

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Perbankan Digital

Menurut Putri (2025:6) Perbankan digital, merupakan salah satu inovasi layanan perbankan yang memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi untuk memudahkan transaksi sesuai keinginan dan kebutuhan nasabah.

Fauzan (2024:37) menyatakan bahwa layanan perbankan digital merujuk pada aktivitas atau pelayanan perbankan yang menggunakan sistem elektronik atau digital melalui platform yang dimiliki oleh bank. Semua proses dalam layanan ini dilakukan secara mandiri dan terotomatisasi.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendorong digitalisasi perbankan dengan pengeluanan peraturan OJK No.12/POJK.03/2018 tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum, peraturan yang dikeluarkan oleh OJK ini menyebutkan “layanan perbankan digital adalah layanan perbankan elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, mudah dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*) serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah dengan memperhatikan aspek pengamanan”. Dengan adanya peraturan dari OJK ini diharapkan perbankan dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Dewi et al., 2025).

2.1.2 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Menurut Indyah (2021:2) *Technology Acceptance Model (TAM)* atau model penerimaan teknologi merupakan salah satu teori yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model penerimaan teknologi yang paling populer yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986, untuk memprediksi penerimaan dan penggunaan teknologi informasi (Retno et al., 2023).

TAM Menyajikan dua keyakinan kognitif, yaitu *Perceived Usefulness* (Kegunaan yang dirasakan) dan *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan). TAM dianggap sebagai salah satu model yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku pengguna terhadap penggunaan teknologi informasi, yang dipengaruhi oleh aspek-aspek yaitu *behavioral intention* (niat perilaku pengguna), *perceived usefulness* (kegunaan yang dirasakan) terhadap sistem attitude (sikap), dan *perceived ease of use* (kemudahan yang dirasakan) (Retno et al., 2023)

Penelitian ini pada variabel (X) menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* sebagai teori untuk memahami penerimaan nasabah terhadap layanan *Digital Customer Service (DigiCS)*. Dengan menggunakan TAM, penelitian ini bertujuan menjelaskan bagaimana nasabah menilai penerapan DigiCS dengan menilai kemudahan dan manfaat penggunaan DigiCS.

2.1.3 Pengertian *Digital Customer Service (DigiCS)*

Digital Customer Service (DigiCS) merupakan sistem pelayanan berbasis mesin atau perangkat digital yang memungkinkan nasabah melakukan beberapa jenis transaksi. Melalui penerapan DigiCS, proses pelayanan diharapkan menjadi lebih cepat efisien, serta mampu meningkatkan Efektivitas Pelayanan kepada nasabah. Sehingga penerapan DigiCS dapat menjadi salah satu upaya bank dalam meningkatkan Efektivitas Pelayanan melalui pemanfaatan teknologi digital.

Digital Customer Service (DigiCS). Umumnya layanan ini disebut dengan nama *CS Machine* atau BNI memberi nama layanan ini dengan BNI DigiCS. Layanan ini bisa ditemukan di kantor cabang BNI dan beberapa tempat publik lainnya. DigiCS BNI merupakan layanan Digital yang dihadirkan BNI bagi para nasabahnya. Hanya dengan menggunakan KTP, nasabah BNI bisa membuka rekening, mengganti kartu ATM yang hilang, maupun penerbitan kartu debit bagi nasabah yang sudah membuka rekening di aplikasi Wondr by BNI (Nidiacitra & Sri Darma, 2023).

Digital Customer Service (DigiCS) merupakan inovasi layanan digital yang dikembangkan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk untuk memberikan pelayanan kepada nasabah secara mandiri dan otomatis melalui mesin digital yang tersedia di kantor cabang. Melalui DigiCS, nasabah dapat melakukan berbagai aktivitas seperti : pembukaan rekening baru, pencetakan dan penggantian kartu debit, penggantian PIN, aktivasi rekening, pembaruan data nasabah (*update data*), hingga permintaan cetak mutasi rekening tanpa perlu antre di teller (Putri & Aremania, 2023).

2.1.4 Tujuan Penerapan *Digital Customer Service* (DigiCS)

Menurut informasi resmi dari BNI (2023) dalam BNI *Digital Service Handbook*, DigiCS bertujuan untuk menghadirkan pengalaman pelayanan yang cepat, praktis, efisien dan aman, sejalan dengan strategi BNI untuk mewujudkan konsep *digital branch*. Layanan ini juga diintegrasikan dengan sistem keamanan berbasis PIN dan sidik jari menjamin perlindungan data nasabah. (Putri & Aremania, 2023). Tujuan penerapan *Digital Customer Service* (DigiCS) dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Memberikan Pelayanan yang Cepat

DigiCS bertujuan untuk mempercepat proses pelayanan kepada nasabah melalui sistem digital yang terintegrasi. Berbagai layanan seperti pembukaan rekening, mengganti kartu ATM yang hilang, penerbitan dan pengaktifan kartu ATM. Dapat dilakukan dengan cepat.

2. Memberikan Pelayanan yang Mudah dan Praktis

DigiCS dirancang untuk menciptakan proses layanan yang lebih sederhana dan mudah digunakan. Prosedur yang sebelumnya panjang dan manual diubah menjadi sistem digital yang lebih ringkas, sehingga nasabah dapat memperoleh layanan dengan mudah.

3. Meningkatkan efisiensi operasional

DigiCS membantu proses kerja bank menjadi lebih singkat. Pekerjaan yang sebelumnya dilakukan secara manual kini dibantu oleh sistem digital sehingga tidak memakan waktu banyak. Penggunaan kertas juga berkurang karena data tersimpan di sistem.

4. Menjamin Keamanan dan Perlindungan Data Nasabah

DigiCS terintegrasi dengan sistem keamanan berbasis PIN dan sidik jari untuk mencegah penyalahgunaan data serta meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap layanan digital.

Secara keseluruhan, *Digital Customer Service* (DigiCS) menjadi salah satu bentuk inovasi layanan berbasis digital yang mendukung kegiatan operasional perbankan dan meningkatkan Efektivitas Pelayanan kepada nasabah.

2.1.5 Konsep Pelayanan *Digital Customer Service* (DigiCS)

Menurut Nidiacitra (2023:428) DigiCS merupakan layanan transaksi self service dimana semua peran dari Customer Service dapat digantikan ke mesin digital. Melalui DigiCS nasabah bisa melakukan transaksi tanpa harus antri di Customer Service. Selain itu, mesin DigiCS juga merupakan wujud nyata dari shifting Bank BNI dari layanan konvensional ke digital. Dalam rangka pemenuhan kebutuhan nasabah.

Pelayanan *Digital Customer Service* (DigiCS) merupakan inovasi layanan perbankan yang dapat digunakan secara *self-service*. Saat ini BNI DigiCS memiliki beragam fitur yang dapat diakses oleh nasabah BNI maupun yang datang langsung (*walk-in customer*). (BNI, 2026).

Fitur yang tersedia pada DigiCS diantaranya ada pembukaan rekening, registrasi & aktivasi kartu debit, ganti kartu debit, cetak transaksi buku tabungan, pergantian buku tabungan, registrasi mobile banking, daftar sidik jari, pengaduan nasabah, buka blokir kartu debit dan riset pin.

2.1.6 Dimensi *Digital Customer Service* (DigiCS)

Dalam penelitian ini, *Digital Customer Service* (DigiCS) diukur menggunakan dimensi pelayanan digital yang mengacu pada teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis pada tahun 1986. Dimensi dalam teori ini menekankan aspek-aspek yang dapat mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi sehingga mendukung tercapainya Efektivitas Pelayanan Nasabah. Adapun dimensi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. *Perceived Usefulness* (kegunaan yang dirasakan)

a. Pengertian *Perceived Usefulness* (kegunaan yang dirasakan)

Mencerminkan sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka atau membantu mereka dalam mencapai tujuan. Semakin tinggi persepsi kebermanfaatan, maka semakin besar pula kemungkinan penerimaan dan penggunaan teknologi.

Dalam penggunaan DigiCS, *perceived usefulness* mengacu pada sejauh mana nasabah merasakan bahwa layanan DigiCS dapat memberikan manfaat dalam pelayanan perbankan. Sehingga memungkinkan nasabah untuk melakukan layanan yang ada pada DigiCS sesuai dengan kebutuhan transaksi.

b. Indikator *Perceived Usefulness* (kegunaan yang dirasakan)

- DigiCS membantu memenuhi kebutuhan layanan kepada nasabah.
- DigiCS memberikan manfaat dalam memenuhi kebutuhan layanan.
- DigiCS memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.

2. *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan).

a. Pengertian *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan)

Mencerminkan sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi tersebut mudah dan tidak rumit. Semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan, maka semakin besar kemungkinan penerimaan dan penggunaan teknologi.

Dalam penggunaan DigiCS, *Perceived Ease of Use* mengacu pada sejauh mana layanan DigiCS dapat dipahami dan dioperasikan dengan mudah. Kemudahan tersebut memungkinkan nasabah untuk menggunakan berbagai layanan yang tersedia pada DigiCS tanpa mengalami kesulitan atau proses yang rumit dalam memenuhi kebutuhan transaksi dan pelayanan perbankan.

b. Indikator *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan)

- DigiCS mudah digunakan.
- Proses layanan pada DigiCS tidak rumit.
- Petunjuk penggunaan DigiCS mudah dipahami.

Berdasarkan dimensi tersebut, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur penerapan layanan *Digital Customer Service* (DigiCS) melalui persepsi nasabah terhadap kegunaan dan juga kemudahan penggunaan layanan tersebut. Sehingga ini dapat mencerminkan tingkat Efektivitas Pelayanan kepada nasabah.

2.1.7 Pelayanan

Kata pelayanan, secara etimologis dalam kamus besar bahasa indonesia mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki (Ikatan Bankir Indonesia, 2014).

Pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala tindakan atau aktivitas yang dapat disajikan oleh satu pihak kepada pihak lainnya, yang pada prinsipnya tidak memiliki bentuk fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Benny et al., 2023).

Pelayanan adalah suatu tindakan atau serangkaian tindakan yang dilakukan oleh penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen (Benny et al., 2023).

Dalam perbankan, pelayanan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh bank untuk memberikan kemudahan, kenyamanan, dan kepuasan kepada nasabah dalam menggunakan produk dan jasa perbankan. Pelayanan tersebut dapat diberikan secara langsung oleh petugas bank maupun melalui layanan berbasis teknologi digital yang memungkinkan nasabah memperoleh layanan dengan lebih cepat, praktis dan efisien.

Pelayanan yang baik akan membantu nasabah dalam memenuhi berbagai kebutuhan transaksi. Oleh karena itu, pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap perbankan.

2.1.8 Pengertian Efektivitas Pelayanan

Menurut Lysa (2018:13) secara umum, efektivitas berasal dari kata “efektif” yang mengandung pengertian dicapainya keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas selalu terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai.

Sawir (2020:126) menyatakan bahwa efektivitas merupakan hubungan antara *output* dengan tujuan, semakin besar kontribusi output terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program atau kegiatan. Efektivitas berfokus pada *outcome* (hasil), program, atau kegiatan yang dinilai efektif apabila *output* yang dihasilkan dapat memenuhi tujuan yang diharapkan atau dikatakan *spending wisely*.

Efektivitas pelayanan adalah kemampuan suatu organisasi atau individu dalam memberikan layanan kepada pelanggan dengan tepat waktu dalam jumlah yang cukup dengan kualitas yang memadai dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang efektif harus mampu memenuhi harapan pelanggan dan memberikan nilai tambah yang signifikan (Rahmawati et al., 2023).

Dalam efektivitas layanan perbankan, efektivitas pelayanan merupakan tingkat keberhasilan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu memenuhi kebutuhan kepada nasabah secara optimal. Efektivitas dapat dilihat dari keandalan pelayanan, daya tanggap pelayanan dan jaminan pelayanan. Dengan demikian pelayanan yang efektif adalah pelayanan yang cepat, tepat dan mampu memenuhi kebutuhan nasabah.

2.1.9 Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Pelayanan

Efektivitas dapat didefinisikan sebagai tolak ukur berhasil atau tidak tujuan sebuah perusahaan untuk mencapai tujuannya. Apabila perusahaan telah mencapai tujuannya maka pelayanan yang diberikan sudah berjalan efektif (Anggraeni, 2022).

Dalam penerapan layanan digital seperti DigiCS pada perbankan, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi efektivitas pelayanan, antara lain:

1. Teknologi dan Sistem

Dalam pelayanan berbasis digital, sistem DigiCS harus memiliki kualitas yang baik (tidak error). Keandalan sistem menjadi faktor penting dalam efektivitas pelayanan, karena sistem yang baik akan mempercepat proses transaksi tanpa adanya gangguan.

2. Kesesuaian Fitur dengan Kebutuhan Nasabah

DigiCS harus menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Jika fitur yang tersedia dalam DigiCS lengkap dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka efektivitas pelayanan kepada nasabah akan lebih optimal. Kesesuaian fitur ini menunjukkan bahwa sistem DigiCS mampu menyediakan layanan sesuai kebutuhan nasabah.

3. Pendampingan oleh Petugas

Meskipun layanan berbasis digital, peran petugas tetap penting untuk membantu nasabah yang belum memahami cara penggunaan DigiCS. Pendampingan yang baik akan membuat pelayanan berjalan dengan lancar.

2.1.10 Dimensi Efektivitas Pelayanan

Dalam penelitian ini, Efektivitas Pelayanan Nasabah diukur untuk menilai sejauh mana layanan mampu memenuhi kebutuhan, harapan dan kepuasan nasabah. Pengukuran efektivitas pelayanan dilakukan menggunakan tiga dimensi dari teori SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman (1988). Yang dianggap paling relevan untuk menilai Efektivitas Pelayanan. Dimensi-dimensi ini dijadikan acuan untuk mengukur tingkat Efektivitas Pelayanan Nasabah. Adapun dimensi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. *Reliability* (Keandalan)

a. Pengertian *Reliability* (Keandalan)

Reliability adalah kemampuan penyedia layanan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara tepat dan akurat. Dimensi ini menunjukkan seberapa dapat diandalkannya layanan yang diberikan.

Dalam Efektivitas Pelayanan Nasabah, keandalan diartikan sebagai kemampuan layanan dalam menyelesaikan transaksi dan memenuhi kebutuhan nasabah dengan tepat dan akurat.

b. Indikator *Reliability* (Keandalan)

- Transaksi selesai tanpa kesalahan.
- Hasil layanan akurat sesuai permintaan.
- Proses layanan berjalan lancar tanpa gangguan teknis.

2. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

a. Pengertian *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Responsiveness (Daya Tanggap) adalah kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan bantuan dan layanan dengan cepat ketika dibutuhkan oleh pelanggan. Dimensi ini menekankan seberapa cepat dan sigap penyedia layanan merespon permintaan pelanggan.

Dalam Efektivitas Pelayanan Nasabah, daya tanggap diartikan sebagai kemampuan petugas atau sistem dalam menanggapi permintaan, secara cepat dan tepat. Indikator *Responsiveness* (Daya Tanggap).

b. Indikator *Responsiveness* (Daya Tanggap)

- Kecepatan proses transaksi.
- Kecepatan respon terhadap permintaan nasabah.
- Tidak menunggu lama untuk mendapatkan layanan.

3. *Assurance* (Jaminan)

a. Pengertian *Assurance* (Jaminan)

Assurance adalah kemampuan penyedia layanan untuk memberikan rasa percaya, keyakinan dan keamanan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan. Dimensi ini menekankan sejauh mana pelanggan merasa yakin bahwa layanan yang diberikan dapat dipercaya.

Dalam Efektivitas Pelayanan Nasabah, assurance diartikan sebagai tingkat jaminan keamanan dan kepercayaan yang dirasakan nasabah ketika menggunakan layanan, sehingga nasabah merasa yakin bahwa setiap transaksi yang dilakukan melalui sistem layanan diproses aman.

b. Indikator *Assurance* (Jaminan)

- Nasabah merasa aman saat melakukan transaksi.
- Sistem DigiCS memiliki tingkat keamanan yang baik.
- Kerahasiaan dan keamanan data nasabah terjamin.

2.1.11 Hubungan antara DigiCS dan Efektivitas Pelayanan

Digital Customer Service (DigiCS) memiliki peran penting dalam meningkatkan Efektivitas Pelayanan perbankan. Efektivitas pelayanan, dapat dilihat dari tercapainya pelayanan yang cepat, tepat dan mampu memberikan kepuasan kepada nasabah. Dalam penelitian ini, DigiCS diukur menggunakan dua dimensi dari *Technology Acceptance Model* (TAM), yaitu *perceived usefulness* (kegunaan yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan). Sedangkan Efektivitas Pelayanan diukur menggunakan tiga dimensi dari SERVQUAL, yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *assurance* (jaminan).

Hubungan antara *Digital Customer Service* (DigiCS) dan Efektivitas Pelayanan dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi tingkat kemanfaatan dan kemudahan penggunaan layanan digital, maka semakin meningkatkan keandalan layanan, kecepatan dalam merespons kebutuhan nasabah serta memberikan rasa aman dan kepercayaan dalam bertransaksi. Dengan demikian penerapan DigiCS yang baik akan berkontribusi langsung terhadap peningkatan Efektivitas Pelayanan kepada nasabah.

2.1.12 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Faadiyah Aulia Rihhadatul 'Aisy (2025).	Implementasi pelayanan menggunakan mesin customer service digital pada BCA KCP Hasanudin	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti penerapan layanan <i>Digital Customer Service</i> di perbankan.	Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, dimana penelitian ini lebih menekankan pada implementasi.	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa adanya kendala dari penerapan mesin customer service digital di BCA KCP Hasanudin.
2	Nurul Holida & Sofiah (2025)	Kualitas pelayanan mesin customer service (CS) digital dalam mengatasi permasalahan kartu ATM nasabah pada BCA Besuki Situbondo	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti mesin Customer Service Digital pada perbankan dan menggunakan pendekatan kuantitatif	Perbedaannya terletak pada variabel Y, dimana penelitian ini fokus pada kualitas layanan dalam penyelesaian masalah kartu ATM.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mesin CS digital meningkatkan kualitas pelayanan melalui kecepatan, kemudahan dan efisiensi dalam menyelesaikan masalah nasabah.
3	Dewita, ismawanto & Nurul (2024)	Analisis penerapan layanan digital <i>saving</i> dalam meningkatkan efektivitas operasional pada PT. Bank BRI Unit Sepinggan	Persamaannya yaitu sama – sama meneliti penerapan layanan perbankan digital dan berkaitan dengan efektivitas operasional melalui pemanfaatan digitalisasi.	Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, dimana penelitian ini lebih menekankan pada penerapan layanan digital <i>saving</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan layanan digital <i>saving</i> telah berjalan secara efektif dan dapat membantu operasional bank.

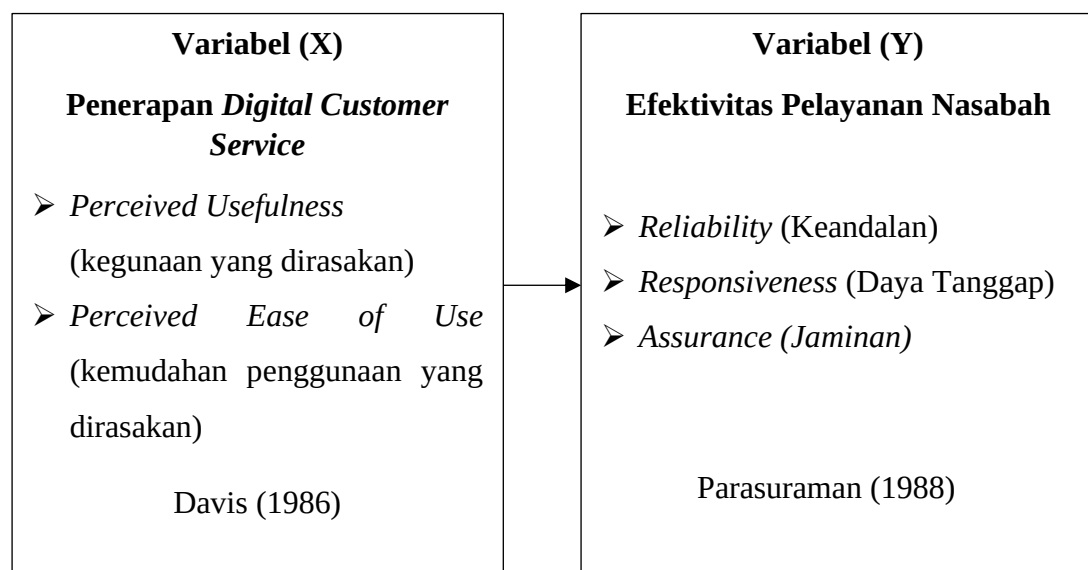
No	Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
4	Siti Nur Fikriyyatul Azizah, Tri Mega Asri & Rachma Bhakti Utami (2024)	Do e-service machines enhance <i>Digital Customer Service</i> in banking	Persamaan pada penelitian yaitu sama-sama meneliti terkait dengan layanan digital perbankan dari perspektif nasabah dan pendekatannya juga menggunakan pendekatan kuantitatif	Perbedaan dengan penelitian ini yaitu terletak pada fokus penelitian, penelitian ini menekankan kualitas layanan melalui mesin e-service BCA.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas mesin e-service sudah sangat memuaskan nasabah, namun perlu dilakukan evaluasi untuk peningkatan.
5	Permata, Sofia Ayu (2024)	Optimalisasi kualitas pelayanan melalui penerapan <i>Digital Customer Service</i> machine guna meningkatkan loyalitas nasabah BRI Cabang Adisucipto	Persamaan pada penelitian ini yaitu terletak pada fokus penelitian. Penelitian ini meneliti mengenai layanan digital perbankan dengan metode kuantitatif	Perbedaan pada penelitian ini yaitu penelitian ini lebih menekankan evaluasi e-service BCA untuk meningkatkan kepuasan nasabah.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai upaya optimalisasi kualitas pelayanan customer service guna meningkatkan kepuasan nasabah.
6	Ardiansyah, Fadel & Anisya (2024)	Penggunaan layanan mesin e-service dalam meningkatkan kecepatan dan kemudahan pelayanan di PT. Bank BCA (studi kasus PT. Bank BCA Tbk. KCU Malang)	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama meneliti penerapan layanan digital perbankan berupa mesin e-service dan fokus pada peningkatan kecepatan dan kemudahan pelayanan.	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada pendekatan penelitian, dimana penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menekankan pada deskripsi.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan mesin e-service ini memberikan dampak yang signifikan dan sangat baik dalam perbankan digital BCA.

No	Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
7	Tiffani Amelia & Yenni Nuraeni (2024)	Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat, dan fitur layanan terhadap kepuasan nasabah pengguna mesin CS digital bank BNI di kota Depok	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti mesin <i>Digital Customer Service</i> pada bank BNI dan menggunakan pendekatan kuantitatif.	Perbedaannya dengan penelitian ini yaitu terletak pada variabel Y, dimana penelitian ini berfokus pada kepuasan nasabah bukan efektivitas pelayanan nasabah.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan manfaat berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Fitur layanan tidak berpengaruh secara parsial..
8	Mustika Rahmawati & Nuniek Dewi Pramanik (2023)	Pengaruh pengadaan pelayanan digital (DigiCS) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang Perintis Kemerdekaan	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti DigiCS pada BNI dan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner untuk menilai pengaruh layanan digital	Perbedaannya yaitu terletak pada variabel Y yang mana pada penelitian ini variabel Y nya fokus pada kepuasan nasabah bukan efektivitas.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan <i>Digital Customer Service</i> perbankan memiliki pengaruh yang signifikan
9	Luh Nidiacitra & Gede Sri Darma (2023)	Menakar <i>Digital Customer Service</i> machine menggunakan human organization technology model	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti mengenai DigiCS dan menilai penerapan teknologi dalam pelayanan nasabah	Perbedaan ya penelitian ini menggunakan pendekatan Human Organization Technology, model untuk mengevaluasi kesesuaian sistem.	Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor teknologi yaitu information quality, service quality, system quality memiliki pengaruh terhadap faktor manusia.

No	Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
10	Alfie Tandiana Halim & Dienni Ruhjatini Sholihah (2022)	Analisis kualitas pelayanan dan efektivitas pelayanan mesin customer service digital BCA KCP Hasanudin	Persamaannya pada penelitian ini yaitu sama-sama meneliti mengenai layanan digital perbankan dengan pendekatan kuantitatif dan fokus efektivitas layanan.	Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, penelitian ini meneliti pengaruh terhadap kepuasan nasabah.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan efektivitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian fokus pada kualitas layanan, kepuasan nasabah sebagai variabel dependen. Sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada Efektivitas Pelayanan yang mencakup keandalan, daya tanggap dan jaminan. Oleh karena itu penelitian ini memiliki kebaruan dalam penerapan DigiCS dari perspektif Efektivitas Pelayanan Nasabah.

2.2 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh penerapan *Digital Customer Service* (DigiCS) terhadap Efektivitas Pelayanan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia KCP Cikurubuk Tasikmalaya. Secara teoritis, digitalisasi layanan meningkatkan keandalan, daya tanggap dan jaminan pelayanan. Tetapi secara empiris penerapan DigiCS belum sepenuhnya optimal sehingga menimbulkan kesenjangan antara teori dan kondisi lapangan.

Penelitian ini menguji hubungan antara variabel independen yaitu (Penerapan DigiCS) yang diukur melalui kegunaan yang dirasakan, dan kemudahan penggunaan yang dirasakan dengan variabel dependen yaitu (Efektivitas Pelayanan) yang diukur melalui keandalan, daya tanggap dan jamin. Oleh karena itu, semakin baik penerapan DigiCS, maka semakin tinggi Efektivitas Pelayanan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui kuesioner skala ordinal dengan likert kepada nasabah yang telah menggunakan layanan DigiCS dan hasilnya diharapkan memberikan bukti empiris dan menjadi dasar evaluasi pengembangan layanan digital.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran mengenai pengaruh penerapan *Digital Customer Service* (DigiCS) terhadap Efektivitas Pelayanan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia KCP Cikurubuk Tasikmalaya, maka terdapat hipotesis atau dugaan sementara mengenai pengaruh penerapan DigiCS terhadap Efektivitas Pelayanan Nasabah. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

H0 : Penerapan *Digital Customer Service* tidak berpengaruh terhadap Efektivitas Pelayanan Nasabah

H1 : Penerapan *Digital Customer Service* berpengaruh terhadap Efektivitas Pelayanan Nasabah