

**USULAN PERBAIKAN PADA BANK X BERDASARKAN
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT ADOPTI
*DIGITAL BANKING***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Gerardus Aditya Hartanto

NPM : 6131801205



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2022**

IMPROVEMENTS IN BANK X BASED ON FACTORS AFFECTING INTENTION OF DIGITAL BANKING ADOPTION

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Gerardus Aditya Hartanto

NPM : 6131801205



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2022**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Gerardus Aditya Hartanto
NPM : 6131801205
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN PADA BANK X BERDASARKAN
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT
ADOPSI DIGITAL BANKING

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Agustus 2022
**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**


(Dr. Cecilia Tesavrita, S.T., M.T.)

Pembimbing Tunggal


(Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M.)

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Gerardus Aditya Hartanto

NPM : 6131801205

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

USULAN PERBAIKAN PADA BANK X BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT ADOPSI *DIGITAL BANKING*

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 7 Agustus 2022



Gerardus Aditya Hartanto

NPM : 6131801205

ABSTRAK

Perkembangan *digital banking* yang ada di Indonesia saat ini belum diiringi dengan tingkat adopsi penggunaannya yang tinggi pula. Apabila dibandingkan dengan layanan lainnya seperti *mobile banking* maupun *internet banking*, pengguna layanan *digital banking* masih jauh lebih rendah. Hal tersebut juga sejalan dengan apa yang dialami oleh *Digital Banking X*. Berdasarkan data jumlah pengguna aktif bulanan layanan digital banking, saat ini jumlah pengguna terbanyak dimiliki oleh digital banking Jenius dan *Digital Banking X* hanya berada di urutan keempat. Maka dari itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa adopsi penggunaan digital banking di Indonesia saat ini masih rendah dan sejalan dengan apa yang dihadapi oleh *Digital Banking X*. Padahal berdasarkan data, dapat dilihat bahwa terdapat tren positif kenaikan jumlah transaksi perbankan digital dari tahun ke tahun. Pada penelitian ini, terdapat 4 variabel yang digunakan berdasarkan model acuan UTAUT dan 1 variabel tambahan dalam model penelitian ini, antara lain *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, dan *perceived risk*. Selanjutnya dilakukan pengambilan data menggunakan kuesioner dengan jumlah data yang didapatkan sebanyak 101 responden. Setelah mendapatkan data dari seluruh responden, dilanjutkan pengolahan data menggunakan metode PLS-SEM. Seluruh pengujian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SmartPLS. Dari hasil pengolahan data, terdapat hanya terdapat 4 variabel yang mempengaruhi minat adopsi digital banking. Keempat variabel tersebut adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *perceived risk*. Dari keempat variabel tersebut, selanjutnya dilakukan penentuan prioritas dengan menggunakan metode IPMA yang menghasilkan 5 usulan prioritas. Dari ketiga usulan tersebut, sebanyak 4 usulan perbaikan diterima dan 1 usulan perbaikan dipertimbangkan oleh pihak *Digital Banking X*.

ABSTRACT

The current development of digital banking in Indonesia has not been accompanied by a high level of adoption of its use. When compared to other services such as *mobile* banking and internet banking, the number of users of digital banking services is still much lower. This is also in line with what Digital Banking X experienced. Based on data on the number of monthly active users of digital banking services, currently the largest number of users is owned by digital banking Jenius and Digital Banking X is only in fourth place. Therefore, it can be concluded that the adoption of digital banking in Indonesia is currently still low and in line with what is being faced by Digital Banking X. In fact, based on the data, it can be seen that there is a positive trend of increasing the number of digital banking transactions from year to year. In this study, there are 4 variables used based on the UTAUT reference model and 1 additional variable in this research model, including performance expectations, effort expectations, social influence, facilitating conditions, and perceived risk. Furthermore, data collection was carried out using a questionnaire with the amount of data obtained as many as 101 respondents. After getting data from all respondents, proceed with data processing using the PLS-SEM method. All of these tests were carried out using the SmartPLS application. From the results of data processing, there are only 4 variables that affect the interest in digital banking adoption. The four variables are performance expectation, effort expectation, social influence, and perceived risk. Of the four variables, then priority is determined using the IPMA method which produces 5 priority proposals. Of the three proposals, 4 proposed improvements were accepted, and 1 improvement proposal was considered by Digital Banking X.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur dipanjatkan kepada hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan berkatNya kepada penulis sehingga penelitian skripsi ini dengan judul “Usulan Perbaikan Pada Bank X Berdasarkan Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Adopsi *Digital Banking*” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penelitian skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Katolik Parahyangan. Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari beragam tantangan yang dihadapi. Tetapi semua rintangan dan tantangan tersebut dapat di atasi atas bantuan orang-orang yang membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan arahan dan masukan terkait penyusunan skripsi yang telah dilakukan
2. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku coordinator skripsi yang sudah meluangkan waktu dan tenaga untuk mempersiapkan kegiatan skripsi sebagai syarat kelulusan dengan sangat baik.
3. Bapak Romy Loice, S.T., M.T., dan Bapak Dedy Suryadi, S.T., M.S., Ph.D. selaku dosen penguji proposal skripsi yang telah memberikan masukan dalam proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Veronica Yuliana, Ibu Yanty Wijaya, Bapak Wendy Arsianto, dan Saudara Dinno Marcelo, sebagai narasumber dari pihak Bank X yang telah memberikan izin untuk dilakukannya penelitian dan meluangkan waktu untuk membantu proses pengambilan data.
5. Orang tua serta adik dari penulis yang telah memberikan dukungan dalam bentuk doa kepada penulis dalam penyusunan skripsi
6. Henry, Andrian, Bhramanta, Gianluca, Maria, Rulla, Jeremy, Aaron selaku teman penulis yang telah memberikan dukungan tempat, semangat dan bertukar pikiran selama penyusunan skripsi ini.

7. Teman seperjuangan yaitu Vanessa, Claudine, Vianny, Brian, Kevin, Jose, Denil, Fanny, Jennifer yang selalu ada dalam memberikan dukungan fisik serta moril agar dapat terselesaikannya penyusunan skripsi ini
8. Tim Pembina Periode 2020 selaku teman penulis yang selalu memberikan dukungan moril serta semangat dalam penyusunan skripsi ini
9. Seluruh dosen Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan yang telah mendedikasikan dengan memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan penulis
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu pengisian kuesioner perihal kebutuhan data untuk penulisan skripsi.

Penulis menyadari adanya keterbatasan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, maka dari itu penulis sangat terbuka atas saran dan kritik agar dapat memperbaiki dilain kesempatan. Penulis berhadap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca.

Bandung, 7 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1. Latar Belakang Masalah	I-1
I.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	I-7
I.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-13
I.4. Tujuan Penelitian	I-13
I.5. Manfaat Penelitian	I-14
I.6. Metodologi Penelitian.....	I-14
I.7. Sistematika Penelitian.....	I-17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1. Perbankan	II-1
II.2. <i>Internet Banking</i>	II-2
II.3. <i>Mobile Banking</i>	II-3
II.4. <i>Financial Technology</i>	II-3
II.5. <i>Digital Banking</i>	II-5
II.6. Adopsi Teknologi	II-6
II.7. Model Adopsi Teknologi.....	II-6
II.8. Penelitian Minat Adopsi Terdahulu.....	II-9
II.8.1. Penelitian Abrahao et al. (2016)	II-9
II.8.2. Penelitian Afifah (2021)	II-10
II.9. Teknik Sampling	II-11
II.10. Skala Pengukuran.....	II-14
II.11. <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	II-16
II.12. <i>Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i>	II-17
II.12.1. Evaluasi Model Pengukuran	II-18

II.12.2. Evaluasi Model Struktural	II-19
II.13. <i>Importance Performance Matrix Analysis</i> (IPMA)	II-20
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	III-1
III.1. Model Penelitian.....	III-1
III.2. Operasionalisasi Variabel.....	III-4
III.3. Pengumpulan Data	III-6
III.3.1. Penyusunan Kuesioner Penelitian	III-6
III.3.2. Uji Pendahuluan Kuesioner (Pre-test).....	III-7
III.3.3. Penyebaran Kuesioner	III-8
III.4. Pengolahan Data	III-9
III.4.1. Profil Responden	III-9
III.4.2. Uji Normalitas Data.....	III-14
III.5. Pengujian Model Penelitian Pada SmartPLS.....	III-16
III.5.1. Evaluasi Model Awal.....	III-16
III.5.2. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	III-18
III.5.3. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	III-21
III.6. Penelitian Faktor dan Variabel Untuk <i>Digital Banking X</i>	III-24
III.7. Penentuan Prioritas Perbaikan.....	III-25
BAB IV ANALISIS.....	IV-1
IV.1. Analisis Model Penelitian	IV-1
IV.2. Analisis Minat Adopsi <i>Digital Banking X</i>	IV-4
IV.3. Analisis Usulan Perbaikan.....	IV-7
IV.3.1. Usulan Perbaikan Untuk Menjaga Kerahasiaan Data Pribadi	IV-8
IV.3.2. Usulan Perbaikan Untuk Menanggulangi Kemungkinan Terjadinya Error.....	IV-11
IV.3.3. Usulan Perbaikan Untuk Meningkatkan Interaksi Pengguna Dengan <i>Digital Banking X</i>	IV-12
IV.3.4. Usulan Perbaikan Untuk Mempermudah Pengguna Dalam Menguasai Aplikasi Digital Bank X	IV-15
IV.3.5. Rekapitulasi Hasil Usulan	IV-16
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	V-1
V.1. Kesimpulan	V-1
V.2. Saran	V-2

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Alasan Responden Menggunakan <i>Digital Banking</i>	I-10
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel.....	III-4
Tabel III.2 Hasil Pengujian Normalitas Data.....	III-15
Tabel III.3 Pengujian <i>Outer Loading</i>	III-19
Tabel III.4 Iterasi Penghapusan Indikator.....	III-20
Tabel III.5 Pengujian <i>Fornell-Lacker</i>	III-21
Tabel III.6 Pengujian <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	III-22
Tabel III.7 <i>T Statistics dan P-Value</i>	III-22
Tabel III.8 Pengujian <i>Coefficient of Determination (R²)</i>	III-24
Tabel III.9 Rata-Rata Variabel dan Indikator	III-25
Tabel IV.1 Rata-rata Indikator	IV-7
Tabel IV.2 Rekapitulasi Hasil Usulan	IV-17

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Pertumbuhan Penetrasi <i>Smartphone</i>	I-2
Gambar I.2 Data Jumlah Akun Rekening di Indonesia	I-4
Gambar I.3 Total Transaksi Layanan Perbankan	I-5
Gambar I.4 Jumlah Pengguna Aktif Bulanan <i>Digital Banking</i> Indonesia.....	I-6
Gambar I.5 Hasil Survei Potensi Perbankan Digital	I-6
Gambar I.6 <i>Digital Banking</i> Paling Dikenal Konsumen Indonesia	I-8
Gambar I.7 Pengetahuan Mengenai <i>Digital Banking</i>	I-10
Gambar I.8 Metodologi Penelitian	I-17
Gambar II.1 Technology Acceptance Model	II-7
Gambar II.2 Model UTAUT	II-8
Gambar II.3 Model Diffusion of Innovation	II-9
Gambar II.4 Model Penelitian Abrahao et al. (2016)	II-10
Gambar II.5 Model Penelitian Afifah (2021)	II-11
Gambar II.6 Teknik Sampling.....	II-12
Gambar II.7 <i>Importance Performance Matrix Analysis</i>	II-21
Gambar III.1 Model Penelitian.....	III-2
Gambar III.2 Jenis Kelamin Responden.....	III-10
Gambar III.3 Umur Responden	III-10
Gambar III.4 Tempat Tinggal Responden	III-11
Gambar III.5 Pekerjaan Responden.....	III-12
Gambar III.6 Pendidikan Terakhir Responden	III-12
Gambar III.7 Kegiatan Perbankan Responden.....	III-13
Gambar III.8 Digital Bank Yang Digunakan Responden.....	III-14
Gambar III.9 Model Penelitian Awal	III-17
Gambar III.10 Model Penelitian Akhir.....	III-23
Gambar III.11 Prioritas Perbaikan	III-26
Gambar IV.1 Usulan Perjanjian Kerahasiaan Data	IV-9
Gambar IV.2 <i>Live Chat</i>	IV-10
Gambar IV.3 Contoh <i>Error</i> Saat Registrasi	IV-11
Gambar IV.4 <i>Capaign</i> Gojek.....	IV-13

Gambar IV.5 Contoh Maskot.....	IV-14
Gambar IV.6 Contoh <i>Journey Tour</i>	IV-16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian	A-1
Lampiran B Data Profil Responden	B-1

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai pendahuluan yang terdiri dari tujuh subbab yang menjelaskan mengenai langkah awal untuk dilakukannya penelitian. Subbab tersebut antara lain latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penelitian. Berikut merupakan penjelasan berdasarkan masing-masing subbab.

I.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, era globalisasi dan perkembangan teknologi pada revolusi industri 4.0 membuat persaingan bisnis terus berkembang sehingga menciptakan inovasi atau sesuatu yang baru. Hal tersebut perlu dilakukan untuk mendukung serta memudahkan manusia dalam menjalani aktivitas sehari-harinya. Dengan begitu, pekerjaan yang dilakukan dapat menjadi cepat, praktis, efektif, serta efisien. Salah satu contoh dalam perkembangan teknologi yang besar manfaatnya dirasakan oleh masyarakat adalah penggunaan *smartphone* untuk menunjang kegiatan sehari-hari.

Perkembangan teknologi tersebut disambut hangat oleh semua kalangan masyarakat, bukan hanya dari pihak konsumen tetapi juga pemerintah dan para pelaku bisnisnya. Dalam aktivitas perekonomian, dunia perbankan menjadi salah satu bisnis yang turut merasakan manfaat dari adanya perkembangan teknologi informasi, yaitu dapat membuat pelayanan kepada para nasabahnya menjadi lebih mudah. Ini merupakan kesempatan emas bagi dunia perbankan untuk melangkah maju dengan memberikan pelayanan yang tidak hanya menawarkan kecepatan, tetapi juga kemudahan serta kenyamanan untuk para nasabahnya dalam melakukan transaksi keuangan ataupun non keuangan secara *online* tanpa mengharuskan nasabahnya untuk datang dan mengantri di bank (Rema & Setyohadi, 2016). Hal tersebut berbanding lurus dengan pengguna jaringan internet melalui *smartphone* yang memberikan jangkauan sistem keuangan melalui layanan keuangan digital. Dengan adanya bantuan jaringan internet, dapat

memungkinkan keberlangsungan layanan perbankan secara mandiri atau yang dikenal juga dengan istilah layanan perbankan digital (*digital banking*). Selain dari sisi bank, manfaat juga pastinya dirasakan oleh pemerintah (Putri, 2021).

Kecepatan dan kenyamanan transaksi *online* tersebut membuat masyarakat menjadi lebih mudah dalam melakukan transaksi jual beli sehingga akan membuat roda perekonomian berputar lebih baik lagi. Seperti yang diketahui bahwa pertumbuhan ekonomi di Indonesia saat ini masih ditopang oleh konsumsi masyarakat. Selain itu, bukan hanya dari sektor transaksi, dengan kemudahan kegiatan perbankan secara *online*, dapat meningkatkan pula aktivitas investasi oleh masyarakat, terutama generasi milenial. Sektor investasi ritel yang naik tersebut pun pastinya juga akan berdampak bagi negara dari sisi pertumbuhan ekonomi negara hingga pemasukan negara melalui pajak.

Pada Gambar 1 akan dipaparkan hasil studi mengenai potensi serta penetrasi penggunaan *smartphone* dan internet di Indonesia serta kaitannya dengan penggunaan kegiatan perbankan. Berdasarkan kajian dibawah menunjukkan bahwa pengguna *smartphone* memiliki peningkatan yang cukup besar yaitu sebesar 37% dari tahun 2014 hingga 2018. Penggunaan *smartphone* sangat melekat pada masyarakat dari berbagai generasi, mulai dari generasi *baby boomers* hingga generasi Z . Selain itu, adanya digitalisasi berdampak pada semua sektor termasuk dunia perbankan keuangan, dimana dapat dilihat dari adanya peningkatan pada jumlah *savings account user*, *internet / mobile banking user*, hingga *Digital Banking user*.



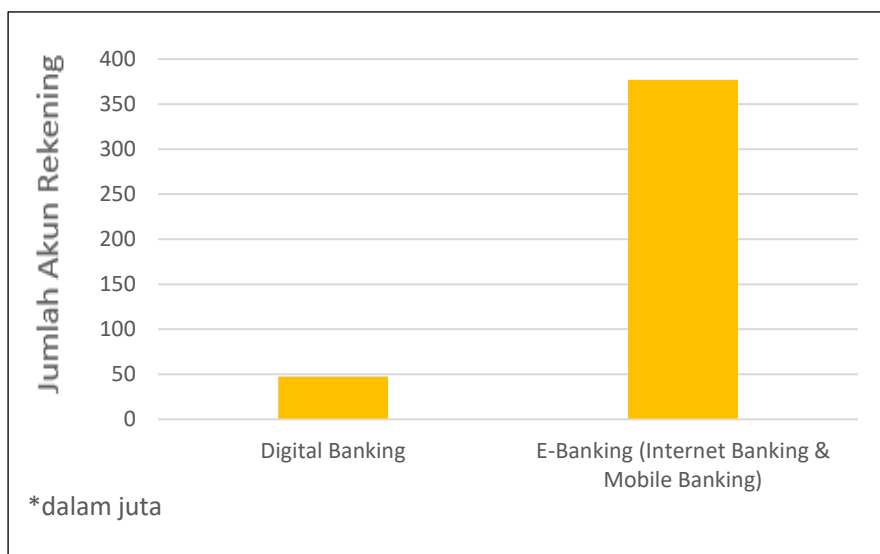
Gambar I.1 Pertumbuhan Penetrasi *Smartphone*
 (Sumber : Penetration Growth in Past 5 Years Sumber : Jenius Financial Study)

Saat ini, sudah banyak lembaga keuangan di Indonesia yang mulai menerapkan sistem bank secara *online* yang bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Berdasarkan peraturan Otoritas Jasa keuangan atau OJK yang tertera pada nomor 12/POJK.03.2018 terkait penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum, perbankan digital (*digital banking*) adalah suatu layanan perbankan elektronik yang dibuat untuk bisa memaksimalkan pemanfaatan data nasabah dalam upaya melayani nasabah secara lebih mudah, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, sehingga dapat dilakukan secara mandiri dengan tetap memperhatikan aspek keamanan. Menurut Tavaga (2021), *Digital Banking* adalah otomatisasi seluruh layanan perbankan konvensional dengan menggantikan kehadiran fisik bank sehingga dapat menghilangkan nasabah untuk mengunjungi kantor cabang bank. Hal tersebut artinya mendigitalisasi semua operasi bank baik operasi inti dari suatu layanan perbankan ataupun non-inti.

Menurut Hidayati (2020), terdapat perbedaan layanan yang diberikan *digital banking* dengan *internet banking* ataupun *mobile banking*. Pada layanan *internet banking* ataupun *mobile banking*, tidak semua layanan dapat dilakukan secara *online* dan masih mengharuskan nasabah untuk datang ke cabang. Layanan *mobile banking* sejatinya adalah kegiatan perbankan konvensional yang dijadikan secara *online* melalui *handphone* nasabah. Seperti contohnya adalah kegiatan pembukaan rekening ataupun penutupan rekening, dimana pada layanan perbankan digital (*digital banking*) bisa dilakukan secara *online* tanpa harus datang ke kantor cabang (Cermati, 2021). Perbedaan lainnya adalah fitur-fitur yang ditawarkan, dimana terdapat fitur-fitur tambahan yang ditawarkan oleh *digital banking* namun tidak terdapat pada *mobile banking* ataupun *internet banking*. Saat ini, terdapat berbagai macam perbankan digital yang hadir di Indonesia, baik itu berasal bank pendatang baru ataupun berasal dari bank yang sudah ada saat ini (*existing bank*).

Namun, perkembangan *Digital Banking* yang ada di Indonesia belum diiringi dengan tingkat adopsi penggunaan yang tinggi pula. Apabila dibandingkan dengan layanan lainnya, saat ini pengguna layanan *Digital Banking* masih jauh lebih rendah. Pada Gambar 3 dipaparkan bahwa per tahun 2021, hanya terdapat 47.722.913 akun rekening *Digital Banking* atau jika dibandingkan dengan jumlah rakyat Indonesia, angka tersebut hanya sekitar 25% dari total seluruh rakyat

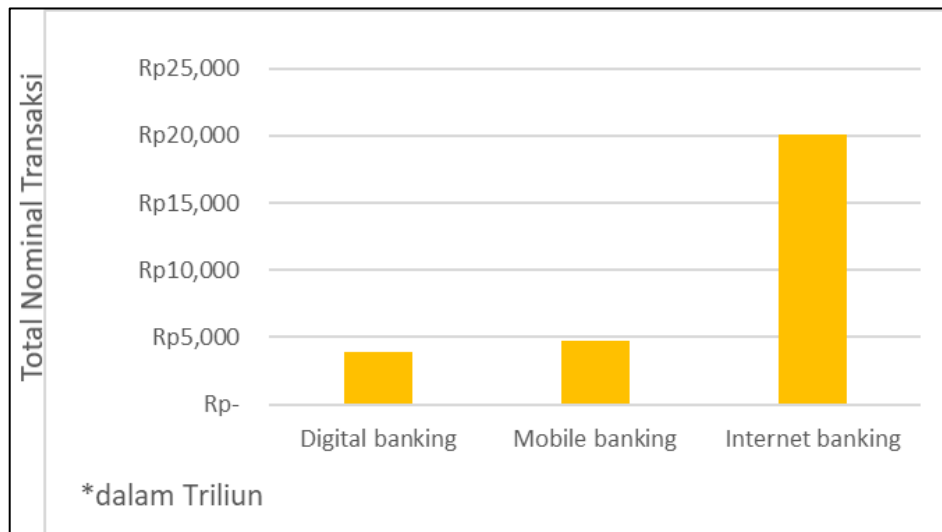
Indonesia. Berbeda dengan layanan *mobile banking* dan *internet banking*, dimana pada tahun 2021, terdapat 337 juta akun rekening yang terdaftar pada layanan *e-banking* yang terdiri dari *mobile banking* dan *internet banking* (IDXChannel, 2021). Selain itu, apabila dari dilihat dari nominal transaksinya, menurut Deputi Komisioner Pengawas Perbankan I OJK, Teguh Supangkat (2021), pada tahun 2021 total transaksi melalui *mobile banking* adalah sebesar 4.684 Triliun Rupiah dan transaksi melalui *internet banking* sebesar 20.096 Triliun Rupiah. Hal tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah transaksi melalui layanan *Digital Banking* yang hanya sebesar 3.877,3 Triliun Rupiah.



Gambar I.2 Data Jumlah Akun Rekening di Indonesia

(Sumber : idxchannel.com/banking/transaksi-mobile-dan-internet-banking-melonjak-300-persen-di-2021)

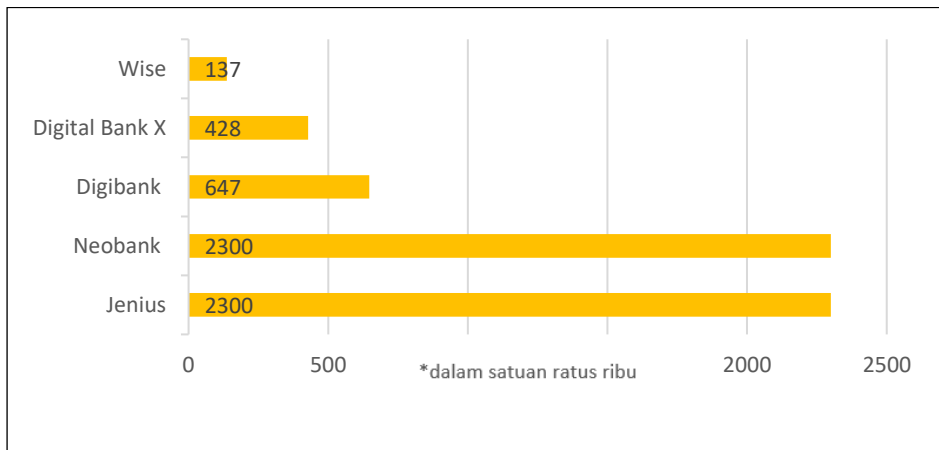
Berdasarkan Gambar I.2 terlihat bahwa terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara jumlah pengguna *Digital Banking* dengan pengguna *internet banking* ataupun *mobile banking*. Rendahnya jumlah pengguna *Digital Banking* berbanding lurus dengan data total nominal transaksi, dimana layanan *Digital Banking* menghasilkan total nominal yang paling rendah. Pada Gambar 3 akan dipaparkan grafik nominal total transaksi masing-masing layanan per tahun 2021.



Gambar I.3 Total Transaksi Layanan Perbankan

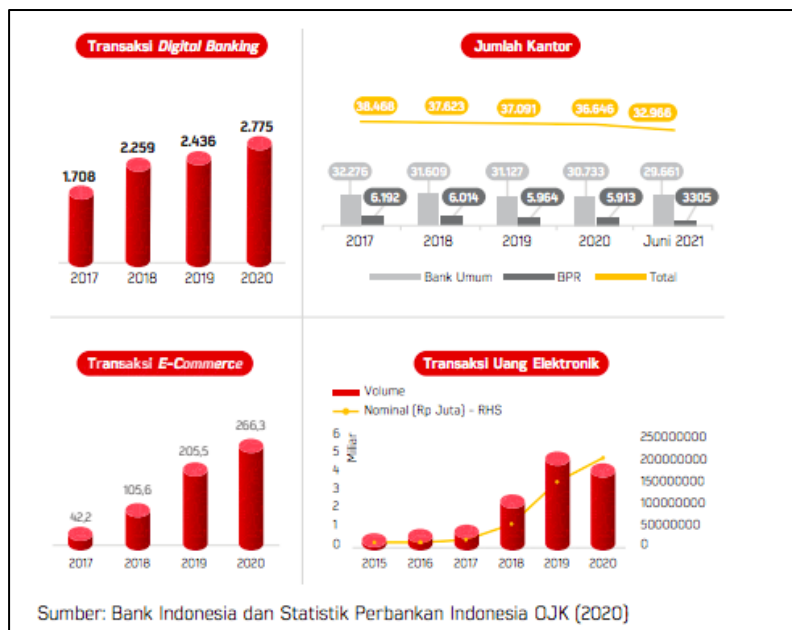
(Sumber : republika.co.id/berita/ekonomi/keuangan/r1ko2j370/ojk-catat-transaksi-mobile-banking-capai-rp-4684-t)

Saat ini, terdapat berbagai macam jenis bank yang menghadirkan layanan *Digital Banking* yang ada di Indonesia, antara lain Jenius (Bank BTPN), Jago (Bank Jago), Digibank (Bank DBS), *Digital Banking X* (Bank X), Blu (Bank BCA), Seabank (Sea Group), Permata Me (Bank Permata), D-Save (Bank Danamon), hingga Line Bank (Hana Bank). Dari sekian banyak layanan *Digital Banking* yang ada di Indonesia saat ini, pada Gambar 4 akan dipaparkan statistik mengenai jumlah pengguna aktif bulanan layanan *Digital Banking* yang ada di Indonesia. Jumlah pengguna aktif bulanan dari layanan *Digital Banking* dibawah ini akan memberikan gambaran mengenai persebaran jumlah pengguna *Digital Banking* yang ada di Indonesia saat ini. Di antara bank penyedia layanan *Digital Banking* tersebut, jumlah rekening terbanyak di Indonesia per tahun 2021 ini adalah Jenius oleh Bank BTPN, dengan jumlah pengguna aktif bulannya mencapai 2,3 juta rekening aktif. Sementara itu, Bank X berada diposisi keempat dengan pengguna sebanyak 428.000 nasabah.



Gambar I.4 Jumlah Pengguna Aktif Bulanan *Digital Banking* Indonesia (Sumber: databoks.katadata.co.id/datapublishembed)

Berdasarkan data di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa adopsi penggunaan *Digital Banking* masih rendah. Hal tersebut turut sejalan dengan apa yang dihadapi oleh *Digital Banking X*, dimana adopsi penggunaannya masih rendah dibandingkan bank-bank lainnya. Hal tersebut juga didukung dengan data yang didapat dari Bank X, per bulan Februari 2022, performansi *Digital Banking X* hanya mencapai 80% dari target bulan tersebut. Hal tersebut mendukung pernyataan bahwa saat ini adopsi dari layanan *Digital Banking X* masih rendah. Namun, di sisi lain terdapat potensi pertumbuhan *Digital Banking* yang memiliki prospek pertumbuhan sangat cerah.



Sumber: Bank Indonesia dan Statistik Perbankan Indonesia OJK (2020)

Gambar I.5 Hasil Survei Potensi Perbankan Digital (Sumber : cnbcindonesia.com/semua-bakal-digital-begini-masa-depan-perbankan-ri/)

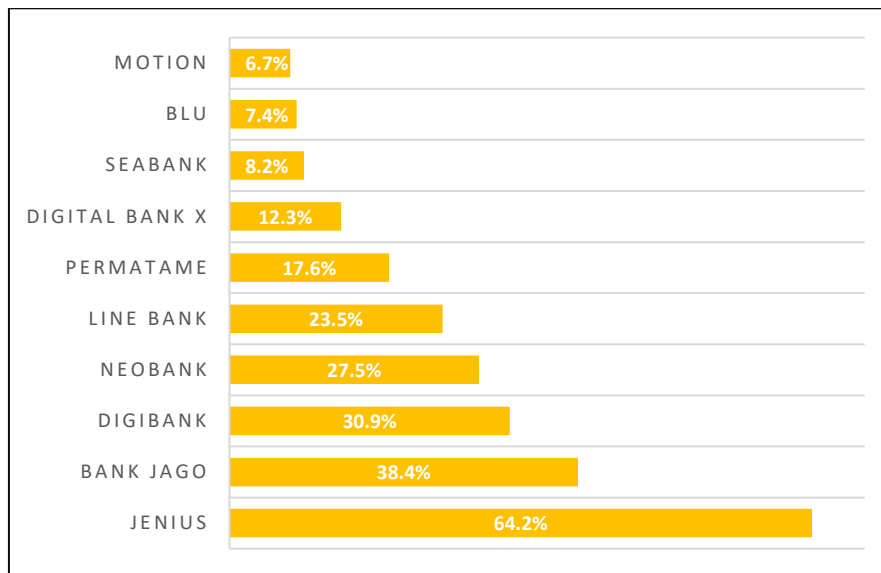
Berdasarkan hasil survei pada Gambar 4 oleh Tim Riset CNBC, dapat dilihat terdapat tren positif yaitu berupa kenaikan jumlah transaksi perbankan digital dari tahun ke tahunnya. Potensi *Digital Banking* yang bergerak keatas tersebut turut didorong oleh peningkatan transaksi *online* yang dilakukan pada berbagai macam *e-commerce* di Indonesia. Maka dari itu, dapat dilihat pula bahwa transaksi uang elektronik pun mengalami peningkatan. Namun, berdasarkan dari data hasil survei tersebut, penurunan malah terjadi pada jumlah kantor cabang perbankan yang ada di Indonesia. Hal tersebut menjadi indikasi bahwa masyarakat saat ini sudah cenderung menikmati layanan perbankan secara digital dibandingkan datang ke kantor cabang bank untuk melakukan kegiatan keuangan.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan di atas, dapat dilihat bahwa masalah yang ada saat ini adalah adopsi penggunaan layanan *Digital Banking* yang masih rendah. Selain itu, dari persebaran data jumlah pengguna aktif bulanan *Digital Banking*, jumlah pengguna *Digital Banking X* masih rendah. Padahal, proyeksi pertumbuhan *Digital Banking* untuk tahun ke depan memiliki prospek yang tinggi dan menjanjikan. Maka dari itu melalui pendekatan adopsi minat penggunaan *Digital Banking*, diperlukan penelitian agar mengetahui faktor apa yang memengaruhi minat adopsi penggunaan *Digital Banking*. Penelitian ini akan difokuskan kepada *Digital Banking X* yang mana memiliki jumlah pengguna masih rendah. Harapannya, penelitian ini akan menghasilkan rekomendasi agar *Digital Banking X* dapat meningkatkan jumlah penggunanya.

I.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Untuk mengetahui penyebab rendahnya jumlah pengguna layanan *Digital Banking X*, dilakukan identifikasi masalah melalui wawancara dengan pihak dari Bank X, selaku bank yang menjalankan layanan *Digital Banking X*. Menurut pihak Bank X, rendahnya jumlah pengguna disebabkan oleh umur layanan *Digital Banking X* yang masih muda. Layanan *Digital Banking X* lahir pada pertengahan tahun 2020 sehingga hingga saat ini, *Digital Banking X* baru berumur kurang lebih 2 tahun. Hal tersebut membuat belum semua kalangan masyarakat mengenal apa itu layanan *Digital Banking X*. Untuk mencari tahu bagaimana kondisi di masyarakat mengenai seberapa dikenalnya Bank X, pada Gambar 5 dibawah ini

diberikan data pengenalan masyarakat terhadap *Digital Banking* yang ada di Indonesia.



Gambar I.6 *Digital Banking* Paling Dikenal Konsumen Indonesia

(Sumber : katadata.co.id/intan/finansial/620bacdf09883/10-bank-digital-ini-paling-dikenal-masyarakat-indonesia)

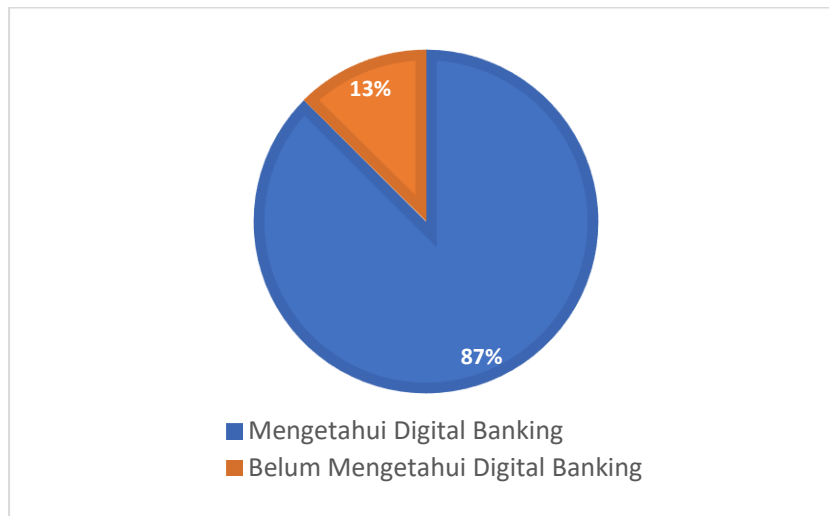
Berdasarkan data pada Gambar 5, terdapat beberapa *Digital Banking* yang saat ini sudah diketahui oleh masyarakat. Bank yang menempati urutan teratas atau dengan layanan *Digital Banking* terpopuler saat ini adalah Bank Jenius oleh Bank BTPN. 64,2% dari responden mengatakan mengetahui Jenius sebagai salah satu *Digital Banking* yang ada di Indonesia. Sementara itu, *Digital Banking X* berada di urutan ke 7 dengan hanya sebesar 12,3% dari total responden mengetahui adanya layanan *Digital Banking X*.

Pihak Bank X juga mengatakan bahwa faktor yang memengaruhi rendahnya penggunaan layanan *Digital Banking X* saat ini di Indonesia adalah faktor kepercayaan nasabah terhadap bank yang dipilihnya. Kepercayaan seorang nasabah untuk menggunakan bank tersebut sebagai tempat penyimpanan uang dapat disebabkan oleh seberapa besar bank tersebut di Indonesia. Walaupun suatu perbankan sudah pastinya sudah dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LSI), namun faktor kepercayaan seorang nasabah akan bertambah apabila bank tersebut memiliki aset yang besar juga di Indonesia. Saat ini, Bank X masuk pada KBMI 3 yang artinya modal inti dari Bank X tergolong menengah.

Selain itu, pihak Bank X juga menduga rendahnya pengguna layanan *Digital Banking X* berdasarkan faktor *benefit* atau keuntungan yang didapatkan. Keuntungan yang didapatkan dalam dunia perbankan disini adalah besaran bunga yang didapatkan. *Digital Banking X* saat ini memberikan bunga sebesar 3,5% untuk rekening tabungan dan untuk rekening deposito sebesar 3,88%. Besaran bunga tersebut apabila dikomparasi dengan bank lainnya bukanlah merupakan tergolong besar.

Hingga saat ini, upaya yang dilakukan oleh Bank X untuk meningkatkan jumlah pengguna layanan *Digital Banking*-nya adalah mengadakan kerja sama dengan berbagai belah pihak. Kerja sama atau kegiatan *partnership* Bank X saat ini sudah merambah kebanyakan industri yang ada di Indonesia, mulai pembelanjaan *online (e-commerce)*, *food and beverage*, *groceries*, hingga industri hiburan. Namun, *channel* yang didapatkan dari kerja sama tersebut belum dirasa cukup dalam upaya meningkatkan pengguna layanan *Digital Banking X*.

Selain data wawancara yang dilakukan kepada pihak Bank X selaku pemilik permasalahan, selanjutnya untuk mendapatkan gambaran dan pendapat dari masyarakat mengenai *Digital Banking*, dilakukan pula identifikasi masalah dengan cara menyebarkan survei pengetahuan mengenai *digital banking* dan juga wawancara kepada masyarakat. Survei dilakukan secara daring menggunakan *platform Google Form* dan didapat total 30 responden. Berdasarkan 30 responden tersebut, menghasilkan 20 responden sudah menggunakan *digital banking* dan 10 responden belum menggunakan *digital banking*. Kemudian, dari seluruh responden, dilakukan survei apakah responden mengetahui mengenai apa itu *digital banking* atau belum. Pertanyaan ini ditanyakan kepada seluruh responden karena tidak menutup kemungkinan bahwa responden mengetahui *digital banking* namun tidak menggunakannya. Dari total 30 responden tersebut, dapat dilihat pada Gambar 1.7, diketahui bahwa 3 orang (13%) belum mengetahui apa itu *digital banking* serta perbedaan dengan layanan lainnya. Dengan begitu, berdasarkan hasil survei, walaupun belum memiliki rekening *digital banking*, mayoritas masyarakat sudah memiliki pengetahuan atau mengetahui mengenai *digital banking*.

Gambar I.7 Pengetahuan Mengenai *Digital Banking*

Kemudian, wawancara dilanjutkan kepada masyarakat pengguna *Digital Banking* untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang dipertimbangkan untuk menggunakan *Digital Banking* dan tidak ingin menggunakannya. Wawancara dilakukan kepada 30 responden yang terdiri dari masyarakat yang berada di rentang umur dewasa (21 tahun keatas) dan sudah memiliki rekening bank konvensional sebelumnya. Dari 30 responden tersebut terbagi menjadi 20 responden dengan pertanyaan alasan beralih menggunakan layanan *Digital Banking*, dan 10 responden lainnya mengenai alasan tidak menggunakan layanan *Digital Banking*. Berdasarkan hasil wawancara dengan para pengguna *Digital Banking*, terdapat beberapa faktor utama yang digunakan untuk beralih menggunakan layanan tersebut. Berikut merupakan faktor-faktor yang didapatkan dari hasil wawancara.

Tabel I.1 Alasan Responden Menggunakan *Digital Banking*

No	Alasan	Frekuensi
1	Bunga yang lebih besar	4
2	Transaksi menjadi lebih efektif dan efisien	4
3	Fleksibilitas tidak perlu ke cabang	3
4	Tidak terdapat biaya admin, transfer	2
5	Kemudahan dalam mengatur keuangan	2
6	Promo dan benefit dalam bertransaksi yang ditawarkan	2
7	Kepercayaan terhadap bank yang digunakan	1
8	Lingkungan pembayaran digital yang mendukung (<i>e-wallet</i> , <i>QR payment</i> , dll)	1
9	Tampilan menarik dan interaktif	1

Pada Tabel I.1 di atas, dipaparkan hasil wawancara terhadap 20 responden pengguna layanan *Digital Banking*. Terdapat beberapa faktor yang menjadi alasan untuk masyarakat beralih untuk menggunakan *Digital Banking*. Kemudian, beberapa faktor dan alasan di atas dapat ditarik kesimpulan dan digolongkan ke dalam 5 faktor utama, yaitu kegunaan dalam memenuhi kebutuhan nasabah, kemudahan penggunaan, pengaruh lingkungan / ekosistem sekitar, adanya pengaruh kepercayaan terhadap bank, dan yang terakhir adalah fasilitas serta fitur yang ditawarkan. Kemudian selain faktor yang dapat membuat masyarakat ingin menggunakan *Digital Banking*, selanjutnya pada Tabel 2 akan dipaparkan alasan yang didapat sehingga masyarakat tidak memiliki keinginan untuk menggunakan layanan *Digital Banking*.

Tabel I.2 Alasan Responden Tidak Menggunakan *Digital Banking*

No	Alasan	Frekuensi
1	Keamanan yang dirasa belum terjamin	4
2	Tidak terampil menggunakan teknologi	3
3	<i>Smartphone</i> yang tidak <i>support</i> untuk aplikasi <i>Digital Banking</i>	2
4	Hanya bergantung pada lokasi dengan jaringan signal yang baik	1

Berdasarkan Tabel I.2 di atas, terdapat 4 alasan masyarakat untuk masih belum menggunakan layanan dari *Digital Banking*. Dari 10 responden, alasan terbanyak untuk belum menggunakan *Digital Banking* adalah sistem keamanan yang belum sepenuhnya dipercaya oleh masyarakat. Hal tersebut dilatar belakangi oleh kasus-kasus dimana terjadinya pembobolan salah satu bank yang menyediakan layanan *Digital Banking*.

Selain melakukan wawancara terhadap 30 responden di atas, dilakukan juga studi literatur terhadap beberapa jurnal mengenai minat adopsi teknologi *Digital Banking*. Terdapat tiga jurnal yang digunakan antara lain penelitian yang dilakukan oleh Tiong (2020), penelitian yang dilakukan oleh Akmalia et al. (2020), dan penelitian yang dilakukan oleh Afifah (2021). Penelitian pertama dilakukan oleh Tiong (2020) berjudul *factors influencing behavioural intention towards adoption of Digital Banking services in Malaysia*. Terdapat 2 model yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian ini, yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Innovation Diffusion Theory* (ITD) atau yang biasa dikenal juga dengan nama *Diffusion of Innovation Theory* (DOIT). Berdasarkan penelitian ini, didapatkan bahwa variabel *perceived ease of use*, *compatibility*, dan *observability* memiliki

pengaruh yang penting serta signifikan dalam mempengaruhi minat perilaku masyarakat untuk mengadopsi penggunaan *Digital Banking*. Selain itu, pada penelitian ini juga menghasilkan saran nyata, dimana para pelaku dunia perbankan dapat mengaplikasikannya guna meningkatkan *adoption rate* dari layanan *Digital Banking* khususnya bagi pada warga Malaysia.

Penelitian kedua dilakukan oleh Akmalia et al. (2020) yang berjudul analisis tingkat minat adopsi layanan perbankan digital dengan objek studi yaitu *Digital Banking* Jenius oleh Bank BTPN. Dalam penelitian minat adopsi *Digital Banking* ini, model penelitian yang digunakan adalah *Diffusion of Innovation Theory* (DOIT). Berdasarkan model *Diffusion of Innovation Theory* tersebut, peneliti menambahkan satu variabel tambahan yaitu *perceived risk* dengan tujuan melihat pengaruhnya terhadap tingkat adopsi *Digital Banking* Jenius. Kemudian berdasarkan pengujian yang dilakukan maka didapatkan bahwa variabel *relative advantage*, *compatibility*, dan *observability* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat adopsi *Digital Banking* Jenius. Berdasarkan hasil tersebut maka peneliti menyarankan pihak Jenius untuk melakukan pengembangan dan peningkatan layanan yang sesuai dengan kebutuhan para nasabah sehingga dapat mempermudah aktivitas perbankan. Selain itu, variabel *complexity* dan *perceived risk* memiliki pengaruh negatif signifikan, yang mana berdasarkan hasil tersebut peneliti merekomendasikan pihak Jenius untuk menghadirkan layanan yang mudah dipahami serta meningkatkan keamanan dalam bertransaksi.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Afifah (2021) yang berjudul Determinan Minat Nasabah Menggunakan *Digital Banking* Dengan Menggunakan Metode *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Bank Syariah Mandiri Cabang Belitang Tahun 2019 – 2020. Pada penelitian ini, terdapat empat variabel yang akan diteliti, antara lain *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Keempat faktor tersebut berasal dari faktor – faktor yang ada pada metode UTAUT. Kemudian, setelah dilakukan penelitian, didapatkan kesimpulan bahwa faktor *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *Digital Banking*. Sementara faktor *facilitating conditions* tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Digital Banking*.

Berangkat dari pemaparan dan identifikasi yang sudah dilakukan di atas, terdapat beragam faktor yang dapat berpengaruh terhadap minat adopsi *Digital Banking* oleh masyarakat. Maka dari itu, berdasarkan identifikasi masalah awal tersebut kemudian diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi masyarakat untuk mengadopsi penggunaan *Digital Banking*. Dengan begitu, Bank X dapat mengambil langkah yang tepat sasaran dalam usaha meningkatkan jumlah penggunanya atau dengan kata lain nasabah dari Bank X tersebut.

Berdasarkan pemaparan mengenai idenfitikasi masalah di atas, berikut merupakan rumusan masalah yang didapat berdasarkan identifikasi masalah di atas :

1. Apa saja faktor yang dapat memengaruhi minat nasabah dalam mengadopsi *Digital Banking*?
2. Usulan perbaikan apa saja yang dapat diberikan kepada Bank X?

I.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Penelitian yang dilakukan memiliki batasan-batasan masalah serta asumsi yang diberikan. Hal tersebut bertujuan untuk mempermudah proses penelitian sehingga penelitian dapat berjalan lebih lancar. Berikut ini merupakan batasan-batasan yang diambil dalam penelitian ini:

1. Penelitian hanya dilakukan hingga tahap usulan, bukan implementasi.
2. Pengambilan data dilakukan pada bulan Juni 2022 hingga Juli 2022.

I.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki suatu tujuan agar terdapat suatu *goal*/ ataupun arah yang jelas kemana penelitian ini akan dilakukan. Tujuan penelitian ini disusun berdasarkan rumusan masalah yang ada. Berikut merupakan tujuan dari penelitian ini.

1. Mengetahui faktor - faktor yang dapat memengaruhi minat nasabah dalam mengadopsi *Digital Banking*.
2. Memberikan usulan perbaikan kepada Bank X.

I.5. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain bagi perusahaan objek yang dijadikan objek penelitian dan juga bagi pembaca. Berikut merupakan manfaat yang diperoleh dari penelitian ini.

1. Bagi Bank X

Bank X dapat mengetahui faktor-faktor mana saja yang memengaruhi keinginan nasabah untuk memilih layanan *Digital Banking*. Dengan mengetahui faktor tersebut, Bank X dapat melakukan perbaikan dan pengembangan untuk meningkatkan jumlah pengguna dari *Digital Banking X* dimasa yang akan datang.

2. Bagi pembaca

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini bagi para pembaca adalah dapat menjadi referensi untuk penelitian dengan permasalahan serupa. Dengan begitu, model penelitian ini juga dapat dijadikan model pengembangan yang dapat dilakukan pada masa depan jika terdapat permasalahan serupa.

I.6. Metodologi Penelitian

Pada bagian ini akan dibahas mengenai tahapan-tahapan yang dilakukan untuk melakukan penelitian ini. Terdapat 12 tahapan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dan berdampak bagi Bank X. Berikut merupakan masing-masing tahapan dalam metodologi penelitian yang akan dijelaskan pada poin-poin di bawah ini.

1. Penentuan Topik dan Objek Penelitian

Pada tahap pertama ini merupakan tahap dimana melakukan penentuan objek penelitian yang akan diteliti. Topik penelitian kemudian dikaitkan berdasarkan permasalahan yang sedang dialami pada objek penelitian. Topik yang diambil pada penelitian ini adalah minat adopsi penggunaan layanan *Digital Banking*. Sementara objek penelitian yang dipilih adalah layanan *Digital Banking* pada Bank X.

2. Obersevasi Pendahuluan

Pengamatan dilakukan untuk mengetahui bagaimana fenomena layanan *Digital Banking* yang ada di Indonesia saat ini. Setelah mengetahui latar

belakang permasalahan, kemudian observasi dilakukan dengan melakukan wawancara kepada pihak Bank X dan juga kepada beberapa masyarakat. Observasi ini dilakukan untuk memberikan gambaran secara umum terhadap permasalahan yang diteliti.

3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Setelah didapatkannya latar belakang permasalahan, selanjutnya dilakukan identifikasi permasalahan yang ada pada Bank X serta merumuskan permasalahan. Rumusan masalah berguna sebagai dasar dalam menentukan tujuan penelitian.

4. Penentuan Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Selanjutnya dilakukan pengambilan batasan dan asumsi yang digunakan dalam penelitian ini. Batasan dan asumsi disini berguna untuk membatasi cakupan penelitian agar dapat fokus pada permasalahan yang dituju.

5. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penentuan tujuan penelitian dilakukan berdasarkan perumusan masalah yang sudah ditetapkan. Tujuan penelitian akan menjawab pertanyaan dari perumusan masalah yang ada. Kemudian manfaat penelitian ditujukan bagi pihak Bank X dan juga bagi para pembaca.

6. Studi Literatur

Pada tahap ini dilakukan pencarian teori ilmiah serta jurnal yang berfungsi untuk meningkatkan pemahaman mengenai penelitian yang akan dilakukan. Studi literatur dilakukan untuk mengetahui metode apa saja yang ada dan cocok untuk digunakan dalam penelitian ini. Teori ilmiah dan jurnal literatur dapat didapatkan dari beberapa referensi penelitian yang berkaitan dengan minat adopsi *Digital Banking*.

7. Pengembangan Model

Pada tahap ini dilakukan pengembangan model dari adopsi layanan *Digital Banking* berdasarkan studi literatur yang didapat. Model yang digunakan ini merupakan hasil pertimbangan atas faktor-faktor yang diduga mempengaruhi minat adopsi masyarakat terhadap *Digital Banking*.

8. Pengumpulan Data

Dalam tahap pengambilan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner yang telah disusun sebelumnya. Kuesioner tersebut berisikan

pertanyaan mengenai faktor-faktor apa yang menentukan masyarakat dalam mengadopsi penggunaan *Digital Banking*.

9. Pengujian Model Pengukuran

Berdasarkan hasil kuesioner yang didapatkan, kemudian dilakukan pengujian validitas dan reabilitas data. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah data hasil kuesioner tersebut valid atau tidak. Hanya data yang valid akan dapat digunakan dalam pengolahan data karena merepresentasikan kondisi yang sebenarnya terjadi.

10. Pengujian Model Struktural

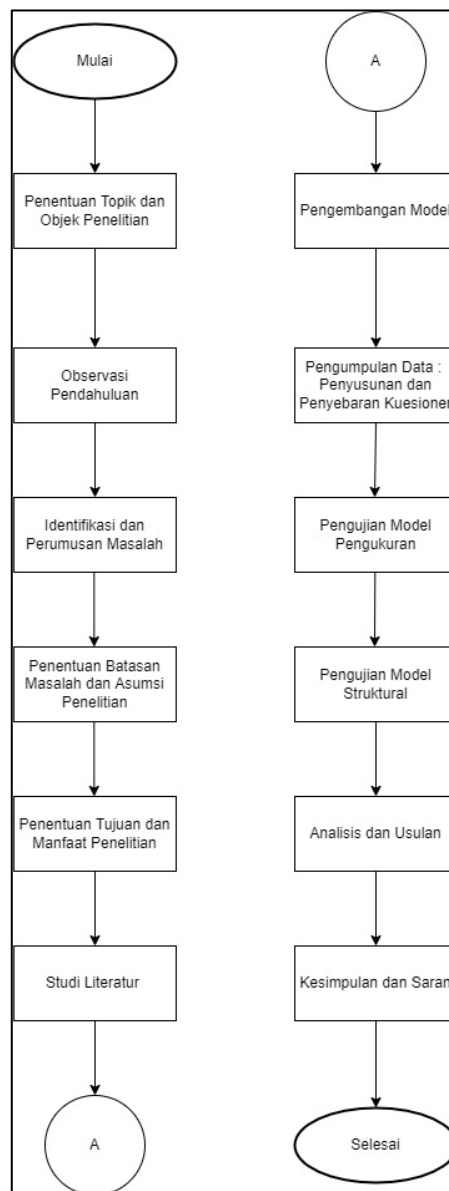
Setelah didapatkan data yang valid dan reliabel, kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan metode terpilih nantinya. Dari pengujian tersebut nantinya dapat dijadikan acuan dalam menentukan variabel dan yang paling berpengaruh terhadap minat adopsi penggunaan *Digital Banking*.

11. Analisis dan Usulan

Berdasarkan hasil pengolahan data, kemudian pada tahap ini dilakukan analisis untuk memberikan informasi mengenai solusi yang tepat dalam mengatasi masalah yang diteliti. Perbaikan-perbaikan tersebut nantinya akan diberikan peneliti kepada pihak Bank X sehingga dapat diimplementasikan di kemudian hari.

12. Kesimpulan dan Saran

Langkah terakhir yang dilakukan adalah melakukan penarikan kesimpulan dari hasil penelitian. Kesimpulan penelitian adalah pembahasan mengenai inti dari penelitian yang dilakukan dan menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan di awal. Sementara saran yang diberikan berisikan mengenai usulan yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya. Saran yang diberikan ditujukan kepada pihak Bank X dan juga pembaca sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.



Gambar I.8 Metodologi Penelitian

I.7. Sistematika Penelitian

Pada bagian ini akan dijelaskan langkah-langkah yang dilakukan dalam penyusunan penelitian ini. Penelitian ini terdiri dari 5 bab. Bab pertama pada penelitian ini adalah bab pendahuluan, dimana berisikan latar belakang dilakukannya penelitian mengenai minat adopsi *Digital Banking X*. Latar belakang pada penelitian ini dikarenakan jumlah pengguna *digital bank* yang saat ini masih rendah apabila dibandingkan dengan *internet banking* dan *mobile banking*. Selain itu, terdapat pula identifikasi masalah, batasan masalah dan asumsi, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metode yang digunakan dalam penelitian ini.

Pada bab II merupakan bagian tinjauan pustaka. Pada bab ini berisikan teori-teori yang menjadi dasar dan mendukung dari permasalahan yang sedang diteliti. Oleh karena itu, pada bab ini terdapat teori-teori mengenai perbankan digital, adopsi teknologi, model UTAUT, metode PLS-SEM serta metode pengumpulan data.

Pada bab III merupakan bagian yang menampilkan pengumpulan dan pengolahan data berdasarkan atribut-atribut yang digunakan. Pada bab ini juga terdapat atribut yang terpilih, skala yang digunakan dalam pengumpulan data, pemilihan metode pengumpulan data, serta pengolahan data yang dilakukan. Pemilihan atribut terpilih juga dipaparkan beserta alasannya mengapa atribut tersebut digunakan maupun dibuang. Kemudian pada bagian pemilihan skala, juga dipaparkan skala yang digunakan. Terdapat juga operasionalisasi variabel yang berisi variabel beserta atribut-atribut yang menyusun variabel tersebut. Lalu kemudian dari hasil pengumpulan data, dilakukan pengolahan menggunakan PLS-SEM yang terdiri dari pengolahan model pengukuran dan model struktural. Kemudian, dari hasil pengolahan data tersebut didapatkan prioritas usulan yang akan diberikan dengan menggunakan metode IPMA.

Pada bab IV akan berisi analisis dan usulan yang akan dibahas lebih detail kembali dari hasil yang didapatkan dari pengolahan data. Analisis disini membahas mengenai pengolahan data berdasarkan evaluasi model pengukuran dan struktural beserta hasil yang didapatkan. Kemudian analisis juga dilakukan dengan mengkomparasi *Digital Bank X* dengan kompetitor lainnya berdasarkan hasil pengumpulan data dari responden. Dan yang terakhir juga dipaparkan analisa terhadap hasil usulan prioritas yang didapatkan dengan menggunakan metode IPMA.

Pada bab V akan dipaparkan kesimpulan dan saran dari penelitian ini. Kesimpulan pada bab ini akan menjawab rumusan masalah yang terdapat pada bab I. Sedangkan saran yang diberikan adalah saran untuk peneliti lanjutan dari penelitian ini. Saran diberikan agar nantinya penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan lebih baik lagi.