

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Studi sebelumnya

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Indrati dan Saputra [7], tujuan dari penelitian ini menganalisis desain *interface* dan *usability* serta analisis pengaruh jenis kelamin, usia, dan lamanya pengalaman pengguna aplikasi *BCA Mobile Banking* dengan metode *Heuristic Evaluation*. Hasil dari penelitian ini umumnya user memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap aplikasi tersebut. Tingkat kepuasan pengguna dipengaruhi oleh jenis kelamin namun untuk tingkat kepuasan pada desain estetis dan minimalis tidak dipengaruhi oleh jenis kelamin. Tingkat kepuasan pengguna dipengaruhi oleh kelompok usia di mana kelompok usia semakin tua memiliki nilai kepuasan semakin kecil, tingkat kepuasan pengguna dipengaruhi oleh lamanya pengalaman pengguna dalam menggunakan layanan, pengguna yang relatif baru [7].

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aisyah[8], mengidentifikasi pengalaman pengguna yang mengalami kendala dan didukung oleh beberapa review yang menunjukkan ketidakpuasan dalam menggunakan aplikasi Neobank yang berdampak pada penurunan kepuasan pengguna dengan alat ukur *Heart Metrics* dengan metode *importance Performance Analysis (IPA)*. Maka hasil yang didapatkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian dan diagram kartesius, yaitu pengalaman pengguna yang tidak jarang mengalami *error* saat mengoperasikan Neobank dengan tingkat kesesuaian 91.91%.

Penelitian yang dilakukan oleh Nariswari[9], melihat beberapa keluhan pengguna Jenius seperti keluhan terkait lambatnya aplikasi, *Scan QR*, *top up e-wallet*, dan transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna aplikasi Jenius. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *UEQ* untuk mengukur pengalaman pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Jenius sudah cukup baik dalam memenuhi kebutuhan pengguna, akan tetapi masih diperlukan peningkatan untuk kedua skala tersebut.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fergo dan Ratnasari[10], Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi *usability* dan menganalisis *user experience* pada aplikasi *Octo Mobile*, sehingga diharapkan dapat digunakan sebagai acuan

pengembangan aplikasi oleh Bank CIMB Niaga. Responden terdiri dari 39 orang pengguna aplikasi *Octo Mobile*. Pengujian dilakukan dengan cara mewawancarai responden secara langsung dan mengisi kuesioner yang berisi 10 pernyataan. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa aplikasi *Octo Mobile* memiliki *usability* yang dapat diterima oleh pengguna, namun masih perlu dilakukan perbaikan dan ditingkatkan lebih lanjut.

Penelitian oleh Simamora dkk[11], dengan tujuan menentukan tingkatan aspek-aspek pengalaman pengguna. Meskipun SeaBank telah diunduh oleh lebih dari 5 juta pengguna, ditemukan adanya keluhan dari pengguna seperti proses daftar akun yang rumit dan *loading* aplikasi terlalu lama. Tentunya keluhan tersebut mempengaruhi pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi SeaBank. Analisis perbandingan skala tolak ukur menggunakan alat analisis data kuesioner pengalaman pengguna (*UEQ*) menunjukkan bahwa bank digital SeaBank memperoleh nilai di bawah rata-rata. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan pada berbagai aspek dari *UEQ*.

Tabel 2. 1 Studi Sebelumnya

| No. | Nama Peneliti | Tahun | Tujuan | Metode | Hasil |
|-----|---------------------|-------|--|-----------------------------|---|
| 1. | Indrati dan Saputra | 2023 | Tujuan dari penelitian ini untuk mengkaji pengaruh Usia, Jenis kelamin, berapa lama penggunaan serta desain <i>User Interface</i> aplikasi <i>BCA Mobile</i> | <i>Heuristic Evaluation</i> | Hasil dari penelitian ini umumnya user memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap aplikasi tersebut dengan hasil kategori puas. |

| No. | Nama Peneliti | Tahun | Tujuan | Metode | Hasil |
|-----|---------------------|-------|--|----------------------|--|
| 2. | Aisyah | 2023 | Penelitian ini memiliki misi untuk mengetahui hal apa yang akan dititikberatkan untuk pengembangan pada aplikasi Neobank berdasarkan alat ukur <i>HEART Metrics</i> dengan metode yang diimplementasikan adalah <i>Importance Performance Analysis</i> . | <i>Heart Metrics</i> | Perhitungan tingkat kesesuaian dan diagram kartesius, yaitu pengalaman pengguna yang tidak jarang mengalami <i>error</i> saat mengoperasikan Neobank dengan tingkat kesesuaian 91.91%. |
| 3. | Nariswari | 2023 | Tujuan dari penelitian ini untuk evaluasi pengalaman pengguna aplikasi Jenius. Dengan menggunakan metode <i>UEQ</i> . | <i>UEQ</i> | Secara keseluruhan aplikasi Jenius sudah cukup baik dalam memenuhi kebutuhan pengguna, akan tetapi perlu peningkatan pada skala tersebut. |
| 4. | Fergo dan Ratnasari | 2023 | untuk mengevaluasi <i>usability</i> dan menganalisis <i>user experience</i> pada aplikasi <i>Octo Mobile</i> , sehingga diharapkan dapat digunakan sebagai acuan pengembangan aplikasi oleh Bank CIMB Niaga. | SUS | Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa aplikasi <i>Octo Mobile</i> memiliki <i>usability</i> yang dapat diterima oleh pengguna, namun masih perlu dilakukan perbaikan dan ditingkatkan lebih lanjut. |

| No. | Nama Peneliti | Tahun | Tujuan | Metode | Hasil |
|-----|---------------|-------|--|--------|--|
| 5. | Simamora dkk | 2023 | Penelitian ini untuk mengidentifikasi aspek pengalaman pengguna yang perlu ditingkatkan pada aplikasi SeaBank. | UEQ | Diketahui bahwa bank digital SeaBank mendapatkan nilai di bawah rata-rata pada aspek daya tarik (rata-rata 1,13), kejelasan (rata-rata 0,77), efisiensi (rata-rata 0,78), ketepatan (rata-rata 0,83), stimulasi (rata-rata 0,77), dan aspek kebaruan (rata-rata 0,34). Perlu adanya peningkatan pada aplikasi SeaBank. |

2.2. Metode Penelitian

2.2.1 Pengalaman Pengguna

Pengalaman adalah kumpulan peristiwa yang diperoleh seseorang melalui keterlibatan langsung dalam suatu aktivitas atau kejadian. Ini bisa mencakup berbagai hal, seperti pengalaman kerja, perjalanan, atau bahkan interaksi sehari-hari dengan orang lain. Pengalaman sering kali mengajarkan pelajaran berharga dan membentuk cara kita memandang dunia. Pengalaman juga bisa berbeda bagi setiap orang, tergantung pada latar belakang, minat, dan kesempatan yang mereka miliki. Intinya, pengalaman membantu kita tumbuh dan berkembang sebagai individu [12].

Menurut ISO 9241-210, *user experience* atau pengalaman pengguna adalah persepsi seseorang dan responsnya dari penggunaan terhadap sebuah produk, sistem, atau jasa. Serta mencakup semua aspek interaksi pengguna akhir dengan sebuah perusahaan, layanan, dan produknya [13]. Faktor pengalaman pengguna perlu dipertimbangkan karena pengguna dapat menjelaskan bagaimana pengalaman yang mereka rasakan dalam menggunakan suatu sistem, seberapa baik sistem tersebut mewujudkan tujuan, seberapa paham mereka mengetahui cara kerja sistem dan bagaimana perasaan pengguna dalam menggunakan suatu sistem [14].

2.2.2. Aplikasi Bank Digital

Bank digital ini memiliki fungsi dan peran untuk menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha perbankan melalui saluran elektronik, seperti internet, aplikasi *Mobile*, atau *website*. Aplikasi bank digital adalah platform perbankan yang berbasis elektronik, memungkinkan pengguna untuk mengakses dan mengelola berbagai layanan perbankan melalui perangkat digital seperti ponsel, tablet, atau komputer. Dengan aplikasi ini, pengguna dapat melakukan berbagai transaksi seperti transfer uang, pembayaran tagihan, pembukaan rekening, dan pengajuan pinjaman tanpa harus mengunjungi kantor cabang fisik serta aplikasi bank digital dirancang untuk memberikan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan. Pada negara lain telah menerapkan peluang ini sedangkan di Indonesia menjadi negara Asia dengan tingkat adopsi digital banking kedua tertinggi menurut survei McKinsey tahun 2018[15].

2.2.3. Livin' By Mandiri

Livin' by Mandiri adalah sebuah aplikasi yang dikembangkan oleh Bank Mandiri untuk memenuhi berbagai kebutuhan finansial dan gaya hidup pengguna. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuka rekening secara *online*, melakukan transaksi, dan mengakses berbagai layanan keuangan dengan mudah. Livin' by Mandiri juga memberikan kemudahan dalam berbagai aspek keuangan, seperti pembayaran tanpa kartu, manajemen investasi, transfer lintas mata uang, penarikan tunai tanpa kartu, dan banyak fitur lainnya yang memudahkan pengguna dalam mengelola keuangan mereka[16].

2.2.4. Google's Heart Framework

Google's Heart Framework yaitu alat ukur komplementer berdesain *user-centered focused* merupakan kerangka kerja dari pengalaman yang dirasakan pengguna yang berdasar pada *user-centered metrics* Google[17]. Kenny Rodden, menciptakan *Heart Framework* saat kepemimpinannya pada *quantitative team research* bidang *user experience* di Google. HEART terdiri atas 5 variabel yaitu *Happiness, Engagement, Adoption, Retention* dan *Task Success* yang bertujuan mendukung pengambilan keputusan atas pengembangan sebuah produk atas dasar kebutuhan pengguna[18]. Dalam penggunaan *Google's Heart Framework* proses yang terstruktur digunakan dalam mengatur variabel yang harus dipertimbangkan dalam melakukan evaluasi[19]. Sub-variabel yang digunakan pada *Google's Heart Framework* yaitu :

1. **Happiness :**

melibatkan aspek subjektif dari pengalaman pengguna, seperti tingkat kepuasan, daya tarik visual, kemungkinan merekomendasikan, dan persepsi kemudahan penggunaan saat menggunakan suatu produk atau layanan.

2. **Engagement :**

Variabel ini mengacu pada seberapa banyak pengguna terlibat dengan produk, sering kali dilihat dari segi frekuensi, intensitas, atau kedalaman interaksi dalam periode waktu tertentu.

3. **Adoption :**

Fokus variabel ini pada evaluasi penggunaan produk dan fitur baru dengan melihat seberapa sering pengguna menggunakan produk dalam jangka waktu tertentu.

4. Retention :

Digunakan untuk mengetahui jumlah pengguna dari suatu periode waktu dan melihat apakah pengguna masih menggunakan produk pada periode waktu berikutnya.

5. Task Success :

Evaluasi keberhasilan dalam menyelesaikan tugas dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti efisiensi (waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas), efektivitas (persentase tugas yang berhasil diselesaikan), dan tingkat kesalahan yang terjadi.

Tabel 2. 2 Goals-Signals-Metrics

| | Goals | Signals | Metrics |
|---------------------|---|---|--|
| Happiness | Menentukan tujuan untuk setiap variabel yang diukur menggunakan <i>Google's Heart Framework</i> | Perilaku <i>User</i> yang menunjukkan bahwa <i>goals</i> yang telah ditentukan tercapai untuk setiap variabel | Menerjemahkan <i>signals</i> menjadi matriks agar mudah dipahami |
| Engagement | | | |
| Adoption | | | |
| Retention | | | |
| Task Success | | | |