

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Studi Sebelumnya

Novitasari, dkk melakukan analisis terhadap kepuasan nasabah sebagai pengguna *mobile banking* pada *Bank Central Asia* atau BCA [14]. Analisis ini dilakukan dengan metode kuantitatif yang menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas layanan yang ada pada aplikasi sangat berpengaruh atas kepuasan nasabah pada aplikasi *mobile banking* di bank BCA. Selain itu, kepuasan nasabah juga dipengaruhi dengan kepercayaan nasabah terhadap suatu produk. Dalam hal ini, *mobile banking* pada bank *central asia* menyediakan informasi keuangan yang lengkap serta akurat dan memiliki tampilan aplikasi yang mudah dipahami juga dipelajari oleh penggunanya.

Aditya Wardhana meneliti mengenai pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan pengguna, yakni nasabah yang ada di Indonesia dengan menggunakan metode kausalitas kuantitatif [15]. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa perbankan di Indonesia telah memiliki fasilitas untuk memenuhi kebutuhan nasabah berdasarkan beberapa unsur kualitas *mobile banking*, yaitu *speed* (kecepatan), *security* (keamanan), *accuracy* (keakuratan), dan disertai *trust* (kepercayaan). Selain kebutuhan, kepuasan nasabah juga dirasakan atas *speed*, *security*, *accuracy*, dan *trust* terhadap layanan *mobile banking* yang ada pada bank-bank di Indonesia.

Rachman, dkk melakukan penelitian mengenai variabel konstruk yang ada pada metode *technology acceptance model* (TAM) yang menjadi pengaruh terhadap kepuasan dan minat penggunaan kembali aplikasi *mobile banking* Bank Kalsel secara terus menerus [16]. Konstruk yang digunakan dalam pengukuran pada penelitian adalah *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) dan *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dalam metode TAM. Dari penelitian ini dihasilkan kesimpulan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* memberikan pengaruh terhadap kepuasan (*satisfaction*). Kepuasan itu sendiri mempengaruhi minat penggunaan aplikasi *mobile banking* secara terus menerus (*intention to reuse*).

Dalam analisis sebelumnya yang dilakukan oleh Oktapian, dkk [10] dengan menggunakan pendekatan TAM yang variabelnya dimodifikasi, diukur minat menggunakan aplikasi Brimo (BRI Mobile). Variabel-variabel ini termasuk *perceived usefulness* yaitu kegunaan yang dirasakan, *perceived ease of use* yaitu kemudahan

penggunaan yang dirasakan, *actual use* yaitu penggunaan aktual, *perceived enjoyment* yaitu kenyamanan yang dirasakan, dan minat menggunakan. Hasil yang diperoleh dari analisis ini adalah *perceived enjoyment* atau kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo dan variabel lainnya tidak berpengaruh secara signifikan, namun tetap memiliki pengaruh terhadap minat untuk menggunakan aplikasi BRImo.

Studi analisis minat penggunaan *mobile banking* yang dilakukan oleh Kurniawati, dkk dilakukan dengan menggunakan pendekatan atau metode *technology acceptance model* (TAM) yang sudah dilakukan modifikasi di dalamnya [8]. Dengan mahasiswa Universitas Jember sebagai responden, dijalankan pengukuran dari konstruk-konstruk yang terdiri dari pengalaman yang dirasakan, kompleksitas, jenis kelamin, kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Dari analisis ini, tampak bahwa pengalaman yang dirasakan, kompleksitas, dan kemudahan mempengaruhi persepsi kegunaan. Kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan mempengaruhi minat dalam perilaku pengguna. Di sisi lain, *gender* atau jenis kelamin tidak berpengaruh pada kegunaan yang dirasakan ataupun kemudahan penggunaan yang dirasakan.

Tabel 2.1 Ringkasan Studi Sebelumnya

No	Penulis	Topik	Metode	Hasil
1	Cynthia Anggraini Novitasari, dkk.	Analisis kepuasan nasabah sebagai pengguna <i>mobile banking</i> pada bank BCA	Kuantitatif	Kualitas layanan serta kepercayaan nasabah sebagai pengguna memiliki pengaruh relevan terhadap kepuasan penggunaannya.
2	Aditya Wardhana.	Pengaruh kualitas layanan <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan yang dirasakan	Kausalitas Kuantitatif	Layanan <i>m-banking</i> pada perbankan di Indonesia telah memberikan kepercayaan kepada nasabah. Nasabah juga

		nasabah di Indonesia		merasa kualitas layanan m-banking memuaskan.
3	Gusti Aditya Rachman, dkk.	Pengaruh variabel atau konstruk pada TAM, yakni persepsi risiko, pengaruh sosial terhadap kepuasan dan penggunaan kembali secara terus menerus aplikasi <i>mobile banking</i> Bank Kalsel.	<i>Technology Acceptance Model</i>	Variabel persepsi risiko, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap kepuasan. Sedangkan variable kepuasan berpengaruh terhadap minat penggunaan Kembali secara terus-menerus.
4	Yeni Oktapian, dkk.	Analisis minat menggunakan aplikasi Brimo dengan pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	<i>Technology Acceptance Model</i>	Variabel persepsi kenyamanan berpengaruh positif secara signifikan; variabel kegunaan yang dirasakan (<i>perceived usefulness</i>), kemudahan penggunaan yang dirasakan (<i>ease of use</i>), dan penggunaan aktual tidak berpengaruh signifikan pada minat penggunanya untuk menggunakan Brimo.
5	Hanif Astika Kurniawati, dkk.	Analisis minat menggunakan <i>mobile banking</i> dengan aplikasi pendekatan	<i>Technology Acceptance Model</i>	Variabel pengalaman, kompleksitas, dan <i>perceived ease of use</i> berpengaruh terhadap kegunaan yang dirasakan,

		<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> yang telah dimodifikasi	Variabel kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan berpengaruh terhadap minat perilaku pengguna. Sedangkan jenis kelamin tidak memiliki andil untuk mempengaruhi kemudahan penggunaan yang dirasakan.
--	--	---	--

2.2. Dasar Teori

2.2.1. *Mobile Banking*

Mobile banking yang biasa disebut m-Banking merupakan sebuah layanan yang diberikan oleh perbankan kepada nasabah dengan basis teknologi informasi. Menurut Wardhana [15], dalam tulisannya dinyatakan bahwa layanan ini (*mobile banking*) memberikan peluang bagi nasabah sebagai penggunanya untuk bertransaksi dalam aktivitas perbankan melalui perangkat elektronik *handphone* dan sejenisnya. Selanjutnya dalam tulisan Kurniawati,dkk [8], *mobile banking* adalah sebuah fasilitas yang disediakan bank dan mengikuti perkembangan teknologi yang ditujukan untuk memberikan manfaat dan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan aktivitas perbankan tanpa batasan ruang dan waktu.

Menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan) [17], *mobile banking* merupakan sebuah servis atau layanan melalui ponsel yang memungkinkan nasabah sebagai pengguna dari bank dalam melakukan transaksi perbankan. *Mobile banking* sendiri memiliki beragam fitur yang dibagi menjadi dua bagian besar, yakni layanan informasi dan layanan transaksi. Pelayanan informasi yang disediakan meliputi mutasi rekening, tampilan saldo, suku bunga, tagihan kartu kredit, dan lokasi bank atau mesin ATM terdekat. Layanan transaksi sendiri meliputi transfer, pembelian, pembayaran tagihan, dan fitur-fitur lainnya.

2.2.2. *Mobile Banking BCA*

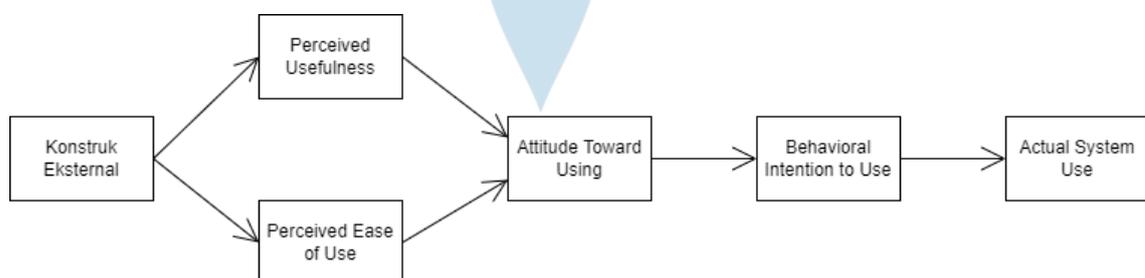
PT. Bank Central Asia atau lebih kerap disebut BCA, merupakan salah satu perusahaan perbankan besar yang ada di Indonesia. Bank yang dikelola oleh

swasta ini, memiliki berbagai fitur untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya, salah satunya ialah *mobile banking* BCA (BCA Mobile). BCA Mobile adalah salah satu produk *banking* yang diluncurkan oleh bank BCA pada proyek pengembangan bisnis produk yang dilakukan pada periode 2000-2005 [18].

BCA Mobile memiliki berbagai macam fitur yang dikembangkan di tahun-tahun berikutnya. Fitur-fitur ini termasuk *cardless transaction* (untuk tarik dan setor tunai), QRIS, BCA *Keyboard*, dan masih banyak lagi. Juga, di aplikasi BCA Mobile, pengguna atau nasabah dapat secara langsung mengakses klik BCA dengan *direct link* yang disediakan di dalam aplikasi. Nasabah juga dapat melakukan pembukaan rekening secara *online* melalui aplikasi Mobile BCA.

2.2.3. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology acceptance model yang biasa disingkat TAM merupakan sebuah model pengukuran yang biasa digunakan untuk mengukur penerimaan sebuah teknologi [19]. Model penerimaan teknologi ini diperkenalkan dan dikembangkan oleh seorang ahli bernama Davis pada tahun 1989 [20]. Dalam model ini terdapat berbagai konstruk penyusun di dalamnya. Konstruk tersebut antara lain adalah konstruk persepsi kemudahan atau *perceived ease of use*, konstruk persepsi kegunaan atau *perceived usefulness*, konstruk sikap penggunaan atau *attitude towards using*, konstruk niat perilaku penggunaan atau *behavioural intention to use*, dan konstruk terakhir yakni konstruk penggunaan sistem sesungguhnya atau *actual system usage*. Pada penelitian ini, ditambahkan dua konstruk tambahan, yakni *trust* atau kepercayaan dan *risk* atau risiko.



Gambar 2.1 *Technology Acceptance Model*

Konstruk-konstruk dalam TAM serta tambahan konstruk *risk* dan *trust* dijelaskan lebih lanjut melalui poin-poin di bawah [21]:

- *Perceived Ease of Use*

Persepsi kemudahan atau kemudahan penggunaan yang dirasakan, merupakan sebuah tingkatan di mana adanya kepercayaan seseorang akan sebuah teknologi atau sistem bahwa sistem tersebut dapat menyediakan kemudahan ataupun tidak memerlukan usaha atau *effort* yang besar dalam melakukan suatu pengerjaan.

- *Perceived Usefulness*

Persepsi kegunaan atau kegunaan yang dirasakan, didefinisikan sebagai sebuah tingkatan di mana adanya kepercayaan seseorang terhadap sistem untuk meningkatkan kinerja ataupun capaian kerja pengguna sistem tersebut.

- *Attitude toward Using*

Sikap terhadap penggunaan, didefinisikan sebagai perasaan pengguna (negatif dan positif) dalam melakukan tindakan yang sebelumnya sudah ditetapkan.

- *Behavioral Intention to Use*

Niat perilaku penggunaan, didefinisikan sebagai sebuah perencanaan tindakan secara sadar untuk melakukan sebuah tindakan terhadap suatu teknologi atau sistem dan memprediksi tingkatan penggunaan teknologi atau sistem tersebut.

- *Actual System Use*

Penggunaan system sesungguhnya, didefinisikan sebagai kondisi riil penggunaan sebuah sistem.

- *Risk*

Risiko didefinisikan sebagai pandangan mengenai ketidakpastian dan beragam konsekuensi yang tidak diinginkan dalam menggunakan sebuah sistem.

- *Trust*

Kepercayaan didefinisikan sebagai sebuah keyakinan terhadap produk atau sistem dalam menyediakan hal yang diharapkan oleh pengguna.