

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

PT Bank BTPN Tbk didirikan pada tahun 1958 di kota Bandung, Jawa Barat, yang awal mulanya bernama Bank Pegawai Pensiunan Militer (Bapemil), yang selanjutnya pada tahun 1986 bertransformasi menjadi Bank Tabungan Pensiunan Nasional dan resmi berdiri sebagai bank konvensional pada tahun 1993. Fokus utama bank BTPN awalnya adalah memberikan pelayanan serta memberdayakan kelompok masyarakat yang memiliki penghasilan rendah, di mana kelompok masyarakat ini terdiri dari pensiunan, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) termasuk komunitas prasejahtera produktif. Kemudian tepat pada tanggal 1 Februari 2019, bank BTPN bertransformasi melakukan *merger* dengan PT Bank Sumitomo Mitsui Indonesia atau yang disebut dengan SMBCI. Melalui *merger* ini, bank BTPN selanjutnya memperluas layanan serta produk bisnis perbankan kepada nasabah yang lebih luas termasuk di dalamnya segmen ritel dan segmen korporasi disamping segmen yang sudah ada di bank BTPN sebelumnya (Tahunan, 2021). Saat ini bisnis dari bank BTPN didukung oleh unit-unit bisnis lainnya yaitu; BTPN Sinaya yang berfokus pada unit bisnis pendanaan, BTPN Purna Bakti dengan fokus pada unit bisnis nasabah pensiunan, BTPN Micro Business yang berfokus pada pelaku usaha ekonomi mikro, BTPN Mitra Bisnis yang fokus unit terdapat pada pelaku UMKM, BTPN WoW! yang berfokus pada segmen *unbanked* atau masyarakat pelosok yang belum tersentuh dengan layanan bank, Jenius yang berfokus pada pengembangan platform perbankan digital, dan unit bisnis korporasi dengan fokus utama dalam melayani perusahaan besar dari segmen nasional, multinasional termasuk Jepang.



Gambar 1.1 Logo PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional (Persero) Tbk

Sumber: Official Website (*Beranda : BTPN*, n.d.)

1.1.2 Visi, Misi serta Nilai – Nilai Bank BTPN

Dilansir dari official website PT. Bank BTPN (www.btpn.com), berikut visi, misi dan nilai-nilai dari perusahaan;

- 1) Visi dari bank BTPN adalah “Menjadi bank pilihan utama di Indonesia, yang dapat memberikan perubahan berarti dalam kehidupan jutaan orang, terutama dengan dukungan teknologi digital”.
- 2) Misi dari bank BTPN adalah:
 - Menawarkan solusi dan layanan keuangan yang lengkap je berbagai segmen ritel, mikro, UKM dan korporat bisnis di Indonesia, serta untuk Bangsa dan Negara Indonesia secara keseluruhan;
 - Memberikan kesempatan berharga bagi pertumbuhan profesional karyawan Bank BTPN;
 - Menciptakan nilai yang signifikan dan berkesinambungan bagi stakeholder termasuk masyarakat Indonesia;
 - Memanfaatkan inovasi teknologi sebagai pembeda utama untuk memberikan kualitas dan pengalaman terbaik dikelasnya kepada nasabah dan mitra Bank BTPN
- 3) Nilai-nilai dari BTPN adalah:
 - *Integrity*; Sebagai professional selalu berlaku secara tulus dengan standar etika yang tinggi.
 - *Customer First*; Selalu melihat dari perspektif nasabah untuk memberikan nilai lebih.
 - *Proactive & Innovative*; Berani bertindak dan berinovasi tanpa henti.
 - *Speed & Quality*; Menjadikan kecepatan dan kualitas dari pengambilan keputusan juga pemberian layanan sebagai faktor pembeda.
 - *Synergy*; Kolaborasi sebagai satu tim.

1.1.3 Tentang BTPN WoW!

Bank BTPN telah dipilih oleh pemerintah sebagai salah satu bank yang memberikan layanan Laku Pandai, yaitu layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif. Hal ini berdasarkan Peraturan OJK (Otoritas Jasa Keuangan) nomor 19/POJK.03/2014 yang

membahas mengenai Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif. Program dari OJK ini bertujuan untuk mengadakan dan memperluas layanan keuangan khususnya bagi masyarakat di daerah-daerah tertentu yang belum tersentuh atau mendapatkan layanan dari industri perbankan. BTPN WoW! resmi diluncurkan pada tahun 2015, yang merupakan layanan perbankan dengan memanfaatkan teknologi telepon genggam berbasis *Unstructured Supplementary Service Data* (USSD). Penetrasi layanan ini didukung oleh jasa Agen Laku Pandai (Agen BTPN WoW!) yang berperan sebagai perpanjangan tangan dari bank BTPN untuk meningkatkan jangkauan layanan bank kepada masyarakat yang berada di daerah-daerah pelosok di Indonesia. Target nasabah BTPN WoW! adalah masyarakat yang pada umumnya sudah terbiasa menggunakan telepon seluler namun belum pernah memiliki rekening bank. Melalui Agen BTPN WoW!, bank membuat suatu akses layanan ke masyarakat *unbanked* dengan menerapkan model bisnis *branchless banking* atau selanjutnya dapat disebut dengan Laku Pandai. Adapun fasilitas transaksi yang ditawarkan diantaranya yaitu simpanan atau tabungan dana, tarik tunai maupun transfer dana, pengajuan permohonan untuk kredit mikro, pembayaran tagihan seperti listrik atau pulsa serta fasilitas seperti pembelian produk asuransi mikro. Inisiatif ini membawa bank BTPN terdaftar dalam urutan 50 perusahaan secara global dengan penilaian satu-satunya bank Indonesia yang dapat menyelesaikan masalah sosial dengan kinerja yang baik dalam “*Fortune Change the World*”. Terdapat 2 jenis rekening tabungan BTPN WoW!, yaitu *Regular Saving Account* (RSA) dan *Basic Saving Account* (BSA) berikut sekilas rincian informasi yang dilansir dari official website (*Beranda : BTPN*, n.d.) (btpnwow.btpn.com);

Tabel 1.1 Rincian Jenis Rekening Tabungan BTPN WoW!

Nama Produk	BTPN WoW! Regular Saving Account
Nama Penerbit	PT. Bank BTPN, Tbk. (“BTPN”)
Jenis	Rekening Tabungan
Data Ringkas	• Tabungan yang memberikan suku bunga yang kompetitif • Merupakan tabungan yang menggunakan nomor HP yang boleh didaftarkan adalah nomor GSM yang dikeluarkan oleh provider Telkomsel, XL, Indosat dan Three • Nasabah dapat mengakses rekening melalui HP dengan kode akses *247# atau menggunakan internet

	• Atas bunga yang didapatkan, dikenakan pajak sesuai dengan ketentuan Pemerintah
Fitur	• Setoran awal 0 (Nol) • Saldo minimal 0 (Nol), saldo maksimal <i>unlimited</i> • Limit maksimal transaksi debit melalui cabang adalah Rp. 100.000.000 per hari • Limit maksimal transaksi debit melalui Agen yang sama adalah Rp. 5.000.000 per hari. • Dapat melakukan inquiry via internet • Dapat melakukan transfer ke sesama BTPN maupun ke bank lainnya • Nomor HP sama dengan nomor rekening • Media pelaporan transaksi menggunakan notifikasi berupa pesan singkat (SMS) disetiap transaksi financial maupun non financial • Pemberian bunga tabungan mulai dari saldo Rp.1
Manfaat	• Dapat di akses oleh semua HP GSM • Aman dan Handal • Kemudahan bertransaksi pembayaran tagihan, pembelian, transfer dana melalui jaringan internal maupun jaringan ATM bersama/prima
Risiko	• Adanya risiko kegagalan transaksi melalui jaringan ATM non BTPN sehingga nasabah mengalami kegagalan transfer • Adanya kegagalan transaksi karena terbatasnya waktu transaksi nasabah (>120 detik) • Nomor HP hilang sehingga nasabah tidak dapat melakukan akses rekening • Nomor HP expired sehingga tidak bisa akses rekening • Tidak ada jaringan signal provider sehingga tidak dapat mengakses *247# • Lupa pin sehingga rekening terblokir

Nama Produk	BTPN WoW! Basic Saving Account
Nama Penerbit	PT. Bank BTPN, Tbk. (“BTPN”)
Jenis	Rekening Tabungan
Data Ringkas	• Tabungan yang memberikan suku bunga yang kompetitif • Merupakan tabungan dengan <i>mobile banking</i> yang dapat diakses melalui telepon genggam/seluler/Hand Phone jenis Global System for Mobile communication (GSM) • Nasabah dapat mengakses rekening melalui HP dengan kode akses *247# atau menggunakan internet • Atas bunga yang didapatkan, dikenakan pajak sesuai dengan ketentuan Pemerintah
Fitur	• Setoran awal 0 (Nol) • Saldo minimal 0 (Nol), saldo maksimal Rp. 20.000.000 • Limit maksimal transaksi debit melalui cabang adalah Rp. 5.000.000 per hari • Dapat melakukan transfer ke sesama BTPN maupun ke bank lainnya • Nomor HP sama dengan nomor rekening • Media pelaporan transaksi menggunakan notifikasi berupa pesan singkat (SMS) disetiap transaksi financial maupun non financial • Pemberian bunga tabungan mulai dari saldo Rp.1
Manfaat	• Dapat di akses oleh semua HP GSM • Aman dan Handal • Kemudahan bertransaksi pembayaran tagihan, pembelian, transfer dana melalui jaringan internal maupun jaringan ATM bersama/prima
Risiko	• Adanya risiko kegagalan transaksi melalui jaringan ATM non BTPN sehingga nasabah mengalami kegagalan transfer • Adanya kegagalan transaksi karena terbatasnya waktu transaksi nasabah (>120 detik)

	• Nomor HP hilang sehingga nasabah tidak dapat melakukan akses rekening • Nomor HP expired sehingga tidak bisa akses rekening • Tidak ada jaringan signal provider sehingga tidak dapat mengakses *247# • Lupa pin sehingga rekening terblokir
--	---

Sumber: Official Website (*Beranda : BTPN*, n.d.)

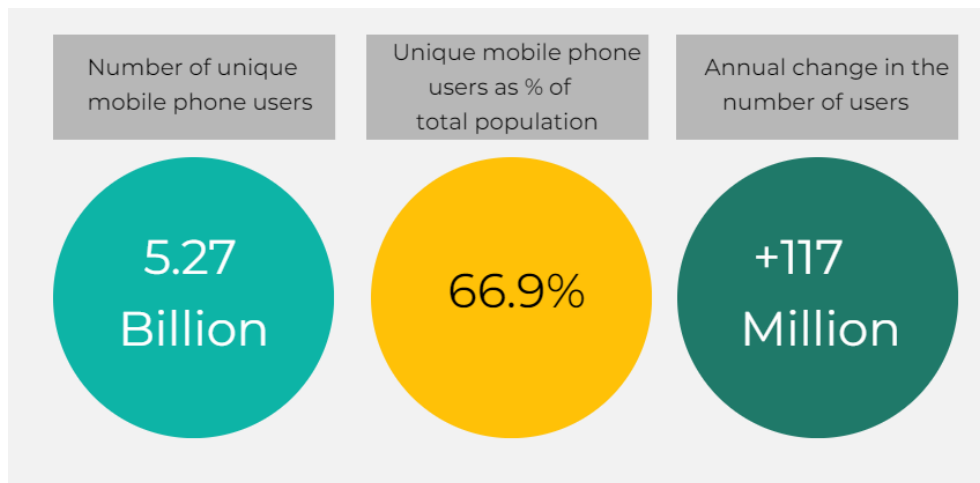
Prosedur yang dijalankan kepada Agen BTPN WoW! adalah dengan cara melakukan kunjungan secara berkala oleh tim sales dari BTPN WoW!, di mana dalam penerapannya sudah didukung oleh teknologi Agent Management System (AMS). Adapun layanan yang dapat diberikan Agen kepada nasabah diantaranya yaitu setor dan tarik tunai dana, pembukaan rekening tabungan bagi nasabah yang ingin menyimpan dana, di samping itu para Agen juga dapat melayani pembuatan asuransi dan kredit mikro. Saat ini para Agen sudah didukung oleh *mobile banking* yaitu SUSAN (Solusi Usaha Agen) untuk mempermudah operasional Agen (Tahunan, 2021).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan pesat teknologi menuntut organisasi untuk terus signifikan dalam berkembang dan mempertahankan keunggulan kompetitif di era digital 4.0 saat ini. Dalam organisasi perbankan, tepatnya pada tahun 1998 *Internet Banking* hadir sebagai salah satu layanan perbankan berbasis digital di Indonesia yang pertama kali dibuat oleh Bank Indonesia. *Internet Banking* adalah salah satu jasa yang dibuat oleh bank untuk memungkinkan nasabah dalam mendapatkan informasi, komunikasi juga melakukan transaksi keuangan menggunakan jaringan internet (Indah, 2016). Adopsi layanan *internet banking* tidak hanya akan bermanfaat bagi bank, tetapi juga akan memberikan kesempatan kepada bank untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya dari jarak jauh (Rahi et al., 2019).

Seiring waktu *smartphone* kemudian hadir dan dengan cepat menjadi salah satu kebutuhan utama yang tidak bisa lepas dari aktivitas manusia di era teknologi yang semakin berkembang. Hal ini mengingat bahwa saat ini *smartphone* memiliki kemampuan untuk terhubung ke internet, melalui Wi-Fi atau jaringan seluler, kapan saja dan di mana saja sehingga membuat *smartphone* tidak lagi hanya sebagai media komunikasi, namun didukung oleh berbagai macam aplikasi potensial yang terus berkembang dalam kehidupan sehari-hari

(Kalinić et al., 2020). Manfaat dari penggunaan *smartphone* selanjutnya diterapkan secara meluas dalam berbagai layanan digital, baik dalam lingkungan sekitar maupun di berbagai macam sektor usaha salah satunya yaitu perbankan.



Gambar 1.2 Jumlah Pengguna *Smartphone* Dunia

Sumber: Official Website (*Hybrid.Co.Id*, 2020)

Menurut data laporan Stock Apps, pada bulan Juli 2021 jumlah pengguna *smartphone* secara global di dunia mencapai hampir 5,3 miliar atau dalam persentase sebesar hampir 67%, dan lebih dari 117 juta orang mulai menggunakan *smartphone* dimana terjadi peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 2,3%. Di bulan yang sama khususnya pada masa pandemi, *smartphone* menyumbang 6,6 miliar atau dalam persentase sebesar 79% dari semua koneksi seluler secara global (*Hybrid.Co.Id*, 2020).

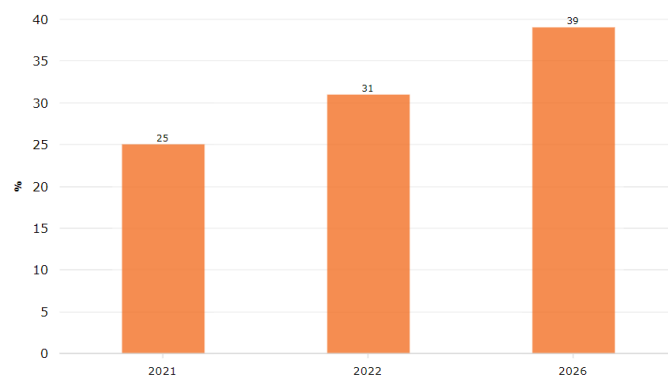
Negara	Total Populasi	Penetrasi Smartphone	Pengguna Smartphone
1. China	1,44 Miliar	59,9%	865,04 Juta
2. India	1,39 Miliar	43,5%	606,57 Juta
3. United States	332,92 Juta	72,1%	240,15 Juta
4. Indonesia	276.36 Juta	64,8%	178,96 Juta
5. Brazil	213,99 Juta	61.60%	131.73 Juta
6. Russia	145,91 Juta	70,1%	102,24 Juta
7. Jepang	126,05 Juta	75,2%	94,78 Juta
8. Mexico	130,26 Juta	59,4%	77,31 Juta
9. Nigeria	211,4 Juta	34,1%	72,03 Juta
10. Philipinnes	111,05 Juta	60,7%	67,37 Juta

Gambar 1.3 Peringkat 10 Besar Jumlah Pengguna *Smartphone* Dunia

Sumber: Official Website (*Newzoo*, 2020)

Pada tahun 2020, mayoritas negara-negara Asia menempati 10 besar pengguna *smartphone*, di mana China menempati urutan pertama dengan jumlah pengguna *smartphone* sebanyak 865 juta dengan penetrasi sebesar 59,9%. Indonesia berada pada posisi ke 4 dengan jumlah pengguna *smartphone* sebesar 178,96 juta dan penetrasi *smartphone* sebesar 64,8%. Data ini berdasarkan pada model yang memperhitungkan perkembangan ekonomi, populasi, susunan demografis serta jaringan nirkabel suatu negara (Newzoo, 2020).

Saat ini hampir seluruh sektor usaha perbankan melakukan transformasi digital dari fungsi sebelumnya sebagai bank konvensional menjadi perbankan digital dengan memanfaatkan *smartphone* untuk meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah. Aplikasi perbankan seluler atau aplikasi *mobile banking* adalah salah satu layanan populer yang ditawarkan perbankan untuk memudahkan nasabah agar dapat bertransaksi secara nyaman dan efektif (Hanif & Lallie, 2021). Fitur layanan yang diberikan melalui *mobile banking* dapat memudahkan penggunanya untuk melakukan berbagai macam kegiatan finansial seperti menabung, membuka rekening, melakukan transfer, mengajukan pinjaman, melakukan investasi dan sebagainya tanpa perlu mengunjungi kantor cabang. Dalam rangka mendukung perbankan Indonesia menjadi lebih berdaya saing serta mendorong industri perbankan Indonesia mencapai skala ekonomi yang lebih tinggi diikuti dengan meningkatnya jumlah pengguna *smartphone* dan internet, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan peraturan nomor 12 /POJK.03/2018 mengenai Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum. Menurut Otoritas Jasa Keuangan dalam POJK No. 12 tahun 2021 pasal 23 sampai 31, bank digital adalah sebuah Bank Berbadan Hukum Indonesia (BHI) yang dalam praktiknya bertujuan untuk memfasilitasi serta melakukan kegiatan usaha melalui saluran elektronik tanpa kantor fisik atau kantor fisik dengan jumlah yang terbatas.



Gambar 1.4 Proyeksi Pengguna Bank Digital di Indonesia

Sumber: Official Website (Databoks, 2021)

Meskipun diprediksi akan terus meningkat, namun peringkat Indonesia diperkirakan akan menurun dari posisi kedua menjadi ketiga dunia pada tahun 2026 mendatang. Seiring dengan pengguna bank digital yang akan terus meningkat, hal ini menunjukkan bahwa di masa yang akan datang pengguna *mobile banking* di Indonesia akan terus melonjak secara signifikan. Menanggapi hal ini, bank BTPN berinisiatif melakukan pendayagunaan digital platform salah satunya melalui implementasi digital aplikasi *mobile SUSAN* yang dikhususkan untuk para Agen.

Pengembangan *mobile banking* untuk Agen BTPN WoW! bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan juga kenyamanan Agen dalam melayani nasabah melalui *smartphone*. Selain itu BTPN sedang dalam proses mengganti saluran transaksi yang tadinya masih berbasis USSD menjadi saluran transaksi berbasis *mobile banking*. Hal ini bertujuan untuk mengantisipasi perkembangan digital yang terus berkembang di masyarakat laku pandai, dalam hal ini melihat bahwa sebagian besar kepemilikan *smartphone* dalam masyarakat terus mengalami peningkatan. Dengan memperluas fitur aplikasi *mobile banking SUSAN*, bank BTPN berharap dapat mengembangkan jangkauan nasabah melalui para Agen serta meningkatkan transaksi perbankan yang berfokus pada *customer centric* (Tahunan, 2021). Dalam hal ini Agen BTPN WoW! sebagai perpanjangan tangan dari bank BTPN berperan sangat penting untuk menjangkau nasabah-nasabah di kawasan pelosok yang belum tersentuh dengan layanan bank. Fungsionalitas para Agen diharapkan akan menurunkan beban operasional bank karena tidak perlu membuka kantor cabang, di satu sisi menambah titik transaksi perbankan. Adapun kriteria dari Agen BTPN WoW! untuk menjadi perpanjangan tangan dari bank yaitu pemilik warung/usaha/perorangan dengan penghasilan atau pemasukan tetap yang memenuhi persyaratan untuk memberikan layanan perbankan ke nasabah-nasabah khususnya di daerah pelosok. Seorang Agen BTPN Wow! dapat membantu para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti setor dan tarik tunai, pembelian pulsa, pembayaran tagihan serta pembukaan tabungan.

Namun pada tahun 2021 berdasarkan laporan tahunan bank BTPN, jumlah nasabah BTPN WoW! mengalami penurunan sebesar 21,39% (YoY) dengan angka mencapai 3,7 juta nasabah. Di tahun yang sama, total Agen juga mengalami penurunan sebesar 11 ribu dari total Agen sebelumnya 167 ribu menjadi 156 ribu (Tahunan, 2021). Tercatat juga saat ini Agen yang menggunakan aplikasi Susan masih di angka 10.000 dari total Agen yang aktif saat ini adalah 150.000 atau hanya 6,67% dari total Agen. Hal ini berbanding terbalik dengan fokus utama yaitu meningkatkan jumlah transaksi Agen dan nasabah BTPN WoW! guna meningkatkan

pendapatan baik untuk Agen maupun nasabah. Di samping itu bank BTPN sedang dalam proses mengubah saluran transaksi USSD menjadi saluran transaksi berbasis *mobile banking*, di mana kedepannya saluran transaksi USSD akan dialihkan ke transaksi berbasis *mobile banking* dengan menggunakan *smartphone*. Selain itu adapun rencana strategis dari BTPN untuk Agen Laku Pandai di tahun 2022 dilansir dari laporan tahunan BTPN tahun 2021 (Tahunan, 2021), sebagai berikut;

1. Peningkatan kualitas pengembangan agen untuk meningkatkan kualitas layanan agen dan peningkatan jumlah transaksi keuangan yang dilakukan oleh agen dan nasabah BTPN Wow! sehingga memberikan keuntungan bagi agen dan *revenue bank*.
2. Peningkatan kapasitas layanan agen dengan membangun *new revenue stream* yang diperoleh melalui *business collaboration* dengan internal dan eksternal Bank melalui kemitraan yang fokus pada peningkatan kualitas agen BTPN Wow!.
3. Program *cross selling micro business*, baik untuk agen maupun agen dengan kapasitasnya sebagai *channelling*, termasuk meningkatkan kapasitas dan nilai tambah layanan agen melalui pengembangan fitur layanan keuangan agen BTPN Wow! di aplikasi SUSAN, melalui mekanisme *partnership* sebagai *business collaboration* dan *leveraging*.

Berdasarkan uraian tersebut, melalui penelitian ini akan dilakukan analisis mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat para Agen untuk menggunakan *mobile banking* SUSAN berdasarkan variabel-variabel UTAUT-2 dengan judul penelitian, yaitu:

“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Penggunaan Aplikasi Mobile banking Menggunakan Integrasi Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT 2) Pada Agen BTPN WoW!”

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang, berikut rumusan masalah yang dibuat pada penelitian ini:

1. Didapati bahwa Agen pengguna aplikasi *mobile banking* SUSAN sangat menurun jumlahnya, hal ini tidak berbanding lurus dengan upaya bank BTPN dalam memaksimalkan digitalisasi layanan perbankan BTPN WoW!. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat Agen untuk mengadopsi *mobile banking* SUSAN.

2. Belum ada penelitian yang membahas terkait faktor-faktor yang mempengaruhi niat Agen BTPN WoW! Untuk mengadopsi aplikasi *mobile banking* SUSAN, sehingga permasalahan belum ditemukan solusinya.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dibuat, berikut pertanyaan-pertanyaan yang diharapkan akan terjawab pada penelitian ini:

1. Seberapa besar pengaruh positif *Performance Expectancy* (PE) terhadap *Behavior Intention* (BI) Agen untuk menggunakan layanan *mobile banking* SUSAN?
2. Seberapa besar pengaruh positif *Effort Expectancy* (EE) terhadap *Behavior Intention* (BI) nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* SUSAN?
3. Seberapa besar pengaruh positif *Social Influence* (SI) terhadap *Behavior Intention* (BI) Agen BTPN WoW! untuk mengadopsi *mobile banking* SUSAN?
4. Seberapa besar pengaruh positif *Facilitating Condition* (FC) terhadap *Behavior Intention* (BI) Agen BTPN WoW! untuk mengadopsi layanan *mobile banking* SUSAN?
5. Seberapa besar pengaruh positif *Hedonic Motivation* (HM) terhadap *Behavior Intention* (BI) Agen dalam menggunakan layanan *mobile banking* SUSAN?
6. Seberapa besar pengaruh positif *Price Value* (PV) terhadap *Behavior Intention* (BI) Agen BTPN WoW! untuk menggunakan layanan *mobile banking* SUSAN?
7. Seberapa besar pengaruh positif *Habit* (HA) terhadap *Behavior Intention* (BI) Agen dalam menggunakan layanan *mobile banking* SUSAN?
8. Seberapa besar pengaruh positif *Habit* (HA) terhadap *Use Behavior* (UB) Agen dalam menggunakan layanan *mobile banking* SUSAN?
9. Seberapa besar pengaruh negatif *Perceived of Risk* (PR) terhadap *Behavior Intention* (BI) Agen BTPN WoW! untuk menggunakan layanan *mobile banking* SUSAN?
10. Seberapa besar pengaruh positif *Trust* (TR) terhadap *Behavior Intention* (BI) Agen dalam menggunakan *mobile banking* SUSAN?
11. Seberapa besar pengaruh positif *Behavioral Intention* (BI) terhadap *Use Behavior* (UB) Agen dalam menggunakan *mobile banking* SUSAN?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada rumusan masalah serta pertanyaan penelitian, berikut merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti:

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Performance Expectancy* (PE) terhadap *Behavior Intention* (BI) Agen untuk menggunakan layanan *mobile banking* SUSAN.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Effort Expectancy* (EE) terhadap *Behavior Intention* (BI) Agen untuk menggunakan layanan *mobile banking* SUSAN.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Social Influence* (SI) terhadap *Behavior Intention* (BI) Agen BTPN WoW! untuk mengadopsi layanan *mobile banking* SUSAN.
4. Mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Facilitating Condition* (FC) terhadap *Behavior Intention* (BI) Agen BTPN WoW! untuk mengadopsi layanan *mobile banking* SUSAN.
5. Mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Hedonic Motivation* (HM) terhadap *Behavior Intention* (BI) Agen dalam menggunakan layanan *mobile banking* SUSAN.
6. Mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Price Value* (PV) terhadap *Behavior Intention* (BI) Agen BTPN WoW! untuk menggunakan layanan *mobile banking* SUSAN.
7. Mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Habit* (HA) terhadap *Behavior Intention* (BI) Agen dalam menggunakan layanan *mobile banking* SUSAN.
8. Mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Habit* (HA) terhadap *Use Behavior* (UB) Agen dalam menggunakan layanan *mobile banking* SUSAN.
9. Mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Trust* (TR) terhadap *Behavior Intention* (BI) Agen dalam menggunakan layanan *mobile banking* SUSAN.
10. Mengetahui seberapa besar pengaruh negatif *Perceived of Risk* (PR) terhadap *Behavior Intention* (BI) Agen BTPN WoW! untuk menggunakan layanan *mobile banking* SUSAN.
11. Mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Behavioral Intention* (BI) terhadap *Use Behavior* (UB) Agen untuk menggunakan *mobile banking* SUSAN.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian yang sudah dilakukan, penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat untuk pihak-pihak yang berkepentingan baik secara teoritis maupun praktisnya, yaitu:

1.6.1 Aspek Teoritis

1. Sebagai sarana bahan penelitian lebih lanjut bagi peneliti dengan topik sejenis serta dapat menambah wawasan dan referensi dalam mengembangkan penelitian khususnya pada bidang *User Acceptance*.

2. Dapat memberikan pengetahuan mengenai minat Agen BTPN WoW! dalam penerapannya menggunakan aplikasi layanan digital SUSAN berbasis internet di era industri 4.0.

1.6.2. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi PT. Bank BTPN untuk membantu mengoptimalkan strategi guna meningkatkan keunggulan kompetitif produk BTPN WoW! baik dalam segi pengembangan sistem maupun inovasi di masa mendatang.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini membahas tentang faktor - faktor yang mempengaruhi minat Agen BTPN WoW! dalam menggunakan layanan *mobile banking* SUSAN, dimana studi kasus ini dilakukan pada perusahaan PT. Bank BTPN Tbk yang bergerak di bidang perbankan. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan dalam bentuk kuesioner kepada Agen BTPN WoW! dengan lingkup area seluruh Indonesia.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berikut merupakan sistematika penulisan yang dipakai peneliti untuk mempermudah pembaca dalam membaca penelitian ini:

a) BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang gambaran secara garis besar permasalahan yang akan diteliti serta apa yang melatar belakangi penulis dalam membuat penelitian ini. Dalam bab ini akan dibahas secara rinci mengenai: Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Ruang Lingkup Penelitian dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b) BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang teori-teori yang menjadi acuan penulis dalam melakukan penelitian, mulai dari teori secara umum sampai teori secara khusus dari penelitian yang sudah ada dan dilakukan sebelumnya. Pada bab ini akan dipaparkan juga mengenai kerangka penelitian, ruang lingkup penelitian serta hipotesis penelitian.

c) BAB III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan metode yang digunakan untuk menjawab permasalahan pada penelitian. Adapaun didalamnya termasuk penjelasan mengenai Teknik Analisis Data secara Deskriptif, Analisis Data secara Verifikatif, Prosedur Pengumpulan Data serta Uji Validitas dan Reliabilitas.

d) BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi pembahasan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan mulai dari analisis pengolahan data serta hasil yang diperoleh dari semua alat uji yang digunakan juga pengujian pada hipotesis.

e) BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi tentang hasil kesimpulan yang didapatkan berdasarkan pembahasan penelitian serta saran-saran kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai hasil dari penelitian. Diharapkan dengan adanya kesimpulan dan saran yang dibuat pada penelitian ini, dapat menjadi pertimbangan agar kedepannya bisa memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait.