



Analisis Faktor –Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking pada Mahasiswa Manajemen Universitas Andalas Kampus Payakumbuh

Maulidini Adha¹, Syuryatman Desri², Suci Humaira³, Rian Septa Hadi⁴

^a Ekonomi dan Bisnis / Manajemen, desrisuryatman@gmail.com, Universitas Andalas

^b Ekonomi dan Bisnis / Manajemen, maulidiniadha123@gmail.com, Universitas Andalas

^c Ekonomi dan Bisnis / Manajemen, sucihumairaa@gmail.com, Universitas Andalas

^d Ekonomi dan Bisnis / Manajemen, rianseptahadi028@gmail.com, Universitas Andalas

ABSTRACT

This research uses descriptive research methods with a case study approach. The main aim of this research is to describe what factors influence interest in using mobile banking among management students at Andalas University, Payakumbuh campus. The data collection process was carried out through literature study techniques and in-depth interviews. Based on the results of interviews that have been conducted, it was revealed that the interest and attraction of Management students at Andalas University, Payakumbuh Campus towards Mobile Banking revolves around the ease of carrying out transactions and checking account balances without the need to go to a Branch Office or ATM. Apart from that, interest in using Mobile Banking is also influenced by social factors. Mobile banking is a banking service that allows students to obtain information and carry out banking transactions via the Internet or cell phone with 24 hour access.

Keywords: Bank, Mobile Banking, Descriptive.

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguraikan faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi minat penggunaan mobile banking pada mahasiswa manajemen universitas andalas kampus Payakumbuh. Proses pengumpulan data dilakukan melalui teknik studi kepustakaan dan wawancara mendalam. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, terungkap bahwa minat dan ketertarikan mahasiswa Manajemen Universitas Andalas Kampus Payakumbuh terhadap Mobile Banking berkisar pada kemudahan dalam melakukan transaksi dan memeriksa saldo rekening tanpa perlu pergi ke Kantor Cabang atau ATM. Selain itu, minat penggunaan Mobile Banking juga dipengaruhi oleh faktor sosial. Mobile banking menjadi layanan perbankan yang memungkinkan mahasiswa untuk mendapatkan informasi dan melakukan transaksi perbankan melalui Internet atau telepon seluler dengan akses 24 jam

Kata Kunci: Bank, Mahasiswa, Mobile Banking.

1. PENDAHULUAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguraikan strategi Public Relations Ruangguru dalam upayanya membangun citra merek sebagai platform mitra belajar daring. Proses pengumpulan data dilakukan melalui teknik studi kepustakaan dan wawancara mendalam. Analisis data dilakukan menggunakan metode studi kasus, suatu pendekatan penelitian kualitatif yang memungkinkan peneliti untuk menyelidiki peristiwa nyata, baik satu atau beberapa kasus, dengan melakukan pengumpulan data secara teliti (Creswell, 2013).

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, terungkap bahwa minat dan ketertarikan mahasiswa Manajemen Universitas Andalas Kampus Payakumbuh terhadap Mobile Banking berkisar pada kemudahan dalam melakukan transaksi dan memeriksa saldo rekening tanpa perlu pergi ke Kantor Cabang atau ATM. Selain itu, minat penggunaan Mobile Banking juga dipengaruhi oleh faktor sosial. Mobile banking menjadi layanan perbankan yang memungkinkan mahasiswa untuk mendapatkan informasi dan melakukan transaksi perbankan melalui Internet atau telepon seluler dengan akses 24 jam. Kemudahan yang diberikan oleh Mobile Banking ini secara signifikan menarik minat mahasiswa yang menghargai kemudahan dan kepraktisan.

Menurut Nasir dan Yuslinaini (2017: 12), pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengaburkan batas-batas wilayah karena suatu wilayah dapat terhubung dengan wilayah lain dalam waktu yang bersamaan. Signifikansi informasi pada era ini mendorong munculnya ekonomi informasi, yang merupakan kegiatan ekonomi yang berfokus pada penyediaan informasi. Salah satu teknologi yang telah menjadi opsi bagi pengguna bank adalah Mobile Banking atau M-Banking. Mobile banking pertama kali diperkenalkan di Amerika Serikat pada pertengahan tahun 1990-an, di mana lembaga keuangan di negara tersebut mengadopsi dan mempromosikan mobile banking untuk meningkatkan pelayanan perbankan (Maharsi, 2017).

Harapannya, keberadaan M-Banking dapat mengoptimalkan kenyamanan transaksi bagi para nasabah. M-Banking memberikan kemudahan dalam berbagai aspek, termasuk pengecekan saldo, pengecekan tabungan, pembayaran tagihan, serta pembayaran listrik prabayar, semua dilakukan tanpa perlu mengunjungi kantor cabang atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Bahkan, nasabah dapat melakukan penarikan uang tanpa memerlukan kartu fisik. Komponen M-Banking ini kini populer di Indonesia dan telah membentuk pasar tersendiri.

Apabila kita memerhatikan aktivitas keuangan yang dilakukan, layanan mobile banking secara khusus lebih sering digunakan untuk tujuan mencari informasi. Bahkan, jumlah kegiatan pencarian informasi dapat mencapai tiga kali lipat lebih banyak dibandingkan dengan kegiatan transaksional. Fenomena ini muncul karena tingkat pemahaman yang masih terbatas di kalangan masyarakat Indonesia terkait melakukan transaksi melalui mobile banking. Tingkat kepercayaan nasabah terhadap risiko keamanan dalam menggunakan layanan mobile banking masih tergolong rendah, sementara kekhawatiran terkait risiko penipuan semakin meningkat. Fenomena ini diidentifikasi sebagai salah satu faktor yang berkontribusi pada pertumbuhan layanan mobile banking yang lambat (Riswandi, 2005).

Meskipun produk atau layanan teknologi mungkin sudah ada dalam waktu yang cukup lama, kemampuan perbankan elektronik masih tergolong baru bagi sebagian masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi bank untuk memahami perilaku konsumen, membantu mereka memahami produk baru, dan memutuskan apakah akan mengadopsinya. Memahami faktor-faktor yang mendorong konsumen untuk memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh bank dapat membantu bank memberikan nilai terbaik kepada konsumen dan, pada akhirnya, menciptakan keunggulan kompetitif bagi bisnis mereka

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bank

Sebuah lembaga keuangan yang memiliki kewenangan untuk menerima uang simpanan, memberikan pinjaman, dan menerbitkan alat pembayaran yang dikenal sebagai bank note disebut bank. Bank berperan sebagai entitas yang mengumpulkan dana dari masyarakat dalam berbagai bentuk dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan banyak orang.

2.2 Mobile Banking

Layanan mobile banking adalah fasilitas yang diberikan oleh bank kepada nasabahnya untuk melaksanakan berbagai transaksi perbankan menggunakan fitur yang ada pada ponsel pintar. Meskipun mirip dengan layanan SMS banking, mobile banking menawarkan beragam fitur yang lebih luas dibandingkan dengan SMS banking. Sementara SMS banking hanya memberikan informasi melalui pesan singkat, mobile banking memungkinkan pengguna untuk menjalankan berbagai transaksi melalui sejumlah fitur yang tersedia. Akses ke layanan mobile banking dapat dilakukan melalui dua cara. Salah satunya adalah dengan mengunduh aplikasi Layanan Mobile Banking dari App Store, sementara akses melalui menu penyedia juga menjadi opsi. Penting untuk diingat bahwa tidak semua penyedia layanan menawarkan mobile banking (cermati.com, 2015). Mobile banking adalah suatu layanan yang dipersembahkan oleh bank untuk mendukung berbagai jenis transaksi perbankan, dengan tujuan mencapai efektivitas dan efisiensi dalam pelayanan (Pertwi, NWDMY, dan Ariyanto, Dodik, 2017).

2.3 Minat

Menurut Jogiyanto (2017: 116), niat berperilaku merujuk pada keinginan atau minat seseorang untuk melaksanakan suatu perilaku tertentu. Dalam konteks ini, minat individu untuk melakukan suatu perilaku dapat diprediksi oleh sikapnya terhadap perilaku tersebut, dan juga oleh keyakinannya apakah orang lain akan menghargai tindakannya jika ia melaksanakan perilaku tersebut.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi metode penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguraikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan mobile banking di kalangan mahasiswa program Manajemen Universitas Andalas, Kampus Payakumbuh. Proses pengumpulan data dilakukan melalui teknik studi kepustakaan dan wawancara mendalam. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus, yang merupakan pendekatan penelitian kualitatif yang memungkinkan peneliti untuk menyelidiki peristiwa nyata, baik satu atau beberapa kasus, dengan melakukan pengumpulan data secara mendalam dan rinci (Creswell, 2013).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, terungkap bahwa minat dan ketertarikan mahasiswa Manajemen Universitas Andalas Kampus Payakumbuh terhadap Mobile Banking didorong oleh kemudahan dalam melakukan transaksi dan memantau saldo rekening tanpa harus pergi ke Kantor Cabang atau ATM. Minat dan dorongan ini muncul karena mahasiswa menganggap bahwa penggunaan Mobile Banking dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi mereka. Dengan menggunakan sistem Mobile Banking, mahasiswa Manajemen di kampus tersebut merasakan kemudahan dalam pekerjaan mereka dibandingkan dengan pendekatan manual atau tradisional.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa Manajemen Universitas Andalas Kampus Payakumbuh terhadap penggunaan Mobile Banking meliputi kemudahan dalam menerima kiriman uang bulanan dari orangtua dan melakukan transaksi di aplikasi perbelanjaan seperti Shopee. Dengan adanya kemudahan ini, mahasiswa merasa bahwa penggunaan Mobile Banking menjadi suatu kebutuhan, terutama dalam menerima uang bulanan dan berbelanja online melalui aplikasi seperti Shopee. Selain itu, bagi mahasiswa yang mendapatkan bantuan KIP Kuliah, Mobile Banking menjadi alat yang memudahkan mereka untuk memantau mutasi transaksi dan memastikan bahwa uang bantuan tersebut telah dikirimkan ke rekening mereka.

Selain itu, minat dalam menggunakan Mobile Banking juga dapat dipengaruhi oleh faktor personal. Faktor personal melibatkan beragam dan uniknya pemikiran, mencerminkan kepercayaan diri, pengendalian diri, perbedaan kondisi, dan interaksi sosial dengan orang lain. Melalui faktor personal ini, mahasiswa program Manajemen Universitas Andalas, Kampus Payakumbuh, menunjukkan tingkat kepercayaan diri terhadap minat penggunaan Mobile Banking. Hal ini membuat mereka merasa lebih nyaman dalam melakukan transaksi pembelian

di mana saja dan kapan saja. Selanjutnya, minat penggunaan Mobile Banking juga dapat dipengaruhi oleh faktor sosial. Faktor sosial melibatkan interaksi antara sekelompok orang yang bersama-sama mempertimbangkan aspek kebersamaan, status, atau penghargaan komunitas dalam konteks hubungan dengan teman, keluarga, dan orang tua. Interaksi ini dapat mempengaruhi keputusan bertransaksi. Faktor sosial tersebut memiliki dampak pada minat penggunaan Mobile Banking oleh mahasiswa program Manajemen Universitas Andalas, Kampus Payakumbuh. Faktor ini berpengaruh dalam bertransaksi dengan sesama teman, keluarga, dan orang tua secara efisien.

Berikutnya, minat penggunaan Mobile Banking juga dapat dianalisis melalui persepsi kemudahan. Banyak mahasiswa memilih menggunakan Mobile Banking karena mereka menganggap bahwa aplikasi ini mudah diakses, dapat dijangkau dengan mudah di berbagai tempat, dan kapan saja. Hal ini membantu meningkatkan interaksi keuangan mahasiswa dengan memberikan aksesibilitas yang lebih fleksibel.

Selanjutnya, minat penggunaan Mobile Banking juga dapat tercermin dari minat terhadap kenyamanan yang dirasakan. Banyak pelajar memilih untuk menggunakan Mobile Banking karena aplikasinya mudah diakses dan dapat diakses kapan pun dan di mana pun. Hal ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kemudahan interaksi dalam hal keuangan, menciptakan rasa kenyamanan bagi pengguna dalam melaksanakan aktivitas keuangan mereka.

Melalui proses tersebut, karyawan diberikan pelatihan dan pengembangan yang relevan dengan kinerja pekerjaannya, sehingga diharapkan dapat menjalankan tanggung jawab pekerjaannya dengan sebaik - baiknya. (Abdul Aziz Sholeh et.al. 2024 :82) Kondisi kerja yang baik adalah ketika manusia dapat melaksanakan pekerjaan secara optimal sehat, aman dan nyaman (Pandu Widodo, Hesti et al 2024:73)

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Mobile banking merupakan layanan perbankan yang memungkinkan mahasiswa memperoleh informasi dan melakukan transaksi perbankan melalui Internet atau telepon seluler dengan akses 24 jam. Kemudahan yang ditawarkan oleh Mobile banking banyak menarik minat mahasiswa yang menyukai hal-hal yang praktis dan tidak rumit. Mobile banking memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi minat dan penggunaannya pada mahasiswa Manajemen Universitas Andalas Kampus Payakumbuh. Beberapa variabel yang memainkan peran penting dalam memengaruhi minat tersebut melibatkan penerimaan uang bulanan dari orang tua dan KIP Kuliah, faktor pribadi, faktor sosial, dan persepsi kenyamanan yang dirasakan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa minat mahasiswa Manajemen Universitas

Andalas Kampus Payakumbuh terhadap penggunaan mobile banking meningkat secara signifikan, terutama karena kemampuannya dalam memudahkan transaksi seperti pembayaran biaya kuliah.

Beberapa saran untuk meningkatkan kualitas layanan pengiriman Shopee Express mencakup:

1. Meningkatkan Pengalaman Pengguna: Mobile Banking pada BRI dapat meningkatkan kualitas pengalaman pengguna yang lebih efisien dan menarik.
2. Meningkatkan Keamanan: Meningkatkan keamanan pada data pelanggan sehingga pelanggan akan lebih nyaman menggunakan aplikasi mobile banking.
3. Memperbarui Fungsionalitas: Tambahkan fitur baru yang bermanfaat dan diperlukan oleh pengguna.
4. Melakukan Perbaikan Berkala: Lakukan pembaruan rutin untuk perbaikan bug dan peningkatan kinerja.
5. Edukasi Pengguna: Melakukan edukasi kepada pengguna atm BRI tentang kemudahan penggunaan Mobile Banking.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiputra, M. W. (2017). Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 2(1), 56.
- Aziz Sholeh, Abdul et. Al. 2024. Kompensasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan pada PT. Insolent Raya di Surabaya, *Journal Of Management and Creative Business* Vol. 2 No. 1 Januari 2024, Halaman : 82 - 96
- Pandu Widodo, Hesti et. al. 2024. Dampak Pelatihan, Motivasi dan Lingkungan Kerja pada Kinerja Karyawan PT. KAI (Persero) di Stasiun Surabaya Pasar Turi, *Journal Of Management and Creative Business* 2 (1) , 66 - 8
- Islam, J. E., Mobile, M., Pada, B., Bank, P. T., Stabat, T. B. K. K. C. P., Tinggi, S., Islam, A., & Tanjung, M. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada PT. Bank Syariah Indonesia, TBK KCP Stabat Tessa*. 3(2), 127–141.
- Kurniawan, I. M. G. A. (2019). Sikap Dan Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Denpasar). *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 492–502. <http://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya>
- Maulidina, H. (2019). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, KEMUDAHAN, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH BANK

- DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BCA). In *ペインクリニック学会治療指針 2* (Nomor 2).
- Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87–104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 16(1), 160. <https://doi.org/10.17970/jrem.16.160110.id>
- Rizal, S., & Munawir. (2017). Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan Mobile Banking (M-Banking) Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh. *Jurnal EMT KITA*, 1(2), 68–78. <http://journal.lembagakita.org>
- Sampurno, G. (2015). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan, Kredibilitas, dan Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan Berulang E-Banking (Studi pada Mahasiswa FE UII Yogyakarta)*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/32227>
- Situmorang, R., Gultom, M., Barus, D. S., Yunita, N., & Siahaan, S. (2023). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking Oleh Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Di Universitas HKBP Nommensen Medan*. 3, 10697–10701.
- Terhadap, M., & Electronic, P. (2012). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa terhadap penggunaan*.
- Yani, E., Lestari, A. F., Amalia, H., & Puspita, A. (2018). Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model. *Jurnal Informatika*, 5(1), 34–42. <https://doi.org/10.31311/ji.v5i1.2717>
- Zuiderwijk, A., Janssen, M., & Dwivedi, Y. K. (2015). Acceptance and use predictors of open data technologies: Drawing upon the unified theory of acceptance and use of technology. *Government Information Quarterly*, 32(4), 429–440. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2015.09.005>