

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bank

2.1.1 Pengertian Bank

Menurut Undang – Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, pada pasal 1 menjelaskan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Menurut (Zain & Akbar, 2020) Bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan yang umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai *banknote*.

Maka dapat disimpulkan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit. Tujuannya adalah untuk mendukung aktivitas ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara umum.

2.1.2 Fungsi Bank

Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki fungsi secara spesifik, yakni:

1. *Agent of Trust*

Agent of trust yang artinya pembawa kepercayaan, bank dinilai sebagai lembaga yang mengandalkan kepercayaan sebagai kunci dan dasar utama kegiatan perbankan. Dapat dikatakan, kepercayaan tersebut berupa keyakinan masyarakat yang menitipkan dana pada bank yang dapat mengambil uang tersebut sewaktu-waktu tanpa adanya masalah, tanpa adanya ketakutan bank tersebut akan bangkrut, dan lain sebagainya, sehingga nasabah dapat menarik dana kapan pun dan dimana pun. Begitu pun untuk jenis layanan pinjaman yang diberikan oleh bank pada nasabah, juga didasarkan pada asas kepercayaan.

2. *Agent of Development*

Bank disebut-sebut sebagai *agent development* lantaran mampu memberikan kegiatan yang memungkinkan masyarakat untuk melakukan investasi, distribusi, konsumsi atau jasa yang menggunakan uang sebagai mediana. Semua kegiatan perbankan tersebut tentunya akan memengaruhi pembangunan perekonomian masyarakat. Seperti diketahui, sektor riil dan sektor moneter adalah dua sektor yang saling memengaruhi satu sama lain. Jika salah satu sektor kurang baik, maka hal ini akan memengaruhi sisi lainnya pula.

3. *Agent of Service*

Seperti yang semua orang ketahui, bank menawarkan berbagai jasa keuangan pada masyarakat seperti jasa penyimpanan dana, jasa pemberian pinjaman, dan lain sebagainya. Bank sendiri adalah penghimpun dana masyarakat yang ditujukan pula untuk masyarakat, sehingga jasa yang ditawarkan oleh bank ini pun erat kaitannya dengan kegiatan perekonomian masyarakat.

2.1.3 Jenis - Jenis Bank

Berdasarkan Undang–Undang Nomor 7 Tahun 1992 yang kemudian ditegaskan dalam Undang–Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, jenis bank dilihat dari fungsinya, antara lain:

1. Bank Sentral

Sebuah badan keuangan milik negara yang diberikan tanggung jawab untuk mengatur dan mengawasi kegiatan–kegiatan lembaga-lembaga keuangan dan menjamin agar kegiatan badan-badan keuangan tersebut akan menciptakan tingkat kegiatan ekonomi yang stabil.

2. Bank Umum

Bank yang melaksanakan kegiatan usaha perbankan secara konvensional dan/atau berdasarkan pada prinsip syariah Islam yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sifat umum disini adalah memberikan seluruh jasa perbankan yang ada dan beroperasi hampir di seluruh wilayah Indonesia. Bank

umum kemudian dikenal dengan sebutan bank komersil (*commercial bank*).

3. Bank Perekonomian Rakyat (BPR)

Bank yang melaksanakan kegiatan perbankan secara konvensional maupun prinsip syariah Islam di mana dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Kegiatan BPR lebih sempit daripada bank umum, yang mana BPR hanya melayani penghimpunan dana dan penyaluran dana saja. Bahkan dalam menghimpun dana, BPR dilarang menerima simpanan giro. Dalam wilayah operasi pun, BPR juga dibatasi operasinya pada wilayah tertentu. Larangan lain yaitu tidak ikut kliring dan transaksi valuta asing.

2.2 Bank Perekonomian Rakyat (BPR)

2.2.1 Definisi dan Peran BPR

Bank Perekonomian Rakyat (BPR) merupakan lembaga keuangan yang berfungsi mendukung inklusi keuangan di Indonesia, khususnya di daerah pedesaan dan komunitas terpencil. Dengan fokus utama yaitu masyarakat kecil dan UMKM, BPR menyediakan layanan keuangan seperti kredit, tabungan, dan deposito (Malihah et al., 2024).

Bank Perekonomian Rakyat (BPR) berperan dalam menyalurkan dana masyarakat melalui pemberian kredit kepada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) serta masyarakat di pedesaan. BPR juga berperan dalam mengumpulkan dan menyalurkan kembali dana dengan tujuan utama

memperoleh keuntungan. Keuntungan BPR berasal dari selisih bunga (*spread effect*) dan pendapatan bunga.

2.2.2 Tugas dan Fungsi BPR

Menurut (Wisani, 2021) sebagai lembaga keuangan, BPR memiliki tugas sebagai berikut:

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berjangka, tabungan atau bentuk lainnya
2. Memberikan pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan
3. Menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah
4. Menempatkan dana dalam bentuk deposito berjangka, sertifikat deposito, atau jenis tabungan lainnya

Adapun fungsi BPR adalah sebagai berikut:

1. Memberi pengetahuan terhadap masyarakat luas tentang perbankan
2. Membuat pemerataan kesempatan untuk membuka usaha
3. Mempercepat pembangunan di Desa
4. Menyediakan layanan perbankan

2.2.3 Produk pada BPR

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 25/POJK.03/2021 tentang Penyelenggaraan Produk Bank Perkreditan Rakyat dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, pada pasal 2

menyebutkan bahwa produk BPR dan BPRS dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Produk Dasar

Produk dasar yang terdiri dari produk, layanan, jasa, dan/atau kegiatan lain untuk mendukung usaha BPR atau BPRS berupa:

- a. Penghimpunan dana
- b. Penyaluran dana
- c. Penempatan dana, dan/atau
- d. Kegiatan dasar lain

2. Produk Lanjutan

Produk lanjutan yang terdiri dari produk, layanan, jasa, dan/atau kegiatan lain untuk mendukung usaha BPR atau BPRS yang:

- a. Berbasis teknologi informasi
- b. Berkaitan dengan penyelenggaraan kegiatan atau produk lembaga jasa keuangan nonbank atau memengaruhi penilaian profil risiko BPR atau BPRS, dan/atau
- c. Memerlukan izin dan/atau persetujuan dari otoritas lain

2.2.4 Tantangan Lingkungan Eksternal BPR

Menurut (Hafizh, 2025) terdapat dinamika dan tantangan BPR di tahun 2025, yakni sebagai berikut:

1. Keandalan *core banking system*

Pemberlakuan SAK EP dan CKPN yang menggantikan sistem PPAP menjadi tantangan baru bagi banyak BPR. Sebagian

besar BPR memiliki keterbatasan anggaran dalam mengadopsi teknologi mutakhir, padahal sistem teknologi yang mumpuni menjadi syarat utama untuk pengelolaan data besar dan analisis prediktif.

2. Digitalisasi proses bisnis

Meskipun digitalisasi semakin digencarkan, implementasi teknologi di BPR masih menemui hambatan, terutama dalam hal biaya investasi, infrastruktur, dan kesiapan SDM. Digitalisasi bukan sekadar modernisasi layanan, tetapi juga menjadi strategi efisiensi operasional dan peningkatan daya saing.

3. Pemenuhan modal inti

Tantangan berikutnya adalah pemenuhan modal inti minimum yang semakin ketat akibat kebijakan konsolidasi dan regulasi yang lebih ketat. Beberapa langkah yang dapat dilakukan adalah transparansi keuangan untuk menarik investor, maksimalisasi efisiensi operasional untuk meningkatkan laba ditahan, serta merger dan konsolidasi sebagai solusi jangka panjang.

4. Pengelolaan risiko kredit yang lebih ketat

Tahun 2024 ditandai dengan peningkatan rasio NPL (*Non-Performing Loan*). Rasio NPL/NPF di wilayah OJK Kediri naik dari 10,55% (September 2023) menjadi 10,92% (September 2024). Untuk menghadapi situasi ini, BPR perlu memperketat proses

analisis kredit, meningkatkan kapasitas SDM di bidang mitigasi risiko, serta memperkuat literasi

5. Peningkatan tata kelola dan kepatuhan

Penerapan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) menjadi faktor krusial dalam menjaga keberlanjutan bisnis BPR. Regulasi yang semakin ketat di tahun 2024 memberikan tantangan baru bagi industri ini, terutama terkait adaptasi SDM terhadap kebijakan terbaru.

2.2.5 Pemanfaatan Teknologi Informasi

Menurut (Afriana, 2024) Teknologi informasi perbankan adalah teknologi yang berkaitan dengan komputer, telekomunikasi, dan peralatan elektronik lainnya yang digunakan untuk memproses data keuangan dan layanan perbankan. Teknologi informasi perbankan berperan penting dalam meningkatkan efisiensi, kualitas dan keamanan layanan perbankan kepada nasabah. Berikut manfaat TI bagi BPR, antara lain:

1. Peningkatan efisiensi operasional
2. Layanan nasabah yang lebih baik
3. Keamanan data yang lebih baik
4. Pengambilan keputusan yang lebih cepat dan akurat
5. Pertumbuhan bisnis yang lebih cepat

2.3 *Core Banking System (CBS)*

2.3.1 Definisi CBS

Kebijakan Pemerintah melalui Peraturan OJK tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital mengharuskan perbankan Indonesia memanfaatkan teknologi informasi demi meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah agar lebih efektif dan efisien. PT. Mitranet Software Online memberikan solusi terbaik berupa aplikasi TSI *Core Banking* MBS Online realtime antar kantor yang merupakan aplikasi Teknologi Sistem Informasi (TSI) untuk Bank Perekonomian Rakyat Konvensional dengan standar akuntansi mengacu pada Pedoman Akuntansi Bank Perkreditan Rakyat.

Core Baking System (CBS) merupakan *platform* terintegrasi yang mengelola seluruh operasi inti perbankan, mulai dari penyimpanan data nasabah, transaksi harian, hingga layanan digital seperti *mobile banking* dan *corporate banking*. Sebelum CBS diimplementasikan dan digunakan oleh *user*, penting dilakukan pengujian menyeluruh untuk memastikan sistem berjalan dengan aman dan efisien (Novianingsih et al., 2025).

2.3.2 Tujuan dan Manfaat CBS

Menurut (SPE, 2024) *core banking system* memiliki tujuan, antara lain:

1. Efisiensi pelayanan

CBS mengotomatiskan tugas manual seperti pengelolaan rekening dan pemrosesan transaksi, sehingga waktu pemrosesan

dan kesalahan dapat berkurang secara signifikan. Alur kerja yang efisien memungkinkan staf untuk fokus pada tugas yang lebih kompleks dan interaksi dengan nasabah.

2. Fleksibilitas pelayanan

CBS memungkinkan akses real-time ke informasi dan transaksi rekening melalui berbagai saluran seperti internet banking dan mobile banking. Hal ini memberi kemudahan bagi nasabah untuk mengelola keuangan secara mandiri dan nyaman. Sistem ini juga memfasilitasi waktu respons yang lebih cepat dan layanan yang dipersonalisasi untuk pertanyaan nasabah.

3. Penyimpanan dan penyedia data nasabah

CBS mengumpulkan dan menganalisis data nasabah dalam jumlah besar, memberikan informasi berharga tentang perilaku nasabah dan tren keuangan. Bank dapat memanfaatkan data ini untuk membuat keputusan yang tepat tentang penawaran produk, strategi pemasaran, dan manajemen risiko.

4. Memperkokoh keamanan bank

CBS mengintegrasikan alat untuk mengidentifikasi, memantau, dan mengurangi potensi risiko terkait kredit, penipuan, dan kepatuhan terhadap peraturan. Pendekatan proaktif ini dapat menjaga kesehatan keuangan bank dan melindungi informasi nasabah.

Adapun menurut (Brankas, 2023) manfaat CBS adalah sebagai berikut:

1. Efisiensi operasional

CBS membantu bank dalam meningkatkan efisiensi operasional melalui pengelolaan transaksi yang lebih cepat dan akurat, integrasi sistem yang menyeluruh, dan manajemen risiko yang lebih baik.

2. Penghematan biaya

CBS dapat menghemat biaya operasional karena memungkinkan pengolahan transaksi yang otomatis dan mengurangi kebutuhan tenaga kerja manusia dalam proses bisnis.

3. Peningkatan layanan nasabah

CBS memungkinkan bank untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada nasabah melalui layanan perbankan online dan mobile banking yang tersedia 24/7, serta integrasi data nasabah dalam satu platform yang terpusat.

4. Manajemen risiko yang lebih baik

CBS membantu bank dalam memantau dan mengelola risiko secara real-time, sehingga memungkinkan bank untuk mengambil tindakan yang diperlukan secara cepat dan mengurangi risiko yang tidak diinginkan.

5. Pelaporan keuangan yang lebih akurat

CBS memudahkan bank dalam membuat laporan keuangan secara otomatis dengan mengintegrasikan data dari seluruh sistem

perbankan, sehingga meningkatkan akurasi laporan keuangan dan mempercepat proses pelaporan.

6. Inovasi produk dan layanan

CBS bank dapat mengembangkan produk dan layanan baru secara lebih cepat, serta mengintegrasikan produk dan layanan yang ada dengan lebih mudah.

2.3.3 Fitur CBS

Fitur-fitur yang terdapat dalam CBS, antara lain:

1. *Single customer ID*



Gambar 2 Fitur *Single Customer ID*

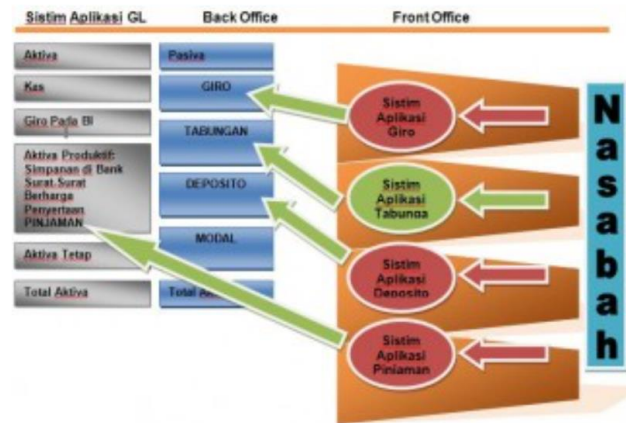
Nasabah hanya akan mendapatkan CIF tunggal yang akan terhubung dengan semua rekening yang dimiliki.

2. Parameter set-up

BPR dapat melakukan perubahan dan atau penambahan produk serta COA yang BPR antara lain membuat/menambah produk, merubah kebijakan akses dan limit transaksi serta level

kewenangan, membuat/menambah/memblokir user, mengatur kebijakan produk.

3. Integrasi antar modul



Gambar 3 Fitur Integrasi Antar Modul

Semua modul saling terintegrasi, sehingga sangat efisien.

4. Realtime online

Semua transaksi akan diproses secara real-time online sehingga dapat menyajikan semua informasi terkini.

5. Security system

System security transaksi online menggunakan finger akses sebagai pengganti kartu ATM juga dengan *system dual control*. Akses user hanya dapat dilakukan oleh user yang sudah terdaftar pada server dan melalui komputer yang juga sudah terdaftar pada server.

6. Online *red flag*/Anti Money Laundering (AML)

Sistem akan memberikan peringatan/*alert* (berupa pesan text) jika terdapat transaksi yang mencurigakan / diluar profile nasabah.

7. EximBI

Aplikasi untuk keperluan export import pelaporan SAK ETAP BPR, SID BPR dan SIPJT PPATK.

8. LKMBS

Aplikasi Laporan Keuangan MBS-Online adalah aplikasi yang digunakan untuk menampilkan laporan-laporan keuangan bank yang tidak ditampilkan di Aplikasi MBS-Online Realtime Antar Kantor. Aplikasi terintegrasi dengan MBS-Online, data-data yang ditampilkan juga merupakan data yang diproses melalui MBS-Online, Laporan Arus Kas, Laporan rasio keuangan, Laporan tingkat kesehatan bank (CAMEL).

9. MBS report

Berfungsi sebagai penyedia dokumen-dokumen terkait kredit, mulai dari persiapan sampai dengan pencairan kredit bahkan sampai dengan dokumen-dokumen surat-surat lainnya.

2.3.4 Modul CBS

PT. MSO juga menyediakan beberapa modul CBS, antara lain sebagai berikut:

1. Modul master ID nasabah

Berfungsi sebagai customer identifikasi yaitu untuk menangani data-data yang berhubungan dengan klien, baik data keuangan dan data pribadi.

2. Modul tabungan (*Saving*)

Berhubungan dengan fungsi untuk menangani manajemen operasional produk tabungan dari *front office* sampai *back office*.

3. Modul deposito berjangka (*Time Deposits*)

Berfungsi untuk menangani manajemen operasional produk Deposito dari *front office* sampai *back office*.

4. Modul pinjaman (*Loans*)

Berfungsi untuk menangani manajemen operasional produk pinjaman dari *front office* sampai *back office*, simulasi kredit, simulasi pelunasan kredit.

5. Modul penjaminan agunan (*Collateral*)

Berfungsi untuk menanganani list information databased barang agunan nasabah.

6. Modul antar kantor (Modul *Inter-office Transactions System*)

Berfungsi untuk menangani pengelolaan transaksi antar kantor, nasabah dapat melakukan penyetoran/pengambilan tabungan dan penyetoran angsuran kredit di semua kantor cabang.

7. Modul antar bank

Berfungsi untuk menangani pengelolaan transaksi antar bank.

8. Modul inventaris

Berfungsi untuk menangani data-data inventaris, proses pembelian, proses penjualan dan proses penyusutan.

9. Modul *Accounting* dan Pelaporan Standar intern BPR (*Reporting*)

- a. Berfungsi untuk menangani pengelolaan akuntansi dan pelaporan bagi kebutuhan manajemen
- b. Berfungsi untuk menangani pengelolaan *report* dan analisa bagi pengambilan keputusan manajemen baik *report* per cabang maupun *report* internal secara konsolidasi

10. Modul teller

Berfungsi menangani manajemen teller, distribusi teller, batasan kewenangan pencairan simpanan.

11. Modul administrator dan user

Berfungsi untuk menangani bisnis proses yang diberlakukan sesuai dengan standard operational prosedur bank (SOP), menangani hak akses masing-masing client dan user, dll.

2.3.5 Customer Benefit

Benefit yang didapatkan oleh customer pengguna CBS adalah sebagai berikut:

1. Terintegrasi seluruh modul

Realtime online dan terintegrasi seluruh modul sehingga meningkatkan efisien operasional. Mudah dalam pengawasan sistem informasi terkini laporan keuangan BPR.

2. Transaksi diseluruh kantor cabang

Nasabah dapat dilayani transaksinya diseluruh kantor cabang maupun kantor kas serta kantor pusat.

3. Full kontrol kebijakan dari kantor pusat

Mudah dalam melakukan perubahan atas regulasi kebijakan operasional BPR, hal ini dikarenakan hak akses untuk merubah seluruh parameter setup produk sepenuhnya dikuasai Admin MBS Online Kantor Pusat.

4. Transaksi tersimpan dalam data terpusat

Data transaksi harian bank secara realtime tercatat langsung di komputer server di kantor pusat, dan kantor cabang tidak perlu mengirimkan data transaksi ke kantor pusat untuk konsolidasi karena semua transaksi keuangan yang terjadi di kantor cabang secara realtime online langsung terproses di komputer server di kantor pusat.

5. Kantor pusat dapat langsung memantau transaksi kantor cabang

Kantor pusat dapat memantau semua aktifitas keuangan kantor cabang, memantau seluruh nasabah dengan mudah, tanpa harus meminta informasi kepada kantor cabang.

6. SMS *banking* terintegrasi

Info tagihan angsuran kredit, info saldo kredit dan saldo tabungan serta informasi produk bank lainnya dapat dijadwalkan pengirimannya melalui SMS *banking* BPR.

7. Pemeliharaan sistem jarak jauh

BPR tidak perlu mendatangkan TIM MSO ke BPR untuk pemeliharaan sistem dan atau perbaikan data. Cukup hanya dengan komunikasi online atau by phone, TIM MSO akan melakukan pemeliharaan dan atau perbaikan data/sistem secara realtime melalui koneksi jaringan privat (VPN) yang terhubung dengan komputer server BPR secara host to host.

8. *Disaster recovery center* untuk antisipasi kegagalan sistem di BPR

BPR dapat menikmati layanan *Disaster Recovery Center* (DRC) milik PT. MSO yang terletak pada rack colocation di Cyber Building Lantai 7, Jalan Kuningan Barat No. 8, Jakarta 12710.

2.4 *User Experience* (UX)

2.4.1 Definisi *User Experience*

User Experience adalah proses pengembangan desain produk yang interaktif bertujuan untuk meningkatkan interaksi antara sistem dan pengguna (Ramadhan, 2021). Dengan kata lain, ini berkaitan dengan cara menciptakan *user experience* (pengalaman pengguna) yang dapat meningkatkan dan memperkaya cara orang bekerja, berkomunikasi, dan berinteraksi. Desain interaksi, sebagai fokus utamanya, bertujuan untuk mengembangkan produk interaktif yang dapat dimanfaatkan dengan baik. Produk interaktif yang dimaksud adalah yang secara umum mudah digunakan, efektif, dan mampu memberikan pengalaman pengguna yang menyenangkan.

Menurut standar ISO 9241-210:2010, *User Experience* adalah persepsi dan tanggapan pengguna yang muncul dari pengalaman mereka dengan, atau harapan terhadap, sistem, produk, atau layanan tertentu. Aspek-aspek ini melibatkan berbagai elemen seperti emosi, keyakinan, preferensi, dan persepsi, serta kenyamanan dan perilaku pengguna. Semuanya berperan dalam pencapaian yang terjadi sebelum, selama, dan setelah penggunaan tersebut.

2.4.2 Elemen *User Experience*

User experience dibagi menjadi dua model, yaitu *pragmatic* dan *hedonic*, yang terdiri dari lima aspek sebagai berikut:

a. *Utility*

Utility dapat diartikan sebagai kemampuan sebuah produk untuk memenuhi fungsi yang diperlukan dalam menyelesaikan tugas (*pragmatic*).

b. *Usability*

Usability dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk untuk memberikan fungsi dengan cara yang mudah dan efisien (*pragmatic*).

c. *Stimulation*

Stimulation dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk untuk memberikan kejutan yang menarik perhatian, sekaligus menyediakan kesempatan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan (*hedonic*).

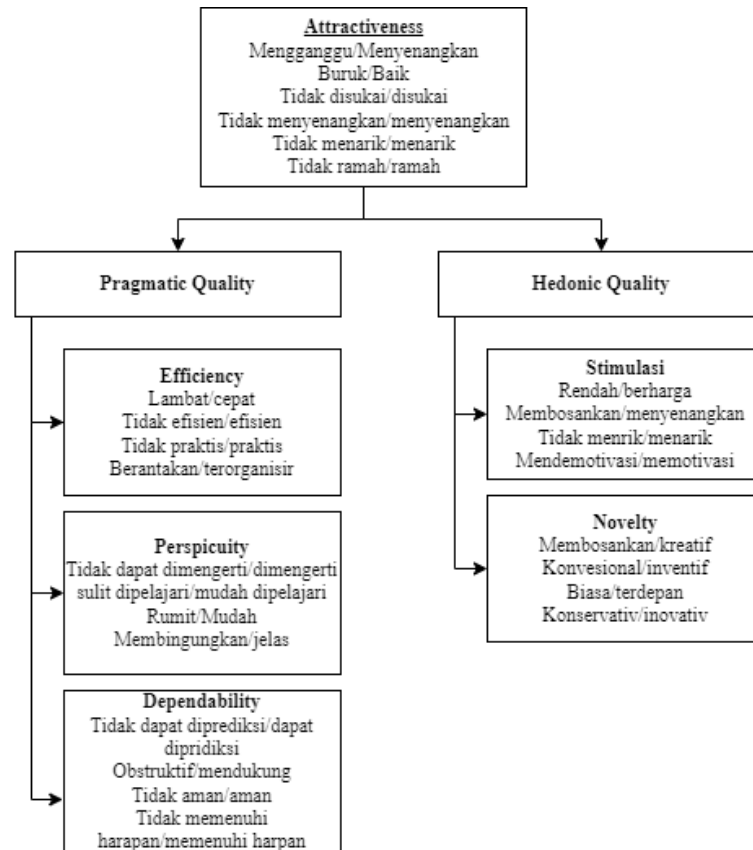
d. *Beauty*

Beauty didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk untuk menciptakan rasa estetik dan daya tarik visual (*hedonic*).

e. *Communication identity*

Communication identity didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengungkapkan simbol-simbol yang berkaitan dengan hal-hal lain (*hedonic*).

Menurut (Schrepp, 2023) Berdasarkan model tersebut, aspek *pragmatic* merujuk pada seberapa sederhana, praktis, dan jelas pengalaman pengguna dalam mencapai tujuannya. Sementara itu, aspek *hedonic* berfokus pada sejauh mana interaksi tersebut dapat menggugah dan memberikan stimulasi bagi pengguna.



Gambar 4 Struktur skala UEQ

Sumber: Handbook UEQ

2.5 *User Experience Questionnaire* (UEQ)

2.5.1 Definisi UEQ

User experience adalah keseluruhan pengalaman, perilaku, persepsi, dan reaksi yang dialami pengguna setelah menggunakan suatu produk, sistem, atau jasa (Purnawan et al., 2021). Pengalaman pengguna itu sendiri dikembangkan oleh Laugwitz, Schreeb, dan Held pada tahun 2005. Tujuan utama UEQ adalah untuk mengukur pengalaman pengguna dengan cepat dan langsung. UEQ menawarkan keunggulan yang luar biasa jika dibandingkan dengan *framework*

seperti SUS, QUIS, SUPR-Q, dan SUMI. Hal ini dikarenakan UEQ mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai pengalaman pengguna, mencakup berbagai aspek, mulai dari kegunaan klasik (*classical usability*) hingga pengalaman pengguna (*user experience*) yang lebih mendalam. Selain itu, UEQ juga dilengkapi dengan analisis yang memudahkan interpretasi hasil evaluasi dengan lebih akurat (Fish et al., 2015).

User Experience Questionnaire (UEQ) adalah alat penilaian yang bertujuan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna saat menggunakan produk, layanan, atau sistem tertentu. Instrumen ini dirancang untuk mengumpulkan data mengenai persepsi pengguna. Terdapat 26 item dalam metode ini yang digunakan untuk mengukur enam variabel, yaitu daya tarik (*attractiveness*), kejelasan (*perspicuity*), efisiensi (*efficiency*), keandalan (*dependability*), stimulasi (*stimulation*), dan kebaruan (*novelty*). Skor akhir untuk setiap dimensi yang terdapat pada penelitian ini akan dikonversikan dalam skala dari -3 hingga +3. Dalam skala tersebut, -3 mencerminkan jawaban yang paling negatif, 0 menunjukkan jawaban yang netral, dan +3 menggambarkan jawaban yang paling positif (Schrepp, 2023).

2.5.2 Variabel dan Indikator UEQ

Menurut (Siyoto & Sodik, 2015) variabel merupakan sesuatu yang menjadi objek pengamatan penelitian, sering juga disebut sebagai faktor yang berperan dalam penelitian atau gejala yang akan

diteliti. Variabel-variabel yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan dengan menggunakan metode UEQ adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Variabel dan Indikator UEQ

Variabel	Indikator	
Daya Tarik / <i>Attractiveness</i>	Menyusahkan	Menyenangkan
	Baik	Buruk
	Tidak disukai	Menggembirakan
	Tidak nyaman	Nyaman
	Atraktif	Tidak atraktif
	Ramah pengguna	Tidak ramah pengguna
Kejelasan / <i>Perspicuity</i>	Tidak dapat dipahami	Dapat dipahami
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari
	Rumit	Sederhana
	Jelas	Membingungkan
Efisiensi / <i>Efficiency</i>	Cepat	Lambat
	Tidak efisien	Efisien
	Tidak praktis	Praktis
	Terorganisasi	Berantakan
Ketepatan / <i>Dependability</i>	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi
	Menghalangi	Mendukung
	Aman	Tidak aman
	Memenuhi harapan	Tidak memenuhi harapan
Stimulasi / <i>Stimulation</i>	Bermanfaat	Kurang bermanfaat
	Membosankan	Mengasyikkan
	Tidak menarik	Menarik
	Memotivasi	Tidak memotivasi
Kebaruan / <i>Novelty</i>	Kreatif	Monoton
	Berdaya cipta	Konvensional

Lazim	Terdepan
Konservatif	Inovatif

Sumber: Handbook UEQ

Berikut penjelasan mengenai keenam variabel tersebut:

- a. Daya tarik / *Attractiveness* : berkaitan dengan seberapa jauh produk atau layanan dalam menarik perhatian dan minat pengguna. Apakah pengguna menyukai atau tidak sebuah produk?
- b. Kejelasan / *Perspicuity* : menggambarkan sejauh mana antarmuka atau fitur produk dapat dipahami dengan jelas dan mudah oleh pengguna. Apakah cara penggunaan produk mudah dipahami?
- c. Efisiensi / *Efficiency* : mencerminkan sejauh mana produk atau layanan dapat membantu pengguna mencapai tujuan mereka dengan cepat dan efisien. Apakah pengguna merasa produk cepat dan efisien dalam menggunakannya?
- d. Keandalan / *Dependability* : menunjukkan sejauh mana produk atau layanan mampu diandalkan dalam memberikan konsistensi dan performa yang baik. Apakah korelasi dengan produk aman dan dapat diprediksi?
- e. Stimulasi / *Stimulation* : menggambarkan sejauh mana produk atau layanan dapat memberikan pengalaman yang menarik, menantang, atau memicu minat pengguna. Apakah pengguna merasa termotivasi untuk lebih lanjut menggunakan produk?

- f. Kebaruan / *Novelty* : mengungkapkan sejauh mana produk atau layanan menyediakan keunggulan atau inovasi yang membedakannya dari yang lain. Apakah desain produk menarik perhatian pengguna?

Berikut ini merupakan item pertanyaan UEQ versi bahasa Indonesia:

	1	2	3	4	5	6	7		
Menyusahkan	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Menyenangkan	1
Tak dapat dipahami	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Dapat dipahami	2
Kreatif	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Monoton	3
Mudah dipelajari	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sulit dipelajari	4
Bermanfaat	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Kurang bermanfaat	5
Membosankan	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Mengasyikkan	6
Tidak menarik	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Menarik	7
Tak dapat diprediksi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Dapat diprediksi	8
Cepat	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Lambat	9
Berdaya cipta	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Konvensional	10
Menghalangi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Mendukung	11
Baik	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Buruk	12
Rumit	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sederhana	13
Tidak disukai	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Menggembirakan	14
Lazim	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Terdepan	15
Tidak nyaman	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Nyaman	16
Aman	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Tidak aman	17
Memotivasi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Tidak memotivasi	18
Memenuhi ekspektasi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Tidak memenuhi ekspektasi	19
Tidak efisien	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Efisien	20
Jelas	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Membingungkan	21
Tidak praktis	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Praktis	22
Terorganisasi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Berantakan	23
Atraktif	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Tidak atraktif	24
Ramah pengguna	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Tidak ramah pengguna	25
Konservatif	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Inovatif	26

Gambar 5 Kuesioner UEQ versi bahasa Indonesia

Sumber: Handbook UEQ

Dalam penggunaan variabel-variabel ini, diperlukan sebuah pengukuran untuk indikator-indikator yang disebut sebagai skala *semantic diferensial*. Skala *semantic diferensial* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi responden terhadap suatu objek, orang, peristiwa, atau ide (Sugiyono, 2022). Skala ini

menggunakan kata sifat bipolar yang berlawanan, seperti baik-buruk, senang-sedih, kuat-lemah, dan sebagainya. Berikut ini merupakan definisi *seven points* dari parameter likert, yaitu:

1. *Very* / sangat positif (*positive scale*)
2. *Moderately* / cukup positif (*positive scale*)
3. *Slightly* / sedikit positif (*positive scale*)
4. *Neutral* / netral
5. *Slightly* / sedikit negatif (*negative scale*)
6. *Moderately* / cukup negatif (*negative scale*)
7. *Very* / sangat negatif (*negative scale*)

Seven stage semantic differential digunakan untuk meminimalisir bias tendensi sentral yang biasa digunakan untuk jenis item tersebut. Skala *very* (sangat) membuktikan keintensifan sebuah skala, skala *moderately* (cukup) menjelaskan skala yang memadai, skala *slightly* (sedikit) mendeskripsikan skala yang kecil (Rangkuti, 2022).

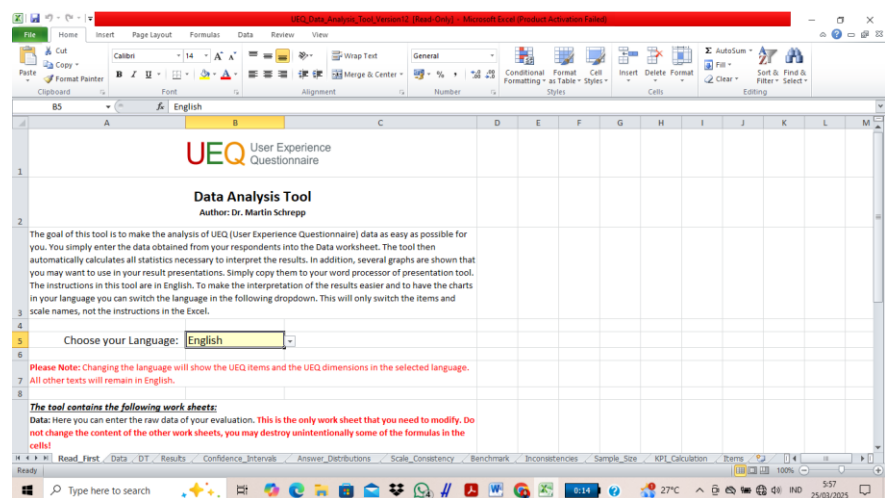
2.5.3 UEQ Data Analysis Tool

Model *User Experience Questionnaire* (UEQ) menawarkan *tools* yang sangat berguna untuk mempermudah analisis dan pengolahan data. *UEQ Data Analysis Tool* ini dikembangkan oleh Dr. Martin Schrepp untuk mempermudah proses analisis data UEQ. Salah satu keunggulan UEQ adalah ketersediaannya secara gratis dan dapat diunduh pada laman ueq-online.org. Dalam penelitian ini, peneliti

menggunakan versi bahasa Indonesia dari UEQ agar sesuai dengan bahasa yang digunakan oleh responden.

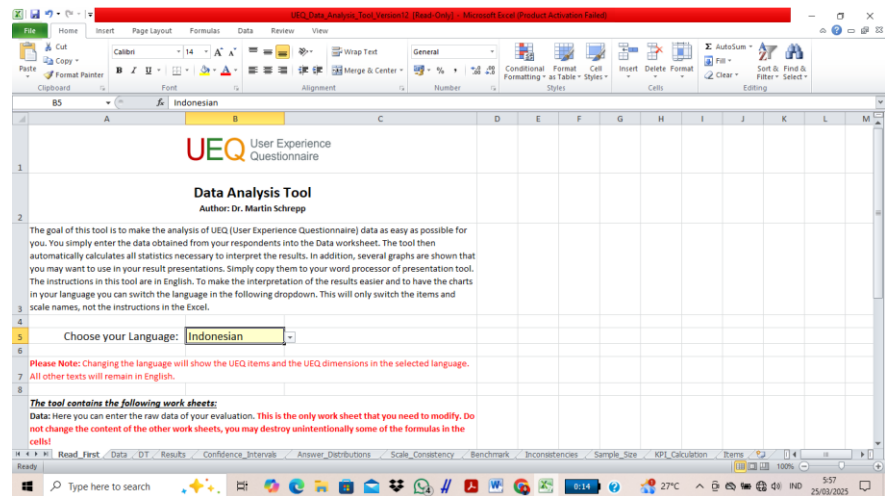
Untuk memulai proses pengolahan dan analisis data, peneliti hanya perlu memasukkan data yang telah dikumpulkan ke dalam worksheet excel. Data statistik yang diperlukan akan diproses secara otomatis untuk menginterpretasikan hasil kuesioner. Selain itu, tersedia berbagai grafik yang akan membantu menggambarkan hasil penelitian dengan lebih jelas. Berikut ini adalah langkah-langkah pengolahan data dengan menggunakan *UEQ Data Analysis Tool*:

1. Buka *UEQ Data Analysis Tool*, kemudian akan muncul tampilan seperti dibawah ini



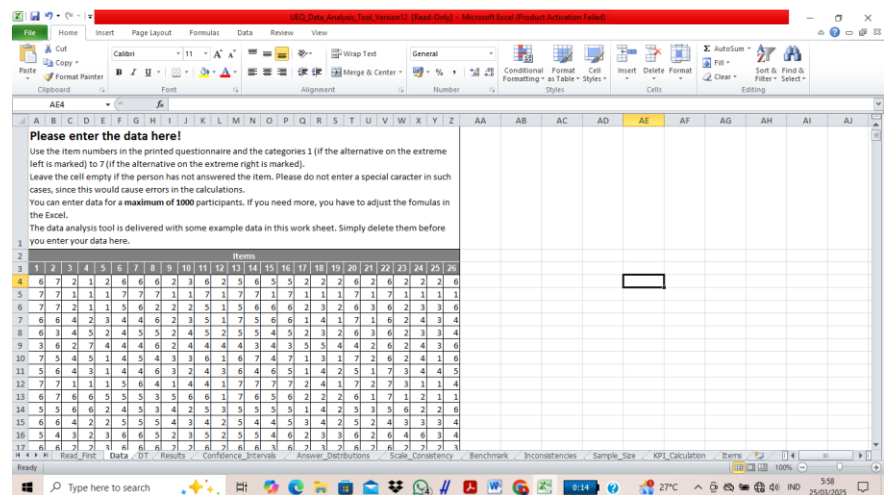
Gambar 6 Halaman awal

2. Langkah kedua ubah bahasa ke dalam bahasa Indonesia pada bagian “*Choose your Language*”



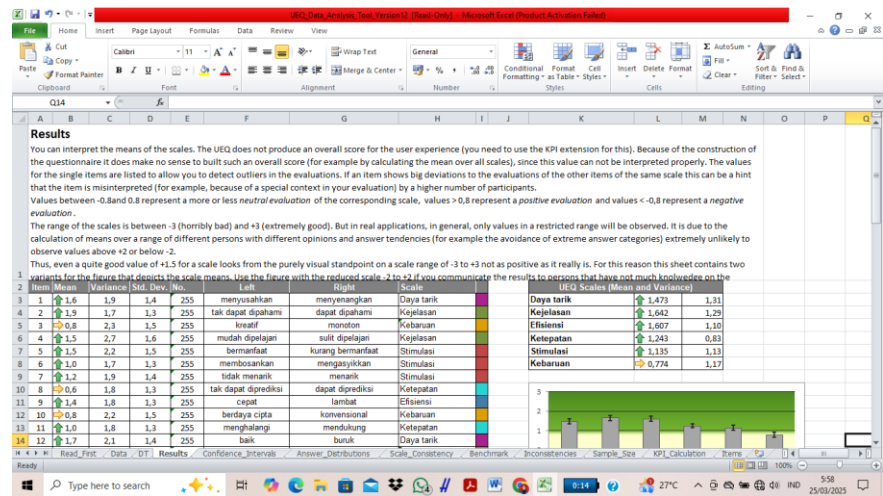
Gambar 7 Halaman pemilihan bahasa

- Klik tab *sheet* “Data” untuk memasukkan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner



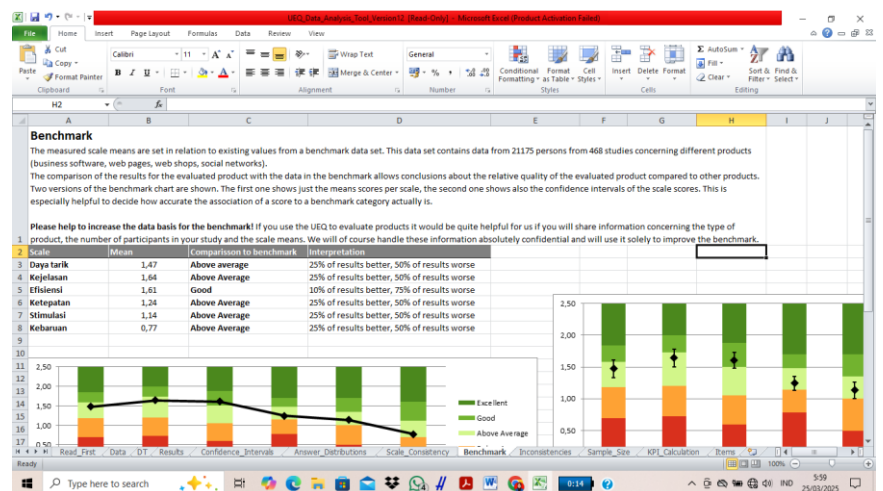
Gambar 8 Halaman untuk memasukan data

- Klik tab *sheet* “Result” untuk melihat hasil data yang telah diolah berupa *mean* untuk masing-masing variabel dan item pertanyaan UEQ



Gambar 9 Halaman hasil pengolahan data

- Klik tab *sheet* “*Benchmark*” untuk melihat nilai *benchmark* pada masing-masing variabel

Gambar 10 Halaman hasil nilai *benchmark*

2.6 Kepuasan Pengguna

2.6.1 Definisi Kepuasan Pengguna

Kepuasan adalah perasaan bahagia yang dirasakan seseorang ketika kebutuhan atau keinginannya terpenuhi (Sasongko, 2021).

Kepuasan pengguna merupakan perasaan senang atau kecewa

seseorang setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapanharapannya (Ari & Hanum, 2021).

Kepuasan pengguna adalah perasaan yang muncul ketika seseorang merasakan senang atau kecewa, terkait dengan kinerja suatu produk yang dievaluasi berdasarkan harapan mereka. Ini merupakan hasil dari penilaian individu terhadap apa yang telah dilakukan oleh perusahaan, dibandingkan dengan ekspektasi mereka terhadap produk tersebut sebelumnya.

2.6.2 Faktor-faktor Kepuasan Pengguna

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna tidak mudah untuk dipisahkan karena masing-masing faktor tersebut memiliki hubungan yang sangat kompleks atau rumit. Berikut adalah faktor-faktor kepuasan pengguna yang dikelompokkan menjadi tiga kategori, dimana setiap kategori memiliki tiga variabel (Kalankesh et al., 2020):

1. *Perceived benefits and convenience* (manfaat dan kenyamanan yang dirasakan), yang terdiri dari variabel *user expectation* (ekspektasi pengguna), *ease of use* (kemudahan penggunaan), dan *perceived usefulness* (kegunaan yang dirasakan).
2. *User background and involvement* (latar belakang dan keterlibatan pengguna), yang terdiri dari variabel *user experience* (pengalaman pengguna), *user skills* (kemampuan pengguna), dan *user*

involvement in system development (peran pengguna di dalam pengembangan sistem).

3. *Organizational attitude and support* (sikap dan dukungan organisasi), yang terdiri dari variabel *user attitude toward information system* (sikap pengguna terhadap sistem informasi), *organizational support* (dukungan organisasi), dan *perceived attitude of top management* (sikap yang dirasakan dari manajemen atas)

Faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan pengguna berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Hubungan antara manajemen organisasi dan sistem informasi
2. Hubungan antara pengguna dengan sistem informasi
3. Informasi yang diterima dari sistem
4. Fitur-fitur yang dimiliki sistem informasi
5. Penyediaan layanan dari sistem informasi

(Kalankesh et al., 2020) juga mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna dalam penelitiannya. Faktor-faktor ini dikelompokkan menjadi tujuh kategori yaitu *information quality* (kualitas informasi), *system quality* (kualitas sistem), *service support quality* (kualitas dukungan layanan), *system use* (penggunaan sistem), *perceived usefulness*, *user characteristics* (karakteristik pengguna), dan *organizational structure and management style*.

2.6.3 Tingkat Kepuasan Pengguna

Tingkat kepuasan pengguna adalah ukuran atau persepsi yang mencerminkan sejauh mana pengguna merasa puas terhadap suatu sistem atau aplikasi. Tingkat kepuasan pengguna, berdasarkan penelitian sebelumnya, dikategorikan ke dalam beberapa tingkatan, yaitu sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas, puas, dan sangat puas (Hidayah et al., 2020). Penelitian lain mengelompokkan tingkat kepuasan ke dalam kategori sebagai berikut: sangat tinggi, tinggi, kurang, rendah, dan sangat rendah (Mawaddah et al., 2019).

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nur Anisah Rangkuti	Evaluasi <i>User Experience</i> Pada Aplikasi AYO SRC Menggunakan <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ)	Pendekatan Kuantitatif dengan Statistik Deskriptif	Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu variabel <i>perspicuity</i> , variabel <i>attractiveness</i> , variabel <i>stimulation</i> , dan variabel <i>dependability</i> memperoleh nilai <i>excellent</i> (sangat bagus). Variabel <i>novelty</i> memperoleh nilai <i>good</i> (bagus), serta variabel <i>efficiency</i> memperoleh nilai <i>above average</i> (diatas rata-rata). Rekomendasi yang diberikan pada penelitian

					ini terkait pada variabel paling rendah yaitu variabel <i>efficiency</i> dan <i>novelty</i> .
2	Agnes Pramudani	Analisis <i>Experience</i> Menggunakan Metode <i>Questionnaire</i> dan Heuristic Evaluation Pada Sistem Virtual Class Universitas Lampung	<i>User</i> (UX) <i>USE</i> dan	Deskriptif Kuantitatif	<i>Website</i> Vclass Unila masuk dalam kategori Eligible menurut hasil <i>usability assessment</i> dengan menggunakan metode <i>USE Questionnaire</i> , yang menghasilkan nilai rata-rata <i>usability</i> sebesar 72,67 untuk keempat paramete. Pada pengujian evaluasi heuristik, Vclass Unila mendapat rekomendasi <i>mockup design interface</i> yang didasari dari komentar evaluator.
3	R. Herdjuno Pawenang Kusumo	Evaluasi <i>Experience</i> Informasi Manajemen Akhir (SEKAWAN) Informatika Universitas Islam Indonesia Menggunakan Metode <i>User Experience</i>	<i>User</i> Sistem Tugas	Pendekatan Kuantitatif dengan Statistik Deskriptif	Hasil pengujian data secara statistic deskritif untuk 100 responden yang digunakan dalam penelitian ini dalam mengukur setiap aspek atau indikator dalam mengukur UX dengan menggunakan <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ)

			<i>Questionnaire</i> (UEQ)			pada Sistem Informasi Manajemen Tugas Akhir (SEKAWAN) didapatkan hasil evaluasi <i>positive</i> pada seluruh aspek atau indikator yang digunakan yaitu daya tarik rata-rata 1,65, kejelasan rata-rata 1,74, efisien rata-rata 1,80, keandalan rata-rata 1,39, stimulasi rata-rata 1,30, serta kebaruan rata-rata 0,90.
4	Al Ghifari Hartzani	Evaluasi <i>Experience</i> Dompet OVO Menggunakan <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ)	<i>User</i> Pada Digital	Pendekatan Kuantitatif dengan Statistik Deskriptif		Hasil penelitian ini adalah ditemukan bahwa aspek <i>efficiency</i> mendapatkan nilai sebesar 1.62 atau <i>good</i> (bagus). Aspek <i>perspicuity</i> , <i>dependability</i> , dan <i>stimulation</i> secara berurutan mendapatkan nilai sebesar 1.62, 1.35, dan 1.33 atau <i>above average</i> (diatas rata-rata). Aspek <i>attractiveness</i> dan <i>novelty</i> secara berurutan mendapatkan nilai sebesar 0.98, dan 0.55 atau <i>below average</i> (dibawah rata-rata). Rekomendasi pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan

					pertimbangan pemangku kepentingan dompet digital OVO untuk meningkatkan <i>user experience</i> OVO.
5	Nabil Rahmad Illahi	Evaluasi <i>Experience</i> Aplikasi Sistem Penjaminan Mutu Internal UIN Malang Menggunakan <i>User Experience</i> <i>Questionnaire</i>	<i>User</i> Sistem Mutu UIN	Deskriptif Kuantitatif	Hasil pengukuran <i>user experience</i> dari aplikasi SPMI UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menunjukkan hasil evaluasi positif dengan kategori diatas rata-rata yaitu pada aspek <i>perspicuity</i> (1.712), <i>dependability</i> (1.470), dan <i>stimulation</i> (1.167), <i>novelty</i> (0,917). Sedangkan dari segi <i>attractiveness</i> (1,626) dan <i>efficiency</i> (1,864). Hasilnya termasuk dalam kategori baik, namun masih perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kualitas <i>novelty</i> untuk lebih berinovasi dalam pengembangannya.

Sumber: Berbagai Jurnal Penelitian, (2022-2024).