

PENGARUH M-BANKING TERHADAP MASYARAKAT DI DESA WANGANDOWO DALAM KESEHARIANNYA

Ahmad Hanif¹, Devy Arisandi², Bahtiar Effendi³

^{1,2} UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Email: hanifsaputra819@gmail.com¹, devy.arisandi@uingusdur.ac.id²,
bahtiar.effendi@uingusdur.ac.id³

ABSTRAK: Pengaruh m-banking terhadap masyarakat sehari-hari adalah subjek penelitian ini. Salah satu jenis perbankan yang menggunakan teknologi informasi adalah M-Banking. M-banking adalah layanan perbankan yang diberikan oleh bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan dan menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan mereka. Penelitian ini bersifat survei dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel purposif digunakan, yang berarti sumber data diambil berdasarkan pertimbangan tertentu. Data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah data primer berarti bahwa data dikumpulkan secara langsung dari sumber data tersebut. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian usability. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap masyarakat Wangandowo cukup baik dan puas. Kepercayaan memiliki pengaruh besar pada kesetiaan suatu hubungan secara keseluruhan, dan pengembangan kepercayaan adalah salah satu komponen penting dari proses pembentukan hubungan. Puncak pencapaian pelaku bisnis adalah loyalitas masyarakat. Masyarakat yang merasa puas dan senang tidak ragu-ragu untuk menyebarkan kabar yang baik tentang kepercayaan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengaruh m-banking terhadap masyarakat dalam kesehariannya menunjukkan tingkat kepuasan masyarakat terhadap layanan m-banking berada dalam kategori "Puas". Masyarakat merasa puas dengan semua layanan m-banking, seperti kinerjanya, fiturnya, tampilannya, serta keamanannya, yang bisa memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi masyarakat untuk melakukan transaksi kapan dan dimana saja.

Kata kunci: M-banking, Masyarakat dan Layanan

ABSTRACT: The influence of m-banking on everyday society is the subject of this research. One type of banking that uses information technology is Mobile Banking. Mobile banking is a banking service provided by banks to support the smoothness and ease of banking activities and is an opportunity for banks to offer added value to their customers. This research is survey in nature and uses a quantitative approach. In this research, a purposive sampling technique was used, which means the data source was taken based on certain considerations. The data used in conducting this research is primary data, meaning that the data is collected directly from the data source. The data collection technique used in this research is usability testing. The test results show that trust influences the Wangandowo community quite well and is satisfied. Trust has a major influence on the overall loyalty of a relationship, and the development of trust is an important component of the relationship formation process. The peak achievement of business people is community loyalty. People who are satisfied and loyal will not hesitate to become spreaders of good news who always spread goodness about beliefs. So, it can be concluded that the influence of m-banking on society in their daily lives shows that the level of public satisfaction with m-banking services is in the "Satisfied" category. People are satisfied with all m-banking services, such as their performance, features, appearance and security, which can make it easier and provide comfort for people to carry out transactions anytime and anywhere.

Keywords: M-banking, Community and Services

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan pertumbuhan teknologi yang cepat, era globalisasi telah banyak mengubah aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi, khususnya teknologi informasi telah banyak mengubah aspek kehidupan manusia. Kebutuhan akan teknologi untuk bertindak dengan cepat, praktis, efektif, serta efisien terutama dalam transaksi ditunjukkan oleh banyaknya aktivitas manusia di kota (R & Rukhviyanti, 2015). Aplikasi bisnis yang berbasis e-banking muncul sebagai hasil dari kemajuan teknologi telekomunikasi. E-banking bukan hanya bank yang menyediakan layanan perbankan melalui jaringan internet; itu juga memungkinkan pengguna mengakses informasi, berkomunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet (Pinontoan, 2013).

Dengan ini perkembangan perbankan hampir semua bank umum yang ada saat ini memiliki pelayanan e-banking atau *electronic banking*. Layanan ini tersedia dengan berbagai jenis jalur pengiriman yang umum seperti *ATM* maupun dengan jalur pengiriman lainnya seperti *SMS*, telepon, *EDC* atau *Electronic Data Capture*, dan internet (Tampubolon et al., 2015). Bank telah mengembangkan berbagai produk dan layanan yang menghasilkan dari m-banking yang memudahkan bank untuk berinteraksi dengan pelanggan mereka. *Mobile banking*, misalnya, adalah layanan informasi perbankan nirkabel paling baru yang ditawarkan oleh bank. Bank menggunakan teknologi telepon untuk mendukung kemudahan dan kelancaran kegiatan perbankan. Klien tidak perlu pergi ke *ATM* atau bank untuk melakukan transaksi seperti transfer uang, cek saldo, atau pembayaran tagihan *kecuali* penarikan uang tunai dengan *mobile banking* (R & Rukhviyanti, 2015)

Menurut Hadi dan Novi (Hadi & Novi, 2015), M-banking adalah jenis perbankan yang menggunakan teknologi informasi yang memungkinkan bank untuk memberikan nilai tambahan kepada pelanggan mereka.. Layanan ini diberikan oleh pihak bank guna untuk kemudahan dan kelancaran kegiatan perbankan. Penelitian ini menggunakan metrik persepsi seperti risiko, kepercayaan, dan pemanfaatan, serta kemudahan menggunakan layanan internet banking untuk mendorong masyarakat untuk menerima teknologi tersebut. Menurut (Ratmono & Septiana, 2021)

Masyarakat dapat melakukan semua transaksi perbankan dengan mudah dengan *mobile banking*. *Mobile banking* membuatnya sangat mudah bagi masyarakat untuk melakukan berbagai transaksi tanpa harus mengunjungi bank secara fisik. Selain itu, M-banking adalah fasilitas bagi pelanggan bank untuk melakukan transaksi perbankan di mana pun dan kapan pun mereka mau. Menurut (Aritonang et al., 2021)

Masyarakat masih belum memanfaatkan sepenuhnya kemudahan yang ditawarkan oleh pihak perbankan untuk layanan M-banking karena disebabkan oleh sejumlah alasan. Misalnya, banyak nasabah belum tahu tentang layanan ini, yang berarti kurangnya sosialisasi tentangnya. Selain itu, beberapa nasabah masih kurang memahami cara menggunakan layanan berbasis digital, sehingga mereka kurang memahaminya. Menurut (Amalia & Hastriana, 2022)

Salah satu kelemahan layanan *mobile banking* adalah bahwa itu bergantung pada ketersediaan jaringan internet yang bersangkutan. Jika jaringan tidak tersedia, maka layanan tidak dapat digunakan dan transaksi tidak dapat dilakukan. *Mobile banking* tidak hanya memberikan kelancaran, kemudahan, serta kenyamanan dalam melakukan kegiatan transaksi tetapi juga memberikan keamanan bagi setiap penggunaannya. Setiap

pengguna yang menggunakan mobile banking harus memasukkan password untuk menjaga data pribadi mereka aman. Menurut (Aritonang et al., 2021)

Manfaat Penggunaan M-banking menurut Maryanto Supriyono (Adela, 2020) berikut beberapa keuntungan yang bisa diperoleh dari penggunaan M-banking:

1. Sangat mudah untuk melakukan berbagai kegiatan transaksi perbankan secara langsung karena tidak lagi datang langsung ke bank *kecuali* pengguna belum mendaftarkan nomor ponselnya.
2. Praktis dan pengguna bisa melakukan transaksi perbankan secara langsung melalui ponsel pengguna mereka.
3. Keamanan M-banking memiliki sistem perlindungan terbaik yang diprogram secara otomatis sejak pertama melakukan pendaftaran.
4. Penggunaan M-banking yang mudah dirancang untuk menjadi mudah digunakan. Pelanggan dapat memilih kegiatan transaksi dari menu tanpa menghapuskan kode transaksi yang ingin mereka lakukan. Pin yang bisa dipilih sendiri dan nomor ponsel yang telah di daftarkan juga digunakan untuk memastikan keamanan transaksi.
5. Berbagai kegiatan transaksi yang dilakukan oleh pengguna di *ATM* kini bisa dilakukan melalui M-banking, *kecuali* penarikan uang tunai. Ini membuat pengguna merasa seperti memiliki *ATM* dalam gengaman tangan.

Penulis ingin melakukan penelitian tentang minat masyarakat dalam menggunakan fasilitas m-banking karena mereka menyadari betapa pentingnya manfaat dan kemudahan bertransaksi dengan fasilitas ini untuk mengurangi masalah dan hambatan dalam pelayanan perbankan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Studi survei jenis ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif (Sugiyono, 2011). Didalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel purpasif digunakan, yang berarti sumber data diambil berdasarkan hasil pertimbangan yang tertentu (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini, kriteria sampel adalah masyarakat di desa Wangandowo yang menggunakan aplikasi M-banking setiap hari. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang berarti data diambil langsung dari sumbernya (Sugiyono, 2011). Masyarakat desa Wangandowo, yang terdiri dari 30 orang pelanggan M-banking, adalah sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data ini. Pengujian usability digunakan sebagai metode pengumpulan data. Terakhir, diagram batang responden digunakan untuk menganalisis data penelitian ini.

Menurut Nielsen (Nielsen, 2012), usability diartikan kualitas yang menjelaskan atau mengukur seberapa mudah suatu antar muka (*interface*) digunakan. Kata "usability" juga dapat mengacu pada teknik untuk membuat antar muka lebih mudah digunakan selama proses desain. Test kegunaan dinilai dengan lima kriteria, yaitu:

1. **Learnability** bermanfaat untuk mengukur seberapa mudah melakukan tugas yang sederhana saat pertama kali melihat desain.
2. **Efisiensi** bermanfaat untuk Mengukur kecepatan menyelesaikan tugas tertentu setelah pengguna mempelajari desain tersebut.
3. **Memori** bermanfaat untuk mengetahui seberapa cepat pengguna belajar menggunakan program desain yang ada tersebut ketika kembali setelah lama.

4. **Errors** bermanfaat untuk membantu melacak jumlah kesalahan yang dilakukan setiap pengguna, jenis kesalahan yang dibuat dan seberapa mudah penyelesaiannya.
5. **Satisfaction** bermanfaat untuk menentukan tingkat kepuasan dengan desain.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Hasil dari survei yang dilakukan pada 30 sampel untuk mengevaluasi kelayakan aplikasi M-banking berdasarkan lima variabel usability adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Jawaban Variabel Learnability

No.	Kategori Penilaian	Jawaban
1.	Sangat mudah	5
2.	Mudah	18
3.	Sulit	5
4.	Sangat sulit	2

Tabel 1. menunjukkan jumlah pengguna yang memilih jawaban untuk variabel learnability, yaitu:

1. Jumlah pengguna yang menilai pertanyaan sangat mudah sebanyak 5 orang/
2. jumlah pengguna yang menilai pertanyaan mudah sebanyak 18 orang.
3. jumlah pengguna yang menilai pertanyaan sulit sebanyak 5 orang.
4. jumlah pengguna yang menilai pertanyaan sangat sulit sebanyak 2 orang.

Hasil analisis variabel learnability yang dilakukan terhadap pertanyaan variabel learnability adalah paling banyak jumlah jawaban pengguna dengan kategori mudah sebanyak 18 orang dan yang paling sedikit kategori sangat sulit sebanyak 2 orang.

Tabel 2. Hasil Jawaban Variabel Efficiency

No.	Kategori Penilaian	Jawaban
1.	Sangat cepat	3
2.	Cepat	23
3.	Lambat	4
4.	Sangat lambat	0

Tabel 2. menunjukkan jumlah pengguna yang memilih jawaban untuk variabel Efficiency, yaitu:

1. Jumlah pengguna yang menilai pertanyaan sangat cepat sebanyak 3 orang.
2. jumlah pengguna yang menilai pertanyaan cepat sebanyak 23 orang.
3. jumlah pengguna yang menilai pertanyaan lambat sebanyak 4 orang.
4. jumlah pengguna yang menilai pertanyaan sangat lambat sebanyak 0 orang.

Hasil analisis variabel efficiency yang dilakukan terhadap pertanyaan variabel efficiency adalah paling banyak jumlah jawaban pengguna dengan kategori cepat 23 jawaban dan yang paling sedikit kategori sangat lambat yaitu sebanyak 0 jawaban.

Tabel 3. Hasil Jawaban Variabel Memorability

No.	Kategori Penilaian	Jawaban
-----	--------------------	---------

1.	Sangat cepat	5
2.	Cepat	23
3.	Lambat	2
4.	Sangat lambat	0

Tabel 3. menunjukkan jumlah pengguna yang memilih jawaban untuk variabel memorability, yaitu:

1. Jumlah pengguna yang menilai pertanyaan sangat cepat sebanyak 5 orang.
2. jumlah pengguna yang menilai pertanyaan cepat sebanyak 23 orang.
3. jumlah pengguna yang menilai pertanyaan lambat sebanyak 2 orang.
4. jumlah pengguna yang menilai pertanyaan sangat lambat sebanyak 0 orang.

Hasil analisis variabel memorability yang dilakukan terhadap pertanyaan variabel memorability adalah paling banyak jumlah jawaban responden dengan kategori cepat 23 jawaban dan yang paling sedikit kategori sangat lambat yaitu sebanyak 0 jawaban

Tabel 4. Hasil Jawaban Variabel Errors

No.	Kategori Penilaian	Jawaban
1.	Sangat sering	0
2.	Sering	2
3.	Kadang-kadang	2
4.	Tidak pernah	26

Tabel 4. menunjukkan jumlah pengguna yang memilih jawaban untuk variabel errors, yaitu:

1. Jumlah pengguna yang menilai pertanyaan sangat sering sebanyak 0 orang.
2. jumlah pengguna yang menilai pertanyaan sering sebanyak 2 orang.
3. Jumlah pengguna yang menilai pertanyaan kadang-kadang sebanyak 2 orang.
4. jumlah pengguna yang menilai pertanyaan tidak pernah sebanyak 26 orang.

Hasil analisis variabel errors yang dilakukan terhadap pertanyaan variabel errors adalah paling banyak jumlah jawaban pengguna dengan kategori tidak pernah 26 jawaban dan yang paling sedikit kategori sangat sering sebanyak 0 jawaban.

Tabel 5. Hasil Jawaban Variabel Satisfaction

No.	Kategori Penilaian	Jawaban
1.	Sangat puas	10
2.	Puas	17
3.	Tidak puas	3
4.	Sangat tidak puas	0

Tabel 5. menunjukkan jumlah pengguna yang memilih jawaban untuk variabel satisfaction, yaitu:

1. Jumlah pengguna yang menilai pertanyaan sangat puas sebanyak 10 orang.
2. jumlah pengguna yang menilai pertanyaan puas sebanyak 17 orang.
3. jumlah pengguna yang menilai pertanyaan tidak puas sebanyak 3 orang.

4. jumlah pengguna yang menilai pertanyaan sangat tidak puas sebanyak 0 orang.

Hasil analisis variabel satisfaction yang dilakukan terhadap pertanyaan variabel satisfaction adalah paling banyak jumlah jawaban pengguna dengan kategori puas 17 jawaban dan yang paling sedikit kategori sangat tidak puas yaitu sebanyak 0 jawaban.

3.1 Pembahasan

a. Pengaruh m-Banking terhadap loyalitas Masyarakat

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa m-banking memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap loyalitas masyarakat. Penelitian sebelumnya menunjukkan hubungan dengan sikap masyarakat yang didorong oleh kesukaan dan kepuasan masyarakat.

b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Masyarakat

Kualitas pelayanan m-banking berdampak pada penggunaan aplikasi m-banking di masyarakat. Hasil penelitian masyarakat menunjukkan bahwa layanan m-banking cukup baik dan pelanggannya puas.

c. Pengaruh layanan terhadap kepercayaan Masyarakat

Hasil pengujian menunjukkan bahwa masyarakat desa Wangandowo cukup puas dengan kepercayaan. Kepercayaan memiliki pengaruh besar pada kesetiaan suatu hubungan secara keseluruhan, dan pengembangan kepercayaan adalah salah satu komponen penting dari proses pembentukan hubungan. Puncak pencapaian pelaku bisnis adalah loyalitas masyarakat. Masyarakat yang merasa puas dan senang tidak ragu-ragu untuk menyebarkan kabar yang baik tentang kepercayaan.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti bisa disimpulkan bahwa Masyarakat dapat melakukan semua transaksi perbankan dengan mudah dengan mobile banking. Mobile banking membuatnya sangat mudah bagi masyarakat untuk melakukan berbagai transaksi tanpa harus mengunjungi bank secara fisik. Selain itu, M-banking adalah fasilitas bagi pelanggan bank untuk melakukan transaksi perbankan di mana pun dan kapan pun mereka mau. Kelemahan layanan mobile banking adalah bahwa itu bergantung pada ketersediaan jaringan internet yang selalu bersangkutan. Jika jaringan tidak tersedia, maka layanan tidak dapat digunakan dan transaksi tidak dapat dilakukan. Mobile banking tidak hanya memberikan kelancaran, kemudahan, dan kenyamanan bertransaksi, tetapi juga harus bisa memberikan keamanan bagi setiap pengguna. Setiap pengguna yang menggunakan mobile banking harus memasukkan password untuk menjaga data pribadi mereka aman. Pengaruh m-banking terhadap masyarakat secara keseluruhan berdampak pada tingkat kepuasan masyarakat terhadap layanan m-banking yang berada dalam kategori "Puas". Masyarakat merasa puas dengan semua layanan m-banking, seperti kinerjanya, fiturnya, tampilannya, serta keamanannya, yang bisa memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi masyarakat untuk melakukan kegiatan transaksi kapan dan dimana saja.

5. DAFTAR PUSTAKA

Adela, M. (2020). *Pengaruh layanan m-banking terhadap kepuasan nasabah*. IAIN

METRO.

- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia. *Journal of Islamic Economics*, vol.1 NO.1, 72.
- Aritonang, R. Y., Afifah, I. N., & Nurlinda. (2021). Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan M-Banking Pada Pt Bank Sumut KC Kisaran. *Jurnal Akuntansi*, vol.2 no.1(KONSEP), 453.
- Hadi, S., & Novi. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, vol.5 no.1, 55.
- Nielsen, J. (2012). *Usability 101:Introduction to Usability*. <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>
- Pinontoan, W. (2013). Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank mandiri Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, vol.1 NO.4, 193–201.
- R, yudhi w. arthan., & Rukhviyanti, N. (2015). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Informasi*, vol.7 no.1, 25.
- Ratmono, & Septiana, N. (2021). Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking BRI Konvensional: Studi Pada Mahasiswa FEB UM METRO. *Jurnal Manajemen*, vol.15 NO., 297.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta.
- Tampubolon, Nelson, Lubis, I., Siregar, & E, A. (2015). *Bijak Ber-ebanking*. Otoritas Jasa Keuangan.