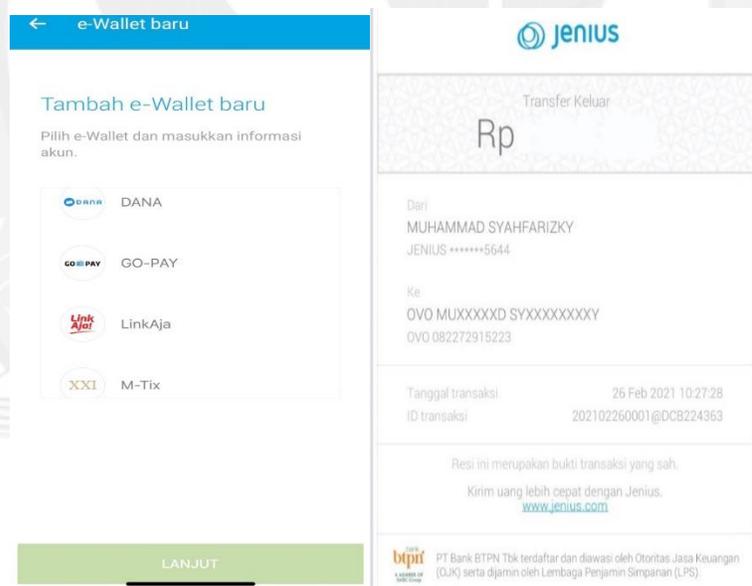
Gambar 1.13 *Evaluation Convenience Jenius*
Sumber: jenius.com, diunduh pada tanggal 2 Maret 2021



Gambar 1.14 Berita perihal *Evaluation Convenience Jenius*
Sumber: kumparan.com diunduh pada tanggal 4 Februari 2022

Menurut Bednarz dan Ponder (2010) *transaction convenience* mengacu kepada kecepatan dan kemudahan konsumen yang dapat mempengaruhi atau mengubah transaksi, dan kenyamanan dalam bertransaksi merupakan faktor penting yang membuat konsumen termotivasi untuk mengadopsi suatu layanan online. Adapun bukti bahwa Jenius memiliki *transaction convenience* dapat terlihat dari gambar 1.15 yaitu aplikasi Jenius memiliki banyak pilihan metode transaksi yang dapat digunakan, seperti

transaksi antara sesama rekening Jenius, transaksi antar bank yang tidak memiliki biaya admin, transaksi untuk *top up e-wallet*, seperti BNI TapCash, DANA, GO-PAY, LinkAja, M-Tix, dan OVO. Ditambah dengan kemudahan bertransaksi untuk melakukan deposito yang langsung dipotong dari saldo aktif. Dan di aplikasi *m-banking* Jenius setelah melakukan transaksi apapun, nasabah dapat melihat bukti transaksi resmi yang dapat disimpan bila diperlukan untuk suatu bukti. Dan dapat terlihat pada gambar 1.16 bahwa aplikasi *m-banking* Jenius memiliki banyak fitur yang memudahkan para konsumen dalam memilih layanan yang disediakan sehingga pengguna sangat nyaman dan sudah menggunakan aplikasi *m-banking* Jenius selama 4 (empat) tahun.



Gambar 1.15 Transaction Convenience Jenius
Sumber: Screenshot aplikasi *m-banking* Jenius, diunduh pada tanggal 2 Maret 2021



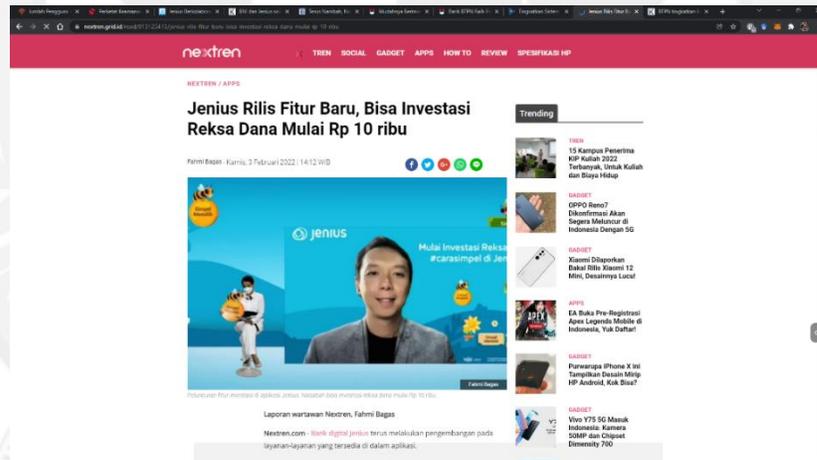
Gambar 1.16 Berita perihal *Transaction Convenience* Jenius
Sumber: keuangan.kontan.co.id diunduh pada tanggal 4 Februari 2022

Menurut Seiders er al., (2000) *possession convenience* merupakan kecepatan dan kemudahan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Adapun bukti bahwa Jenius memiliki *possession convenience* terlihat pada gambar 1.17 yaitu memiliki keunggulan seperti adanya fitur berita terbaru yang dikeluarkan oleh Jenius maupun pesan khusus kepada nasabah yang dapat dilihat langsung didalam fitur tersebut, dan juga rincian lebih lanjut persoalan jenius yang disematkan didalam aplikasi *m-banking* Jenius. Dan dapat dilihat dari gambar 1.18, Adapun *review* dari pengguna aplikasi *m-banking* Jenius yang memberikan ulasan bahwa didalam aplikasi *m-banking* Jenius sangat nyaman dan sangat praktis saat menggunakan aplikasi *m-banking* Jenius, karena bisa menggunakan 1 (satu) rekening yang tersambung dengan 4 (empat) akun sekaligus, dan memberikan banyak fasilitas didalamnya.



Gambar 1.17 Possession convenience Jenius

Sumber: Screenshot aplikasi *m-banking* Jenius, diunduh pada tanggal 3 Maret 2021

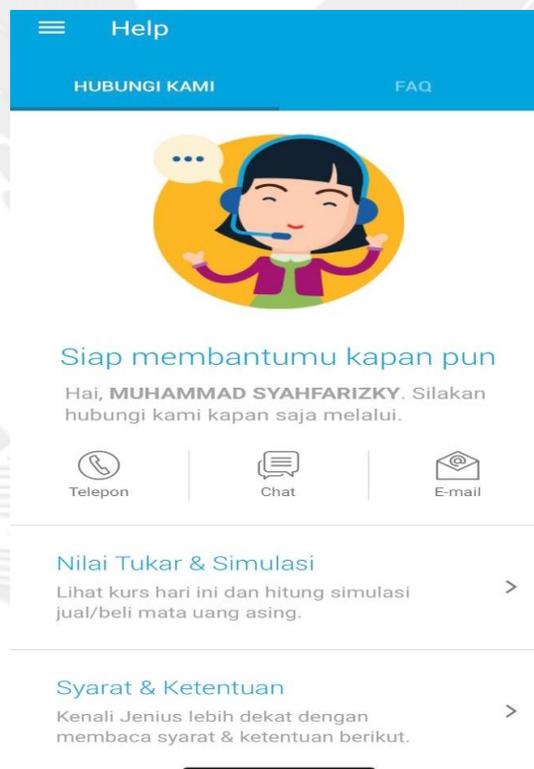


Gambar 1.18 Berita perihal Possession convenience Jenius

Sumber: nextren.grid.id diunduh pada tanggal 4 Februari 2022

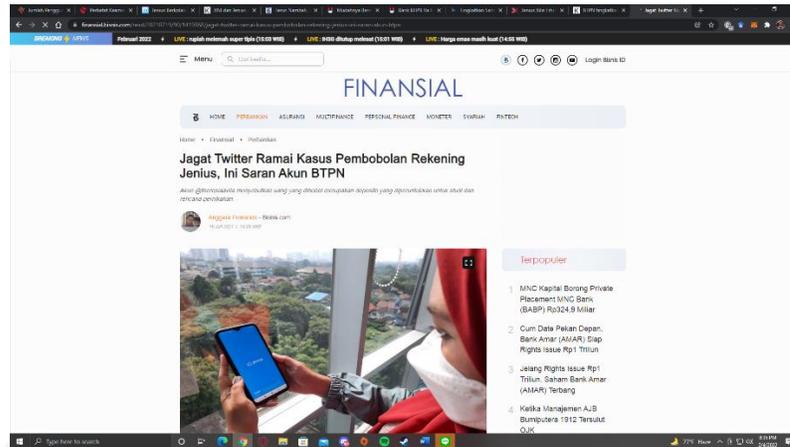
Menurut Berry et al., (2002) *post-possession convenience* mengacu kepada keluarnya waktu dan usaha yang dirasakan konsumen saat memulai kembali berhubungan dengan perusahaan setelah membeli produk yang disediakan. Adapun bukti bahwa Jenius memiliki *post-possession convenience* dapat terlihat pada gambar

1.19 yaitu fitur *help* yang memungkinkan para nasabah memiliki dan dapat berkontak langsung dengan pihak perbankan perihal permasalahan yang dihadapi, dan juga bisa menanyakan dan meminta penjelasan terhadap produk layanan yang disediakan terkait cara memakai, keuntungan bila memakai, bahkan untuk berkonsultasi tentang produk mana yang cocok untuk diambil melihat dari *plan* atau situasi yang dihadapi oleh nasabah. Selain itu dapat terlihat pada gambar 1.20 yaitu adanya *review* dari pengguna aplikasi *m-banking* Jenius memberikan ulasan seperti *customer service* yang mudah dihubungi bila terjadi masalah didalam aplikasi bahkan bila ada masalah yang terjadi.



Gambar 1.19 *Post-Possesion convenience* Jenius

Sumber: Screenshot aplikasi *m-banking* Jenius, diunduh pada tanggal 3 Maret 2021



Gambar 1.20 Berita perihal *Post-Possession Convenience* Jenius
Sumber: finansial.bisnis.com diunduh pada tanggal 13 Maret 2021

Dari pembahasan diatas dapat terlihat bahwa persaingan dibidang layanan jasa *online mobile banking* saat ini sangat ketat hal ini dikarenakan banyaknya perbankan yang berdiri di Indonesia hingga saat ini. Maka dari itu penelitian menjadi hal penting untuk diteliti agar Jenius dapat bersaing dan dapat bertahan serta tumbuh didalam pasar. Oleh karena itu penelitian ini akan membahas perihal variabel-variabel yang dapat mempengaruhi *m-banking adoption* dari pengguna Jenius di Surabaya.

1.2. Batasan Masalah

Didalam setiap penelitian perlu diberikan pembatasan ruang lingkup penelitian yang jelas agar terfokus pada pada pokok permasalahan yang akan dibahas, agar pembahasan masalah nantinya tidak menyimpang dari sarasannya. Penelitian ini memiliki batasan pembahasan sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah *M-Banking Adoption*, *M-Banking Adoption Intention*, *Access Convenience*, *Search Convenience*,

Evaluation Convenience, Transaction Convenience, Possession/Post-Possession Convenience.

2. Responden pria dan wanita berusia 18-60 tahun dimana usia tersebut merupakan masa dewasa dini (Kotler dan Amstrong, 2010).
3. Telah menginstall aplikasi *mobile banking* Jenius pada *smartphone*.
4. Pernah melakukan aktifitas menggunakan Jenius minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir.
5. Pernah berinteraksi dengan *Customer Service* Jenius dalam 6 bulan terakhir.
6. Telah melakukan transaksi langsung untuk mentransfer saldo atau bahkan deposito melalui aplikasi *m-banking* Jenius di *smartphone* sebanyak 2 kali dalam 6 bulan terakhir.

1.3. Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang dari penelitian diatas, maka masalah dalam peneltian ini terdiri dari:

1. Apakah *Access Convenience* berpengaruh signifikan terhadap *M-Banking Adoption Intention* dari pengguna aplikasi *mobile banking* Jenius di Surabaya?
2. Apakah *Search Convenience* berpengaruh signifikan terhadap *M-Banking Adoption Intention* dari pengguna aplikasi *mobile banking* Jenius di Surabaya?
3. Apakah *Evaluation Convenience* berpengaruh signifikan terhadap *M-Banking Adoption Intention* dari pengguna aplikasi *mobile banking* Jenius di Surabaya?

4. Apakah *Transaction Convenience* berpengaruh signifikan terhadap *M-Banking Adoption Intention* dari pengguna aplikasi *mobile banking* Jenius di Surabaya?
5. Apakah *Possession Convenience* berpengaruh signifikan terhadap *M-Banking Adoption Intention* dari pengguna aplikasi *mobile banking* Jenius di Surabaya?
6. Apakah *Post-Possession Convenience* berpengaruh signifikan terhadap *M-Banking Adoption Intention* dari pengguna aplikasi *mobile banking* Jenius di Surabaya?
7. Apakah *M-Banking Adoption Intention* berpengaruh signifikan terhadap *M-Banking Adoption* dari pengguna aplikasi *mobile banking* Jenius di Surabaya?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan perumusan dan batasan pembahasan yang dapat ditarik adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *M-Banking Adoption* melalui *M-Banking Adoption Intention* dan *Online Convenience* pada pengguna atau penggunaan jasa layanan online *mobile banking* Jenius. Maka tujuan spesifik penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh:

1. Pengaruh dari *Access Convenience* berpengaruh signifikan terhadap *M-Banking Adoption Intention* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Jenius di Surabaya.

2. Pengaruh dari *Search Convenience* berpengaruh signifikan terhadap *M-Banking Adoption Intention* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Jenius di Surabaya.
3. Pengaruh dari *Evaluation Convenience* berpengaruh signifikan terhadap *M-Banking Adoption Intention* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Jenius di Surabaya.
4. Pengaruh dari *Transaction Convenience* berpengaruh signifikan terhadap *M-Banking Adoption Intention* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Jenius di Surabaya.
5. Pengaruh dari *Possession Convenience* berpengaruh signifikan terhadap *M-Banking Adoption Intention* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Jenius di Surabaya.
6. Pengaruh dari *Post-Possession Convenience* berpengaruh signifikan terhadap *M-Banking Adoption Intention* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Jenius di Surabaya.
7. Pengaruh dari *M-Banking Adoption Intention* berpengaruh signifikan terhadap *M-Banking Adoption* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Jenius di Surabaya.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penguraian tujuan penelitian yang tertulis diatas, penelitian ini menghasilkan beberapa manfaat kebeberapa pihak. Manfaat penelitian terbagi menjadi manfaat teoritis dan praktis.

1.5.1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini, secara teori diharapkan dapat berguna dan memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu manajemen yang berkaitan dengan faktor *Access Convenience*, *Search Convenience*, *Evaluation Convenience*, *Transaction Convenience*, *Possession/Post-Possession Convenience*, *M-Banking Adoption Intention*, dan *M-Banking Adoption*. Selain itu hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

1.5.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis untuk memperluas wawasan pengetahuan dan wawasan penulis sehingga dapat mengembangkan diri. Selain itu alangkah baiknya menerapkan berbagai teori yang sudah didapatkan selama masa perkuliahan tentang *Access Convenience*, *Search Convenience*, *Evaluation Convenience*, *Transaction Convenience*,

Possession/Post-Possession Convenience terhadap *M-Banking Adoption Intention*.

2. Bagi Jenius

Penelitian ini sebagai bahan masukan yang berisikan informasi dan data terhadap perusahaan perbankan Jenius, agar dapat lebih memperhatikan dan mempertimbangkan beberapa faktor untuk memajukan perusahaan, yang diharapkan agar lebih baik terutama dalam beberapa faktor yang mempengaruhi *M-Banking Adoption* seperti variabel *Access Convenience*, *Search Convenience*, *Evaluation Convenience*, *Transaction Convenience*, *Possession/Post-Possession Convenience*, dan *M-Banking Adoption Intention*. sehingga Jenius dapat membuat langkah dan menyusun strategi yang baru untuk memastikan meningkatnya *M-Banking Adoption*, dan pada akhirnya berpengaruh pada peningkatan kinerja dan pengguna dari perusahaan.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat untuk mempermudah pembaca dan memberikan gambaran yang lebih jelas untuk memahami dan menelaah penelitian, maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab pertama ini yaitu bab pendahuluan yang dimana berisikan latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan landasan teori yang membahas tentang *M-Banking Adoption*, *M-Banking Adoption Intention*, *Access Convenience*, *Search Convenience*, *Evaluation Convenience*, *Transaction Convenience*, *Possession/Post-Possession Convenience* dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagian alur berpikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Didalam bab tiga berisikan tentang metode penelitian yang memuat jenis penelitian, populasi, sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan pengukuran variabel juga metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum mengenai objek penelitian yaitu aplikasi *m-banking* Jenius, analisis data yang meliputi hasil statistic deskriptif hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

BAB V : KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi teoritis dan manjerial dari hasil penelitian serta rekomendasi untuk mengatasi permasalahan yang ada dalam penelitian

