

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking* pada Masyarakat Kecamatan Medan Selayang

Factors Influencing The Use of Mobile Banking Services in The Community Medan Selayang District

Wanita Panjaitan^a, Haroni Doli Hamoraon^b

^{a,b} Universitas Sumatera Utara

✉ [wanitia09@gmail.com](mailto:wania09@gmail.com), hamoraonritonga@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola penggunaan layanan *mobile banking* dan faktor-faktor yang mempengaruhi layanan *mobile banking* pada masyarakat kecamatan Medan Selayang. Pengumpulan data primer dilakukan melalui *kuesioner* yang disebarakan kepada responden masyarakat (nasabah) bank di kecamatan medan selayang yang menggunakan *mobile banking*. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan uji *One Way ANOVA*, uji *Independent T-Test* dan Uji Homogenitas. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan antara faktor faktor yang mempengaruhi layanan *mobile banking* dan demografi yaitu faktor kesederhanaan operasional untuk pekerjaan dan kemudahan navigasi untuk pendidikan. Ada hubungan antara faktor faktor yang mempengaruhi layanan *mobile banking* dan kepemilikan bank yaitu faktor Kesederhanaan Operasional dan Kemudahan Navigasi. Ada hubungan antara faktor faktor yang mempengaruhi layanan *mobile banking* dan penggunaan layanan yaitu faktor Efektivitas Waktu dan Keamanan.

Kata Kunci: *Mobile banking*; Persepsi Pengguna; Pola Penggunaan.

Abstract

This study aims to determine the pattern of use of mobile banking services and the factors that influence mobile banking services in the people of Medan Selayang sub-district. Primary data collection was carried out through distributed questionnaires to community respondents (customers) of banks in Medan Selayang District who use mobile banking. The analytical method used is quantitative descriptive using the One Way ANOVA test, Independent T-Test and Homogeneity Test. The results of the study show that there is a relationship between the factors that influence mobile banking services and demography, namely operational simplicity for work and ease of navigation for education. There is a relationship between the factors that influence mobile banking services and bank ownership, namely the Simplicity of Operations and Ease of Navigation. There is a relationship between the factors that influence mobile banking services and service usage, namely the factors of Time Effectiveness and Security.

Keywords: Mobile banking; User Perceptions; Usage Patterns.

1. Pendahuluan

Mobile banking diluncurkan pertama kali oleh Excelcom pada akhir 1995. Peluncuran tersebut mendapatkan respons yang beragam dari masyarakat. Kemunculan *mobile banking* ini dilatar belakangi oleh

keinginan bank-bank untuk mendapatkan kepercayaan penuh dari para nasabahnya. Salah satu caranya adalah memanfaatkan teknologi [1].

Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan *menu* yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan di *instal* oleh nasabah. *Mobile banking* menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan *SMS banking* karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking [2].

Beberapa bank besar mencatat kenaikan transaksi melalui *mobile banking* mencapai dua digit. Kenaikan transaksi lewat aplikasi *mobile* ini sudah melebihi kenaikan transaksi di ATM dan *internet banking* [3]. Selain itu, pelanggan yang menggunakan *mobile banking* menemukan bahwa keunggulannya terletak pada efektivitas waktu, kenyamanan, keamanan, kesederhanaan operasional, dan kemudahan navigasi. Ini membantu dalam memperkaya pengalaman *mobile banking* mereka dan memiliki potensi untuk meningkatkan layanan *mobile banking* [4]

2. Landasan Teori

Permintaan konsumen terhadap sesuatu barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan merupakan faktor utama yang menentukan penerimaan penjualan perusahaan tersebut, dan oleh karena itu permintaan menjadi perhatian utama setia perusahaan. Pada tingkat harga konstan, semakin tinggi permintaan konsumen, maka penerimaan penjualan perusahaan juga semakin meningkat, demikian sebaliknya jika permintaan konsumen menurun maka penerimaan penjualan perusahaan akan menurun. Perusahaan berani mengeluarkan sejumlah biaya untuk mengaktifkan permintaan konsumen, manakala kemungkinan penerimaan penjualan yang diperoleh menghasilkan laba [5].

Mobile banking adalah suatu layanan *inovatif* yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone* [6]. *Mobile banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada *handphone*. Ada berbagai studi yang menyoroti adopsi teknologi pelanggan di perbankan dan memetakan tingkat kepuasan mereka. Sebuah studi yang dilakukan oleh Polatoglu menunjukkan bahwa pengguna awal dan pengguna internet *banking* yang berat lebih puas dengan layanan ini dibandingkan dengan pelanggan lain. Alasan utama di balik tidak digunakannya *mobile banking* adalah masalah keamanan dan masalah teknis untuk mendapatkan MPIN. Hasil serupa yang menyatakan bahwa di antara masalah keamanan, peretas dan penipuan bertanggung jawab atas tidak diadopsinya perbankan *online* dan *mobile* di Tiongkok. Ini juga dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Brown, Pasal 40 ayat (1) UU Perbankan yang mengatakan bahwa bank wajib merahasiakan keterangan mengenai nasabah penyimpan dan simpanannya. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 26 ayat (1) menjelaskan bahwa kecuali ditentukan lain oleh Peraturan Perundang-undangan, penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut. Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/6/PBI/2005 tersebut digunakan sebagai landasan operasional dari Pasal 26 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, agar nasabah tahu akan risiko yang ada dari tiap produk bank yang ditawarkan dan agar perlindungan atas penggunaan data pribadi nasabah terwujud.

3. Teknik Analisis

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah masyarakat kecamatan Medan Selayang yang menggunakan layanan *mobile banking*. Berdasar jumlah pengguna layanan *mobile banking* per Februari 2019 yaitu sebanyak 249.277 orang [7]. Penentuan sampel dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode *Non - Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*, teknik dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian [8]. Metode

pengumpulan data menggunakan *self administrated survey*, yaitu responden diminta untuk mengisi sendiri *kuesioner* yang diberikan. Sampel dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus Slovin. Dari jumlah populasi dengan batas toleransi sebesar 10%, 100 orang responden

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Kuesioner, memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, dimana responden yaitu masyarakat kecamatan Medan Selayang yang menggunakan layanan *mobile banking*. 2) Studi Kepustakaan, menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang sedang diteliti dimana informasi ini diperoleh dari penelitian terdahulu, karangan-karangan ilmiah, laporan tahunan badan-badan tertentu, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain. Teknik Analisis Data dalam penelitian ini penulis menggunakan dengan menggunakan program SPSS (*Statistic Product and Services Solution*) versi 22.0. Metode analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji Anova *One Way*, uji Homogenitas, dan uji *Independent T-Test*.

4. Pembahasan

Ada 5 faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan *mobile banking* pada masyarakat kecamatan Medan Selayang.

- Efektivitas Waktu
- Kenyamanan
- Keamanan
- Kesederhanaan Operasional

Berdasarkan hasil pengujian maka populasi dengan varians yang sama (*Homogen*) dapat dilihat dari *levene sig* kelima faktor dan demografi > 0.05 , untuk faktor efektivitas waktu, kenyamanan, keamanan, dan demografi *Anova/Welch F* > 0.05 H_0 diterima, sedangkan untuk kesederhanaan operasional untuk demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan *Anova/Welch F* > 0.05 maka H_0 diterima sedangkan demografi pekerjaan *Anova/Welch F* < 0.05 maka H_1 diterima. Untuk kemudahan navigasi untuk demografi jenis kelamin, usia, dan pekerjaan *Anova/Welch F* > 0.05 maka H_0 diterima sedangkan demografi pendidikan *Anova/Welch F* < 0.05 maka H_1 diterima. Dari hasil penelitian ini maka faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan *mobile banking* pada masyarakat kecamatan Medan Selayang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

5. Kesimpulan

Berdasarkan dari uji anova, *independent sample t-test*, dan uji homogenitas yaitu ada hubungan antara faktor faktor yang mempengaruhi layanan *mobile banking* dan demografi yaitu faktor kesederhanaan operasional untuk pekerjaan dan kemudahan navigasi untuk pendidikan *Anova/Welch F* < 0.05 sedangkan faktor yang lainnya tidak memiliki hubungan. Ada hubungan antara faktor faktor yang mempengaruhi layanan *mobile banking* dan kepemilikan bank yaitu faktor Kesederhanaan Operasional dan Kemudahan Navigasi *Anova/Welch F* < 0.05 sedangkan faktor yang lainnya tidak memiliki hubungan. Ada hubungan antara faktor faktor yang mempengaruhi layanan *mobile banking* dan penggunaan layanan yaitu faktor Efektivitas Waktu dan Keamanan *Anova/Welch F* < 0.05 sedangkan faktor yang lainnya tidak memiliki hubungan.

Referensi

- [1] Infobanknews. 2015. Digital Banking Mengulik Sejarah Mobile Banking <https://infobanknews.com/artikel/Digital-Banking/Mengulik-Sejarah-Mobile-Banking.html> (28 Feb.2019)
- [2] Shinhanbank. 2017. Pengertian Mobile Banking. <https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-mobile-banking> (13 Apr. 2019).
- [3] Keuangankontan. 2019. Transaksi Mobile Banking Tumbuh Dua Digit <https://keuangan.kontan.co.id/news/transaksi-mobile-banking-tumbuh-dua-digit-bank-siapkan-jaringan> (15 Mei 2019).

- [4] Bhatt, A. 2016. Factoring Affecting Customer's Adoption of Mobile Banking
- [5] Rasul, A.A. 2013. Ekonomi Mikro Dilengkapi Sistem Informasi Permintaan. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- [6] Riswandi, B.A. 2005. Aspek Hukum Internet Banking. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [7] Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2019). Pengguna Mobile Banking, Medan.
- [8] Sugiyono. 2016. Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.