

INTISARI

Meningkatnya persaingan industri asuransi jiwa mendorong perusahaan untuk melakukan suatu inovasi, karena inovasi dapat memberikan peluang yang potensial bagi perusahaan. Dalam konteks ini, PT AIA Financial berinovasi dengan meluncurkan aplikasi iMO Smart untuk dapat memudahkan agen dalam mengakses informasi agar lebih sederhana. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi bagaimana tingkat adopsi iMO Smart yang dinilai dari persepsi agen yang diukur dengan kedelapan dimensi model PCI (Schwarz dan Schwarz, 2007), (2) mengidentifikasi pola pemanfaatan iMO Smart yang mencakup sumber informasi dalam pengenalan iMO Smart, lama penggunaan iMO Smart sejak pertama kali diluncurkan, frekuensi penggunaan iMO Smart dalam sehari dan seminggu, fitur yang paling sering digunakan dan dianggap bermanfaat untuk digunakan dari iMO Smart, dan jenis perangkat lunak dan perangkat *mobile* yang digunakan untuk mengoperasikan iMO Smart. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif untuk menjelaskan fenomena yang sedang terjadi. Sampel dalam penelitian ini adalah sejumlah agen yang berkantor di AIA Central. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metoda pengumpulan data dengan survei dengan menggunakan *self-administered survey*. Teknik analisis data yaitu dengan analisis deskriptif.

Kesimpulan dari hasil penelitian yaitu (1) Besaran persepsi agen terhadap penggunaan iMO Smart dimana hasil tingkat persepsi untuk kedelapan dimensi model PCI adalah sedang. Nilai rata-rata tertinggi yaitu keunggulan relatif sedangkan nilai rata-rata terendah yaitu kesukarelaan. (2) Sumber informasi pengenalan iMO Smart pertama kali yaitu berasal dari rekan kerja satu tim *agency*, (3) Mayoritas responden yang menjawab telah mengadopsi iMO Smart lebih dari enam bulan yakni sebesar 47%, (3) Mayoritas agen menjawab penggunaan iMO smart hanya sebanyak nol sampai lima kali dalam sehari dan seminggu. (5) Fitur *customer profile* paling sering digunakan karena memberikan banyak keuntungan bagi agen. (4) Mayoritas responden menjawab menggunakan *smartphone* dengan *software* iOS dalam mengoperasikan iMO Smart.

Kata Kunci: Persepsi Karakteristik Inovasi atau PCI, adopsi teknologi inovasi, aplikasi iMO Smart.

ABSTRACT

Increasing competition in the life insurance industry encourages companies to make an innovation, because innovation can provide potential opportunities for the company. In this context, PT AIA Financial innovates by launching iMO Smart application to make it easier for agents to access information to be simpler. This study aims to (1) identify how the adoption rate of iMO Smart is assessed by agent's perceptions as measured by the eight dimensions of the PCI model (Schwarz and Schwarz, 2007), (2) identify patterns of utilization of iMO Smart which includes the first informationsources of Smart iMO, how long iMO Smart has been used since it was first launched, the frequency of using iMO Smart in a day and a week, the most frequently used feature and is considered useful to use from iMO Smart, and the types of software and mobile devices used to operate iMO Smart. This research uses descriptive research design to explain the phenomenon that is happening. The sample in this study is a number of agents based in AIA Central. Sampling using purposive sampling technique. Methods of collecting data with surveys using self-administered surveys. The data analysis technique is descriptive analysis.

The conclusions from the research results are (1) The magnitude of the agent's perception of the use of iMO Smart where the results of the perception level for the eight dimensions of the PCI model are moderate. The highest average value is relative advantage while the lowest average value is volunteerism. (2) The first source of information on the introduction of iMO Smart is originating from a team member, (3) The majority of respondents who have adopted Smart iMO for more than six months is 47%, (3) The majority of agents answer the use of iMO smart only zero to five times a day and a week. (5) The customer profile feature is used most often because it provides many benefits for the agent. (4) The majority of respondents answered using smartphones with iOS software in operating the iMO Smart.

Key word: Perceived Characteristic of Innovation or PCI, adoption of innovation technology, iMO Smart