

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN, DAN RISIKO TERHADAP
MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING**
(Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Jember)

Silvania Putri Halim
silvaniaputri01@gmail.com
Universitas Muhammadiyah
Jember

Muhammad Naely Azhad
naelyazhad52@gmail.com
Universitas Muhammadiyah
Jember

Ira Puspitadewi S
irapuspita@unmuhjember.ac.id
Universitas Muhammadiyah
Jember

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari kemudahan, kemanfaatan, dan risiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember. Mobile banking adalah tindakan melakukan transaksi keuangan online dengan bantuan perangkat telekomunikasi mobile seperti ponsel atau tablet. Melalui ponsel, pengguna perbankan dapat mengakses layanan keuangan dan nonkeuangan seperti manajemen rekening, informasi saldo, pemindahan, pembayaran tagihan, perubahan PIN dan permintaan buku. Jenis penelitian ini penelitian kausalitas. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Sampel yang digunakan sebanyak 130 responden. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan sedangkan kemanfaatan dan risiko berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember.

Kata kunci: *mobile banking, kemudahan, kemanfaatan, risiko, dan minat nasabah.*

1. PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini menuntut dunia perbankan untuk menunjukkan kinerja dan pelayanan yang semakin baik. Menurut (Rithmaya, 2016) perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi dalam bentuk *internet banking*, *mobile banking* yang berbasis *smartphone*, berupa aplikasi yang didalamnya terdapat banyak opsi-opsi sesuai dengan kebutuhan nasabah dan aplikasi tersebut diciptakan guna mempermudah

dan mempercepat sistem transaksi dijamin yang serba instan ini untuk merebut pangsa pasar. *E-channel* adalah layanan perbankan menggunakan media elektronik seperti mobile banking, SMS banking, internet banking. Dengan adanya *e-channel* serasa ATM ada dalam genggaman (Website Bank Mandiri 2022). Otoritas Jasa Keuangan mengungkapkan, secara data dan pengguna *e-channel* cukup meyakinkan. Di mana jumlah pengguna *e-channel* terus mengalami peningkatan.

Berikut dapat diketahui data untuk tabel *e-channel* secara nasional pada periode 2020 – 2021:

**Tabel 1.1 Data *E_Channel* Nasional
Tahun 2020-2021**

<i>E channel</i> Nasional		Periode	
		2020	2021
<i>Phone banking</i>	Volume	2.132,82	181.995
	Nominal	17.448.179,33	17.448.179
<i>Mobile Banking</i>	Volume	347.055.162,00	347.055.162
	Nominal	487.135.225,63	487.135.226
<i>Internet Banking</i>	Volume	127.991.742,00	127.991.742
	Nominal	2.162.602.819,63	2.162.602.820
Total	Volume	475.228.582,00	475.228.582
	Nominal	2.667.186.224,59	2.667.186.225

Sumber: Bank Indonesia (bi.go.id)

Berdasarkan data *e-channel* nasional dapat diketahui bahwa periode tahun 2020 dan tahun 2021 mengalami sedikit peningkatan penggunaan data *e-channel* nasional sebesar 2.667.186.225. Hal ini dapat diketahui dari minat nasabah dalam setiap tahunnya yang menggunakan data *e-channel* dapat menarik minat nasabah karena dalam penggunaannya memberikan kemudahan serta kemanfaatan yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Maka bisa dilihat dari segi *volume* yang paling banyak di minati nasabah adalah *mobile banking*.

Dalam penggunaan *mobile banking* dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain adalah kemudahan penggunaan, manfaat, kepercayaan, kemampuan akses dan risiko.

Minat nasabah merupakan suatu motivasi yang terus terekam dalam

benak konsumen dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benak konsumen (Indriyani, 2018). Salah satu faktor dalam minat nasabah adalah kemudahan yang dibutuhkan oleh nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Kemudahan didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami (Rithmaya, 2016). Faktor kedua yang mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* adalah kemanfaatan. Kemanfaatan yang dimaksud adalah di dalam aplikasi *mobile banking* terdapat banyak fitur-fitur yang lengkap seperti

pembelian pulsa, token listrik, top up, dan paket data (Website Bank Syariah Indonesia).

Faktor ketiga yang mempengaruhi penggunaan mobile banking adalah risiko. Menurut (Indriyani, 2018), persepsi terhadap resiko (*perceived risk*) adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata.

Penggunaan *mobile banking* yang banyak digunakan nasabah tidak menutup kemungkinan banyak permasalahan-permasalahan yang terjadi terkait kemudahan, kemanfaatan, dan risiko. Permasalahan yang terjadi dalam kemudahan yaitu dalam aplikasi *mobile banking* sering mengalami gangguan, khususnya di malam hari misalnya seperti aplikasi yang tidak bisa dibuka dan digunakan karena sistem dari bank masih kurang baik sehingga para nasabah menjadi kesulitan saat bertransaksi.

Permasalahan yang terjadi dalam kemanfaatan yaitu banyak nasabah yang masih belum tahu tentang manfaat fitur-fitur yang ada di dalam layanan *mobile banking*. Terakhir permasalahan yang terjadi dalam risiko adalah kurangnya sosialisasi pada para nasabah sehingga nasabah kurang memahami dan takut untuk mencoba bertransaksi menggunakan sistem. Selain itu, risiko dapat timbul jika

nasabah mulai takut akan kebocoran informasi rekening dan gagalnya transaksi nasabah yang diperlukan sangat cepat (Website Bank Syariah Indonesia, 2022).

2. KERANGKA TEORITIS

Definisi Manajemen Pemasaran

Menurut (Kotler & Keller, 2012) manajemen pemasaran diartikan sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang umum.

Perilaku Konsumen

Definisi perilaku konsumen menurut (Kotler & Keller, 2012) adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Minat

Menurut Ferdinand (2016) minat beli konsumen dapat diartikan sebagai minat beli yang mencerminkan hasrat dan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk.

a. Indikator-indikator Minat

Menurut (Ferista, 2014) terdapat 4 indikator dalam minat, yaitu sebagai berikut:

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk

mereferensikan produk kepada orang lain.

3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganggi jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
4. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Mobile Banking

Menurut Bank Indonesia (2022) 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 diinstal 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.

Kemudahan

Menurut (Farizi & Syaefullah, 2013) kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Menurut Laksana et al (2015), kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana kepercayaan seseorang bahwa menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari usaha.

- a. Indikator-indikator Kemudahan

Indikator kemudahan penggunaan menurut (Rithmaya, 2016), adalah:

1. Mudah dipelajari.
2. Fleksibel.
3. Dapat mengontrol pekerjaan.
4. Mudah digunakan

Kemanfaatan

Menurut (Kholid & Soemarso, 2019) manfaat penggunaan ialah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaan yang dilakukannya.

- a. Indikator-indikator Kemanfaatan

Indikator manfaat menurut (Rithmaya, 2016) adalah:

1. Meningkatkan kinerja pekerjaan.
2. Menjadikan pekerjaan lebih mudah.
3. Keseluruhan teknologi yang digunakan dirasakan bermanfaat.

Risiko

Menurut (Farizi & Syaefullah, 2013), bila diadaptasikan dengan konteks penelitian, persepsi risiko adalah persepsi pengguna internet terhadap ketidakpastian dan konsekuensi yang dihadapi saat menggunakan transaksi online.

- a. Indikator-indikator Risiko

Menurut (Sakti, 2013) indikator-indikator untuk mengukur variabel risiko yaitu:

1. Besarnya risiko.
2. Keamanan transaksi.
3. Kebutuhan transaksi.
4. Jaminan keamanan dari bank.

3. METODE PENELITIAN

Sampel

Menurut (Sujarweni, 2015) sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh

populasi. Menurut (Ferdinand, 2014) dalam menentukan jumlah sampel yaitu dengan rumus jumlah indikator dikali 5-10. Dalam penelitian ini terdapat 13 indikator, maka sampel yang diperoleh yaitu $13 \times 10 = 130$ responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Menurut (dalam Sugiyono, 2017) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan tertulis kepada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember untuk menjawabnya. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan daftar pernyataan yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang akan dipakai untuk menghasilkan informasi tertentu, dilakukan dengan pemberian suatu daftar pernyataan dengan indikator masing- masing variabel.

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan teori Ferdinand (2014) yaitu skala interval. Skala interval yang digunakan dalam penelitian ini adalah bipolar adjective dalam rentang 1-10, untuk menghindari jawaban responden yang cenderung memilih jawaban ditengah karena akan menghasilkan respon yang mengumpul ditengah.

Analisa Regresi Linier Berganda

Menurut (Ferdinand, 2014) menyatakan model regresi adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen. Analisis regresi

berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (independent) yaitu: pengaruh kemudahan (X1), kemanfaatan (X2), dan resiko (X3) terhadap variabel terikat (dependent) minat nasabah (Y).

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil regresi linier berganda yaitu $Y = 27.150 + 0,053 + 0,146 + 0,133$ menunjukkan bahwa Kemudahan, Kemanfaatan dan Risiko berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia Cabang Jember.

Hasil Uji t (Parsial) sebagai berikut:

- Hasil uji t menunjukkan bahwa Nilai t hitung yang dihasilkan variabel Kemudahan yaitu 0,921 dengan nilai sig. 0,359. Hasil nilai sig. 0,359 lebih besar daripada 0,05 artinya secara parsial variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi BSI *Mobile*.
- Nilai t hitung yang dihasilkan variabel Kemanfaatan yaitu 2,186 dengan nilai sig. 0,031. Hasil nilai sig. 0,031 lebih kecil daripada 0,05 artinya secara parsial variabel kemanfaatan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi BSI *Mobile*.
- Nilai t hitung yang dihasilkan variabel Risiko yaitu 2,198 dengan nilai sig. 0,030. Hasil nilai sig. 0,030 lebih kecil daripada 0,05 artinya secara parsial variabel risiko berpengaruh secara signifikan

terhadap minat menggunakan aplikasi BSI *Mobile*.

Koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,560 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel kemudahan, kemanfaatan dan risiko terhadap variabel minat dipengaruhi sebesar 56%, sementara sisanya 44% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari data yang didapat dan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka yang dapat disimpulkan oleh peneliti adalah :

1. Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI). Hasil temuan ini membuat perusahaan Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember harus lebih meningkatkan kemudahan tentang fitur-fitur pada mobile banking dalam menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI).
2. Kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI). Hasil temuan ini berarti semakin baik perusahaan Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember dalam meningkatkan kemanfaatan tentang fitur-fitur pada *mobile banking*, maka akan semakin tinggi tingkat minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI).
3. Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI). Hasil temuan ini berarti semakin baik perusahaan

Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember dalam meminimalisir risiko yang terjadi pada *mobile banking*, maka akan semakin tinggi tingkat minat nasabah dalam menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI).

Saran

1. Bagi perusahaan Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember
 - a. Mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember disarankan dari segi kemudahan agar lebih dikembangkan lagi sehingga para nasabah akan semakin mudah menggunakan *mobile banking* saat bertransaksi.
 - b. Mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember disarankan dari segi kemanfaatan agar lebih banyak lagi manfaat yang diberikan kepada nasabah sehingga para nasabah lebih nyaman dalam menggunakan *mobile banking* saat bertransaksi.
 - c. Mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember disarankan dari segi risiko agar lebih ditingkatkan lagi keamanannya agar nasabah tidak takut untuk bertransaksi menggunakan *mobile banking*.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Diharapkan melakukan penelitian dengan lebih mengembangkan variabel-variabel tentang *mobile banking* agar pemahaman tentang dunia perbankan lebih dimengerti.
 - b. Agar lebih memetakan sampel penelitian lebih luas lagi agar hasil penelitian dan data yang didapatkan lebih baik dan tepat sasaran.

Daftar Pustaka

- Farizi, H., & Syaefullah, S. (2013). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan internet banking. *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya Malang*.
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen, Semarang, Badan. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferista, Y. (2014). Pengaruh risiko yang di persepsikan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli pada konsumen kaskus website di Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi Manajemen Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta*.
- Indriyani, E. (2018). *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Risiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank BUMN Di Kota Surakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2019). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah: Journal Science of Economic and Syariah Banking*, 8(2), 49–57.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management: Philip Kotler, Kevin Lane Keller*. Pearson.
- Sakti, M. B. (2013). *Pengaruh Persepsi Pengguna Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Minat Dan Penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (ATM)(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Ponggok Kabupaten Blitar)*. Brawijaya University.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi*.
- 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), 160–177.

Website Bank Indonesia 2022 :

<https://www.bi.go.id/id/default.aspx>

Website Bank Indonesia Syariah 2022:

<https://www.bankbsi.co.id/>

Website Bank Mandiri 2022 :

<https://bankmandiri.co.id/>