

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Sejarah Perusahaan

Berdasarkan informasi yang didapat melalui situs resmi BCA (2020). Bank Central Asia (BCA) didirikan tahun 1957, bank BCA senantiasa tumbuh serta berkembang pesat dan membuat Bank Central Asia sebagai salah satu bank swasta bank terbesar yang ada di Indonesia. Selama lebih dari 60 tahun, bank BCA selalu berusaha menawarkan dan menyediakan berbagai solusi perbankan yang menjawab keperluan finansial dari berbagai macam nasabah.

BCA menghadirkan berbagai macam produk dan layanan perbankan yang memiliki kualitas dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, penawaran dan solusi yang dihadirkan oleh BCA selalu mendukung pengelolaan dan perencanaan *financial* nasabah dan *financial* bisnis. Disertai dengan kualitas jaringan dan kerjasama antar cabang, luasnya jaringan ATM, dan jaringan perbankan elektronik lainnya, semua orang bisa mengakses dan merasakan kemudahan serta kenyamanan saat bertransaksi dengan layanan yang telah disediakan oleh bank BCA.

Berdasarkan komitmennya yaitu untuk "Senantiasa di Sisi Anda", bank BCA berusaha untuk selalu bertanggung jawab atas kepercayaan, harapan nasabah dan pemangku kepentingan.

#### 1.1.2 Visi dan Misi

Visi dan Misi Bank BCA menurut website resmi dari Bank BCA (2020:02)

1. Visi

Bank pilihan utama andalan masyarakat yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia.

2. Misi

1. Membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perorangan.

2. Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah.
3. Meningkatkan nilai *franchise* dan nilai stakeholders BCA.

### 1.1.3 Logo Bank BCA

Bank Central Asia (BCA), merupakan suatu perusahaan perbankan dengan logo berwarna biru sesuai dengan yang kita kenal. Logo BCA membaur bersama identitas perusahaan sebagai visi dan misi Bank BCA di lapangan. Secara visual, identitas korporat bank BCA yang didirikan pada tahun 1957 ini tetap konsisten menggunakan logo BCA yang sama.

Logo BCA dalam konsep desain grafis disebut *blue liner*. Konsep ini mempertahankan bentuk aslinya, dan tetap mempertahankan versi logo BCA. *Blue liner* yang diaplikasikan pada logo BCA ini menunjukkan bentuk komunikasi yang solid dan korespondensi mencerminkan semangat baru pada logo BCA. Hal itu dilakukan sebagai upaya mewujudkan visi dan misi Bank BCA.

Gambar 1.1 menunjukkan logo pada perusahaan Bank Central Asia yang digunakan sampai pada saat ini yaitu tahun 2021.



Gambar 1. 1 Logo Perusahaan Bank BCA

*Sumber:* Web Resmi Bank BCA 2020

### 1.1.4 Produk dan Layanan BCA

Bank Central Asia (BCA), terus menerus melakukan inovasi dan pengembangan terhadap produk dan layanan yang disediakan, sampai saat ini ada beberapa produk dan layanan pada Bank Centra Asia (BCA), seperti dibawah ini:

1. Produk Simpanan: yaitu produk Simpanan Tahapan, Tapres, Tabunganku, Tahapan Berjangka, Tahapan Gold, Tahapan Xpresi, Giro, BCA Dollar, LAKU, Simpanan Pelajar, Deposito Berjangka,
2. Kartu Kredit: *BCA Card*, *BCA VISA*, *BCA MasterCard*,

3. Fasilitas Kredit: Kredit modal kerja, kredit ekspor, kredit sindikasi, kredit kendaraan bermotor, kredit investasi, kredit pemilikan rumah, *trust receipt*, *dealer financing*, *supplier financing*, *distributor financing*, *investment financing*, *showroom financing*, *warehouse financing*,
4. Layanan Transaksi Perbankan: *Autodebt*, transfer, *bank notes*, *BCA Virtual Account*, *Cash Pick up*, dan masih banyak lainnya,
5. Layanan *Cash Management*: *B2B and B2C*, *Payable Management*, *Liquidity Management*, *Receivable Management*,
6. Produk *Bancassurance*: Asuransi Kendaraan Bermotor, Asuransi Kecelakaan Diri, *Maxi Health*, Asuransi Kebakaran, *Maxi Legacy*, dll,
7. *Standby LC*: *Dib Guarantee*, *Performance Bond*, *Custom Guarantee*, *Financial Guarantee*, dll,
8. Fasilitas Valuta Asing: *Sport*, *Forward* Produk Derivatif lainnya, Swap,
9. Perbankan Elektronik: Tunai BCA, ATM BCA, EDC BCA, BCA mobile, Debit BCA, SMS BCA, Flazz, E-Tax, dll.

Dan masih banyak lagi produk dan layanan yang disediakan BCA untuk para pelanggannya.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Dunia industri sedang berada pada era baru yang bisa disebut dengan era revolusi industri 4.0 (Mutiasari, 2020). Konsep penerapan revolusi industri 4.0 yaitu berpusat pada otomatisasi yang dihubungkan dengan pemanfaatan teknologi informasi dalam penerapannya, sehingga terciptanya efektifitas dan efisiensi terutama pada lingkungan kerja (Mutiasari, 2020). Husna (2020) menyatakan bahwa teknologi telah menjadi bagian dari kebutuhan primer untuk setiap individu dalam melancarkan aksi strategis dari setiap bidang. Perkembangan yang telah terjadi tersebut dinilai telah menciptakan fungsi dan gerakan yang positif di berbagai sektor industri (Tazkiyyaturrohmah dan Sriani, 2020). Tujuan dari penggunaan teknologi dan informasi adalah untuk mempermudah dan mempercepat setiap kegiatan manusia dan memberikan hasil maksimal yang akan berpengaruh kepada kinerja individu (Geovannie et al., 2016). Teknologi informasi khususnya perangkat *mobile* memiliki potensi untuk memperbaiki kinerja individu dan organisasi dikarenakan dapat membantu dalam pengambilan keputusan (Simarmata et al., 2020). Muhtadi et al., (2020) menghubungkan “kinerja” dengan efektivitas serta produktivitas. Dampak

yang diberikan pada penggunaan sistem informasi dan teknologi terhadap kinerja individu telah dijadikan pusat perhatian pada penelitian di bidang sistem informasi (Indriyani, 2019). Kinerja individu yang menerapkan teknologi informasi dalam pengaplikasiannya akan mengacu pada tingkat keberhasilan kinerja (Sumual 2019).

Nasution (2018) mengungkapkan saat ini teknologi berkembang pesat, khususnya internet. Internet secara umum merupakan media yang digunakan untuk mengefektifkan dan meringkas suatu proses komunikasi yang tersalurkan dengan beberapa aplikasi, seperti Web, VoIP, E-mail. Perkembangan teknologi informasi memberikan perubahan signifikan untuk perusahaan dalam menciptakan nilai yang baru bagi para pelanggan (setiawan, 2017). Jayani (2019) menyatakan bahwa data statistik tahun 2019 menunjukkan besarnya *user* internet yang terdapat di Indonesia pada tahun 2018 tercatat 95,2 juta pengguna atau terjadi pertumbuhan 13,3% dari tahun 2017 yang sebesar 84 juta pengguna. Untuk tahun berikutnya, diperkirakan *user* internet di Indonesia akan terus mengalami peningkatan yang memiliki nilai rata-rata peningkatan sebesar 10,2% pada periode 2018-2023.

Tabel 1.1 berisi informasi mengenai jumlah pengguna internet di wilayah Indonesia pada tahun 2020 yang bersumber dari APJII.

**Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Interet di Indonesia**

Wilayah	Jumlah Pengguna
Jawa Barat	35,1 juta
Jawa Tengah	26,5 juta
Jawa Timur	26,4 juta
Sumatera Utara	11,7 juta
Banten	10 juta
DKI Jakarta	8,9 juta
Sumatera Selatan	7 juta

*Sumber: APJII, 2020*

Tabel 1.1 menunjukkan informasi bahwa wilayah Jawa Barat memiliki jumlah pengguna internet tertinggi di Indonesia yaitu sebesar 35,1 juta pengguna.

Peningkatan pengguna internet yang terjadi mampu memberikan dampak positif bagi dunia bisnis untuk lebih maju dan terus berkembang (Priyani et.,al, 2020). Peluang tersebut tentunya juga dimanfaatkan oleh perusahaan perbankan yang ada di

Indonesia (Premi dan Widyaningrum, 2020). Trend pertumbuhan *user* internet yang diimbangi dengan kehadiran *smartphone* merupakan sebuah potensi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk perusahaan perbankan dalam menyediakan layanan yang berkualitas (Kurniawan, 2013). Sektor perbankan merupakan salah satu industri yang mengikuti pertumbuhan teknologi informasi, merubah layanan konvensional menjadi layanan berbasis digital (Suryani, 2017:163). Karakteristik *smartphone* yang memiliki beragam fungsi, diimbangi dengan perkembangan teknologi komunikasi seluler yang cepat, dan adanya pengalaman positif saat menggunakan *m-commerce* merupakan suatu alasan utama terciptanya aplikasi keuangan *mobile* yaitu *mobile banking* (Premi dan Widyaningrum, 2020).

*Mobile banking* adalah suatu perubahan strategis penting dalam perbankan lebih dari satu dekade ini (Tam dan Oliveira 2017). Perusahaan sektor perbankan di Indonesia berlomba-lomba dalam upaya meningkatkan kemajuan di bidang teknologi dan layanan *mobile banking* (Sukmawati, 2021). Berperan menjadi salah satu teknologi yang inovatif, *mobile banking* merupakan contoh positif sebagai terobosan terbaru teknologi seluler di sektor perbankan, yang menjadikan pelanggan melakukan transaksi keuangan hanya dengan melalui *smartphone* (Alalwan et al., 2016). Berkaitan dengan hal tersebut maka memberikan dampak positif antara pelanggan atau nasabah dengan perusahaan perbankan dan menjadikan diferensiasi dan sumber pendapatan yang potensial bagi perusahaan perbankan (Chairunnisa, 2018). *Mobile banking* merupakan suatu inovasi layanan *e-banking* yang bisa diakses menggunakan perangkat *mobile* yang sudah terhubung dengan koneksi internet (Wahyuni, 2017). Minat pengguna *mobile banking* terus mengalami peningkatan dikarenakan *mobile banking* dapat diakses dimana saja, pelayanan secara *real time*, dan lebih fleksibel (Tan dan Lou, 2016).

Menurut hasil survei yang telah dilakukan oleh MARS Indonesia pada tahun 2013 menyatakan bahwa terhadap lima kota (Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Medan) dari 1.710 nasabah yang telah dilakukan survei menunjukkan sebanyak 50,4% mengaku mereka *aware* atau mengetahui tentang *mobile banking*. Berikut tabel 1. menunjukkan jumlah nasabah yang mengetahui *mobile banking*.

**Tabel 1. 2 Jumlah Nasabah Yang Aware Terhadap Mobile Banking**

No	Kota	Mengetahui	Tidak Mengetahui
1	Jakarta	58,4%	41,6%
2	Bandung	57,6%	42,4%
3	Semarang	55,1%	44,9%

4	Surabaya	41,9%	58,1%
5	Medan	36,4%	63,6%
Rata Rata Persentase		50,4%	49,6%

Sumber: MARS Indonesia, 2013

Dari tabel 1.2 diketahui bahwa nasabah yang *aware* terhadap *mobile banking* tertinggi berada di wilayah Jakarta dengan persentase sebesar 58,4%, kemudian wilayah Bandung dengan persentase sebesar 57,6%. Hal tersebut berarti produk *mobile banking* sudah bukan merupakan hal asing untuk para nasabah terutama pada nasabah yang berada di wilayah Jakarta dan Bandung.

*Mobile banking* memiliki kelebihan lain yaitu memberikan kemudahan transaksi bagi para nasabah sehingga menjadikannya lebih efektif dan efisien (Shaikh, A., 2014). Semua bank yang berada di seluruh dunia melakukan pembaharuan dengan menggunakan *platform mobile banking* (Aziz et al., 2020). Tabel 1.2 menunjukkan besarnya jumlah nasabah dan nilai transaksi pada beberapa bank swasta dan pemerintah yang ada di Indonesia pada tahun 2019.

**Tabel 1.3 Transaksi Mobile Banking Per 2019**

Nama Bank	Jumlah Nasabah	Nilai Transaksi
Bank BCA	9 juta	918 Triliun
Bank BNI	3,78 juta	117 Triliun
Bank Mandiri	2,51 juta	371,9 Triliun

Sumber: Sitanggang, 2019

Tabel 1.2 bahwa jumlah pengguna *mobile banking* terbanyak adalah pada bank BCA yang memiliki jumlah nasabah sebesar 9 juta nasabah dengan nilai transaksi sebanyak 918 triliun. Kemudian bank BNI yang memiliki jumlah nasabah sebanyak 3,78 pengguna dengan jumlah nilai transaksi 117 triliun. Dan bank Mandiri yang memiliki 2,51 juta nasabah pengguna *mobile banking* dan nilai transaksi sebesar 371,9 triliun.

Tabel 1.3 berisi informasi tentang jumlah persentase pengguna *mobile banking* pada tahun 2020 yang terdapat pada bank swasta dan bank pemerintahan.

**Tabel 1.4 Jumlah Pengguna Mobile Banking 2020**

Bank	TBI
M-BCA	45,5%
BRI Mobile	20,5%

M-Banking Mandiri	13,8%
BNI <i>Mobile</i>	11,3%
CIMB Niaga <i>Mobile</i>	4,0%

*Sumber:* Top Brand Award 2020

Tabel 1.3 bahwa pengguna *mobile banking* di Indonesia pada tahun 2020 tertinggi adalah bank BCA dengan memiliki *top brand index* sebesar 45,5%, kemudian bank BRI yang memiliki nilai TBI sebesar 20,5%, bank Mandiri dengan nilai TBI sebesar 13,8%, kemudian bank BNI dengan TBI 11,3% dan yang terakhir bank CIMB Niaga dengan nilai TBI sebesar 4,0%.

BCA menjadi bank yang pertama kali mampu menghadirkan sistem layanan *mobile banking* di Indonesia (Fadlan, 2018). BCA juga memiliki nilai transaksi dan jumlah pengguna tertinggi pada tahun 2020. Tingginya pertumbuhan transaksi maka berarti nasabah lebih aktif dalam menjalankan aktivitas perbankan melalui layanan *mobile banking* yang sudah difasilitasi oleh pihak bank (Hasnah dan Suyanto, 2020). Rigawan dan Afriyani (2019) menjelaskan BCA *mobile banking* atau sering disebut BCA *Mobile* menyediakan beberapa pilihan pelayanan transaksi yang aman dan lebih praktis. Bank BCA harus selalu senantiasa menjaga dan mempertahankan kualitas layanan dan faktor pendukungnya untuk tetap menjadi penguasa di industri perbankan dengan mempertahankan posisinya (Ananda dan Sihombing, 2020). Bank BCA kini telah melakukan transformasi digital, seperti internet *banking*, BCA *mobile*, Klik BCA, Flazz BCA, Sakuku, dan masih banyak layanan digital lainnya (Priyani et al., 2020).

Salah satu faktor utama yang memberikan pengaruh tingkat popularitasnya cara hidup dan cara kerja yang difasilitasi layanan *mobile banking* adalah kenyamanan dan ketersediaan layanan (Tam dan Oliveira, 2017). Sink dan Tuttle dalam Tam dan Oliveira (2018) menghubungkan kinerja dengan kombinasi efektifitas dan efisiensi. Penelitian ini akan berfokus kepada fase pasca adopsi yang lebih mengarah kepada kinerja individu. Adanya inovasi layanan digital *banking* disesuaikan dengan adanya perubahan terhadap lingkungan dan gaya hidup masyarakat modern yang menginginkan kecepatan dan kepraktisan dalam melakukan transaksi (Fatimah dan Suyanto, 2016). Selain itu, budaya juga memiliki peran penting dalam adopsi dan pemanfaatan teknologi informasi (Tam dan Oliveira, 2018). Oleh karenanya, fitur layanan dalam *mobile banking* belum tentu sudah sesuai dengan suatu kelompok

masyarakat dengan budaya yang berbeda (Tam dan Oliveira, 2018). Dimensi budaya mempunyai efek moderasi yang penting bagi niat perilaku masyarakat dalam tahap mengadopsi *mobile banking* (Tam dan Oliveira, 2018). Pemahaman terhadap situasi pasca adopsi dapat membantu meningkatkan retensi pengguna *mobile banking* dan mengurangi efek moderasi (Tam dan Oliveira, 2018). Alasan utama menggunakan dua dimensi budaya dari Hofstede (1980) adalah untuk menangani masalah desain sistem dan perilaku pengguna dalam aplikasi *mobile banking* dengan memperhatikan hubungan tahap pasca adopsi seperti kinerja individu dengan mempertimbangkan konsekuensi dari *Task Technology Fit* model dan *use* (Tam dan Oliveira, 2018).

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memaparkan bukti empiris terdapat suatu hubungan faktor kesesuaian teknologi terhadap *task technology fit* yang mempengaruhi penggunaan (*utilization*) dan dampak terhadap kinerja individu (*individual performance*) yang dipengaruhi oleh *cultural moderators*. Penelitian ini menggunakan *Task Technology FIT* model yang akan dihubungkan dengan *cultural moderators*. Memilih bank BCA dikarenakan BCA adalah bank pertama yang menerapkan penggunaan *mobile banking*. Maka dari itu untuk mengakomodasi semuanya maka dilakukan penelitian dengan judul “PENGARUH PENGGUNAAN *M-BANKING* DAN KINERJA INDIVIDU DENGAN MENGGUNAKAN *TASK TECHNOLOGY FIT* (TTF) DAN DUA DIMENSI *CROSS-CULTURAL HOFSTEDE’S* PADA BANK BCA DI WILAYAH JAWA BARAT”

### **1.3 Perumusan Masalah**

Perkembangan teknologi pada era globalisasi meningkat secara signifikan. Hal tersebut memberikan manfaat bagi kehidupan masyarakat secara global terus meningkat. Banyak inovasi teknologi yang telah berkembang dan mampu memenuhi dorongan masyarakat akan kebutuhannya. Salah satunya adalah teknologi informasi dan komunikasi atau bisa disebut ICT (*Information and Communication Technology*) yang terus berkembang sejalan dengan arus globalisasi dan telah menyentuh ke berbagai sektor, baik industri dan non industri. Teknologi informasi merupakan suatu teknologi yang berguna dalam mengolah data, termasuk dalam mendapatkan, memproses, menyusun, memanipulasi, dan menyimpan data dengan banyak cara untuk menghasilkan suatu informasi yang berkualitas, relevan, akurat dan tepat waktu. Digunakan dalam hal bisnis, pemerintah, dan pribadi yang berguna untuk dijadikan strategi dalam pengambilan keputusan (Hidayat, 2018). Salah satu sektor yang



terdampak perkembangan teknologi informasi adalah sektor keuangan dan perbankan (Gentar, 2016).

Penelitian mengenai sistem informasi bertujuan untuk melakukan evaluasi kesuksesan suatu sistem dalam organisasi. seperti yang telah dijelaskan oleh Dalimunthe dan Ismiati (2016) model dan metode yang bisa dipakai untuk melakukan evaluasi penerapan sistem informasi yang diterapkan oleh suatu organisasi diantaranya adalah *End User Computing Satisfaction* (EUCS) yang dikembangkan oleh Doll dan Torkzadeh (1998), berikutnya adalah model *Task Technology Fit* yang dikembangkan oleh Goodhue dan Thompson (1995), selanjutnya *Technology of Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). *IS Success Model* yang dikembangkan oleh Delone McLean (1992, 2002, 2003, 2004). Terakhir adalah *Human Organization Technology* (HOT) *Fit Model* yang dikembangkan oleh Yusof *et al.*, (2006).

Pemanfaatan teknologi informasi yang didukung oleh aktivitas individu akan memberikan dampak penghematan waktu serta biaya dan meningkatkan efektivitas dalam pencapaian tujuan (Sayudha, 2020). Inti dan kunci pada penelitian bidang sistem informasi yaitu adanya pemahaman mengenai hubungan di antara sistem informasi dan kinerja individu. Dilakukannya evaluasi kinerja individu memiliki tujuan untuk mengetahui terpenuhi atau tidaknya strategi bisnis dari teknologi informasi yang sudah direncanakan (Widagdo, 2018).

Evaluasi kinerja pada penerapan teknologi digunakan model evaluasi *Task Technology fit* yang berguna untuk mengukur kesesuaian tugas dan teknologi. Hal utama pada model ini yaitu adanya dampak positif yang diberikan antara penggunaan teknologi informasi terhadap kinerja individu (Widagdo dan Cahyadi, 2019). Model TTF mempunyai 4 konstruk utama, yaitu Karakteristik Tugas, Karakteristik Teknologi, yang secara bersamaan dapat memberikan pengaruh *construct*. TTF yang selanjutnya berpengaruh pada variabel hasil yaitu *Performance* atau *Utilization*. Dengan begitu *mobile banking* harus memperhatikan kepatuhan TTF (Tam dan Oliveira, 2016).

Evaluasi kinerja individu penggunaan *mobile banking* digunakan konstruk model *task technology fit* yang dapat mengukur kesesuaian teknologi dan tugas dengan menambahkan dua dimensi budaya dari Hofstede. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tam dan Oliveira (2018) tentang apakah budaya mempengaruhi penggunaan *mobile banking* dan kinerja individu menghasilkan bukti adanya

pengaruh budaya pada penggunaan *mobile banking* dan kinerja individu dengan menggunakan kombinasi *task technology fit* model dan dua dimensi budaya dari Hofstede.

#### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Adapun rumusan pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah karakteristik tugas pada *mobile banking* berpengaruh positif terhadap TTF?
2. Apakah karakteristik teknologi *mobile banking* berpengaruh positif terhadap TTF?
3. Apakah TTF berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*?
4. Apakah TTF berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja individu?
5. Apakah penggunaan *mobile banking* berpengaruh positif terhadap kinerja individu?
6. Apakah individualisme memoderasi efek TTF pada kinerja individu, sehingga efeknya lebih lemah di antara pengguna dengan individualisme yang lebih besar?
7. Apakah individualisme memoderasi efek penggunaan dan kinerja individu, sehingga efeknya lebih lemah di antara pengguna dengan individualisme yang besar?
8. Apakah penghindaran ketidakpastian memoderasi efek TTF dan kinerja individu, sehingga efeknya lebih lemah diantara pengguna dengan penghindaran ketidakpastian yang lebih besar?
9. Apakah penghindaran ketidakpastian memoderasi efek penggunaan dan kinerja individu, sehingga efeknya lebih lemah diantara pengguna dengan penghindaran ketidakpastian yang lebih besar?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berikut tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Mengetahui pengaruh positif *Task mobile banking* terhadap TTF,

2. Mengetahui pengaruh positif karakteristik teknologi *mobile banking* terhadap TTF,
3. Mengetahui pengaruh positif TTF terhadap penggunaan *mobile banking*,
4. Mengetahui pengaruh positif TTF terhadap kinerja individu,
5. Mengetahui pengaruh positif penggunaan *mobile banking* terhadap kinerja individu,
6. Mengetahui bahwa individualisme memoderasi efek TTF pada kinerja individu,
7. Mengetahui bahwa individualisme memoderasi efek penggunaan pada kinerja individu,
8. Mengetahui penghindaran ketidakpastian memoderasi efek TTF pada kinerja individu,
9. Mengetahui penghindaran ketidakpastian memoderasi efek penggunaan pada kinerja individu.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini bisa digunakan dalam menambah pengetahuan tentang pengaruh budaya penggunaan *mobile banking* dan kinerja individu dengan menggunakan *task technology FIT* model pada bank BCA. Hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu perusahaan perbankan untuk memahami budaya dan kinerja individu dalam menggunakan *mobile banking*, sehingga bank dapat meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan. Peneliti juga memiliki harapan penelitian ini dapat memberikan kontribusi sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya mengenai budaya dan kinerja individu pada pengguna *mobile banking*.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu membawa manfaat serta kontribusi yang praktis dan dapat digunakan perusahaan perbankan di Indonesia khususnya bagi Bank BCA dalam merumuskan dan merencanakan strategi ke depan terkait *mobile banking* BCA dan terus berinovasi serta terus mengembangkan fungsi-fungsi *mobile banking* sesuai dengan keinginan nasabah. tentang budaya dan kinerja nasabah individu Bank BCA.

## **1.7 Ruang Lingkup Penelitian**

Objek penelitian ini adalah pada layanan *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) di wilayah Bandung. Yang berfokus untuk meneliti pengaruh budaya penggunaan *mobile banking* dan kinerja individu nasabah bank BCA.

## **1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

sistematika pada penulisan ini menyajikan pemaparan yang jelas tentang penelitian yang sedang dilakukan, sehingga sistem penulisan dikompilasi yang terdapat informasi tentang material dan hal-hal yang dibahas pada setiap bab. Sistematika pada penulisan penelitian ini sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Terdiri dari gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan diakhiri dengan sistematika penulisan tugas akhir.

### **BAB II TINJAUAN PERPUSTAKAAN**

Bab 2 memaparkan mulai dari teori umum hingga teori khusus yang digunakan peneliti dalam penelitian. Serta dipaparkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti yang berkaitan dengan topik penelitian, kemudian diakhiri dengan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab 3 diuraikan secara rinci mengenai pendekatan penelitian, metode dan teknik penelitian, analisis penemuan dalam masalah penelitian. Pada bab ini memuat informasi tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel yang digunakan, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Pengujian Validitas dan Reliabilitas, dan Teknik Analisis Data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan digambarkan secara jelas dan sistematis sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan yang telah ditentukan dan disajikan dalam sub bab yang terpisah. Bab ini memuat dua bagian yaitu bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan harus diawali dengan hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan kemudian

dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan harus dibandingkan dengan studi sebelumnya atau landasan teori yang relevan.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab 4 memuat interpretasi dan interpretasi dari peneliti pada hasil analisis penemuan dalam penelitian, yang dipaparkan dalam bentuk kesimpulan penelitian dan saran yang merupakan implikasi dari kesimpulan yang memiliki hubungan dengan permasalahan dan alternatif.