

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA di Pangkalpinang Terhadap *Mobile Banking*

Agus Dendi Rachmatsyah
STMIK Atma Luhur Pangkalpinang,
Jl. Jend. Sudirman, Selindung, Pangkalpinang, Bangka Belitung
e-mail : dendi@atmaluhur.ac.id

Abstrak

Penggunaan teknologi informasi yang semakin berkembang telah dimanfaatkan untuk aspek bisnis dan telah mempengaruhi perkembangan perbankan yang semakin efisien dan ditujukan untuk memenuhi kepuasan nasabah. Bank BCA merupakan salah satu bank yang mengembangkan inovasi layanan mobile banking yang dinamakan BCA Mobile. Mobile banking merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi melalui jaringan internet. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah yang menggunakan mobile banking. Metode penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebanyak 75 responden. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan, informasi tentang layanan, serta persepsi manfaat merupakan faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan mobile banking.

Kata Kunci : mobile banking, kualitas layanan, informasi layanan, persepsi manfaat, minat nasabah

1. PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi informasi yang semakin pesat telah mempengaruhi industri perbankan, termasuk *mobile banking* yang merupakan salah satu contoh dari perkembangan teknologi yang semakin maju. Ini merupakan kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya, yaitu tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tetapi juga kemudahan serta kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara *online* tanpa mengharuskan nasabahnya untuk datang dan mengantri di bank maupun ATM. Menurut [1], Kemudahan dan kenyamanan ini dapat dinikmati melalui layanan *mobile banking*. Keunggulan dari *mobile banking*, yaitu nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa dibatasi oleh waktu. Selain itu, keunggulan dari *mobile banking* adalah keamanan *user id* yang tidak setiap orang bisa mengetahuinya, kecuali pemiliknya [2]. Ada banyak layanan dalam *mobile banking*, seperti informasi saldo, deposito, transfer dana, pembayaran tagihan, serta pengisian ulang pulsa. Semuanya dapat dilakukan dengan mudah dengan cara menginstall aplikasi BCA *mobile* di *handphone*. Berdasarkan keunggulan yang dimiliki *mobile banking* tersebut membuat nasabah memiliki minat yang besar terhadap layanan *mobile banking*. *Mobile banking* adalah salah satu bagian dari *e-banking* yang merupakan layanan informasi perbankan via *wireless* yang ditawarkan oleh pihak bank dengan menggunakan teknologi *handphone* untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Persepsi manfaat secara tidak langsung juga mempengaruhi sikap penggunaan layanan *mobile banking*, dan nasabah diharapkan akan lebih sering menggunakan layanan *mobile banking* sebagai transaksi perbankan non tunai yang lebih fleksibel. Kemudahan dalam penggunaan juga merupakan faktor yang penting dalam penggunaan layanan *mobile banking* dikarenakan nasabah akan mempertimbangkan sistem layanan, apakah sistemnya rumit atau mudah dan apabila sistemnya rumit, maka nasabah cenderung akan memilih menggunakan layanan ATM yang ada.

Berdasarkan indeks kepuasan nasabah bank komersial yang dirilis info bank, secara konsisten dari tahun sebelumnya, Bank Central Asia (BCA) berada pada papan atas bank komersial yang memberikan kepuasan pada nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang diberikan sudah cukup baik sehingga nasabah memiliki minat yang besar dan mendapat kepuasan tersendiri. Yang paling menarik dari kemudahan penggunaan adalah pada faktor inilah tingkat persaingan terjadi cukup tinggi. Hal ini wajar saja. Ketika layanan, tingkat keamanan, dan kedekatan lokasi (cabang) sudah memuaskan nasabah, maka yang dicari oleh nasabah adalah seberapa canggih dan banyak fasilitas yang dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Bank BCA termasuk bank yang menyediakan fasilitas *mobile banking* yang diminati oleh nasabah. Produk *mobile banking* BCA merupakan pelopor *mobile*

banking di Indonesia. Pada tahun 2013, *mobile banking* BCA telah mendapatkan berbagai macam penghargaan, diantaranya adalah :

- a. Peringkat 1 Top Brand Award 2013 untuk kategori *mobile banking* dari *Frontier Consulting Group* & Majalah Marketing
- b. Terbaik dalam kepuasan nasabah untuk kategori *mobile banking*, *Indonesian Customer Satisfaction Award (ICSA)* 2013 dari *Frontier Consulting Group* & Majalah SWA
- c. *Mobile banking* terbaik – Bank Konvensional, *Banking Service Excellence Awards* 2013 dari *Infobank & Marketing Research Indonesia*

Pertumbuhan pelanggan yang berakselerasi secara cepat akan memungkinkan menciptakan peluang bagi *mobile banking* untuk menjadi channel utama. Ditambah lagi dengan tren penggunaan *smartphone* di Indonesia yang membuat *mobile banking* dapat dengan mudah didapatkan melalui aplikasi *mobile* pada *smartphone*. BCA konsisten untuk fokus pada keunggulannya di bidang perbankan transaksi. Keandalan dan keamanan layanan pengiriman dan penerimaan pembayaran telah menghasilkan kepercayaan dari para nasabah yang pada akhirnya memberikan BCA sebagai sumber dana giro & tabungan (CASA) yang stabil. Sementara itu, langkah-langkah pengembangan terutama pada jaringan distribusi elektronik mampu meningkatkan kenyamanan bagi perbankan bisnis maupun individu. Guna memperkuat keunggulannya di bidang perbankan transaksi, manajemen BCA terus menambah jaringan cabang untuk memperluas cakupan secara nasional sekaligus mengembangkan fungsionalitas jaringan perbankan elektronik. Nilai transaksi melalui kantor cabang naik sebesar 10,1% , sementara nilai transaksi di ATM tumbuh sebesar 20,2%. Total gabungan nilai transaksi dari *internet banking* dan *mobile banking* meningkat 30,9% . Saat ini BCA memproses rata-rata lebih dari 8 juta transaksi setiap hari.

Penelitian ini juga dilakukan untuk mencapai tujuan sebagai berikut :

- a. Mengetahui minat nasabah terhadap penggunaan layanan *mobile banking*
- b. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan *mobile banking*
- c. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh persepsi manfaat layanan *mobile banking*
- d. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh kemudahan penggunaan layanan *mobile banking*
- e. Mengetahui dan menjelaskan informasi layanan *mobile banking*

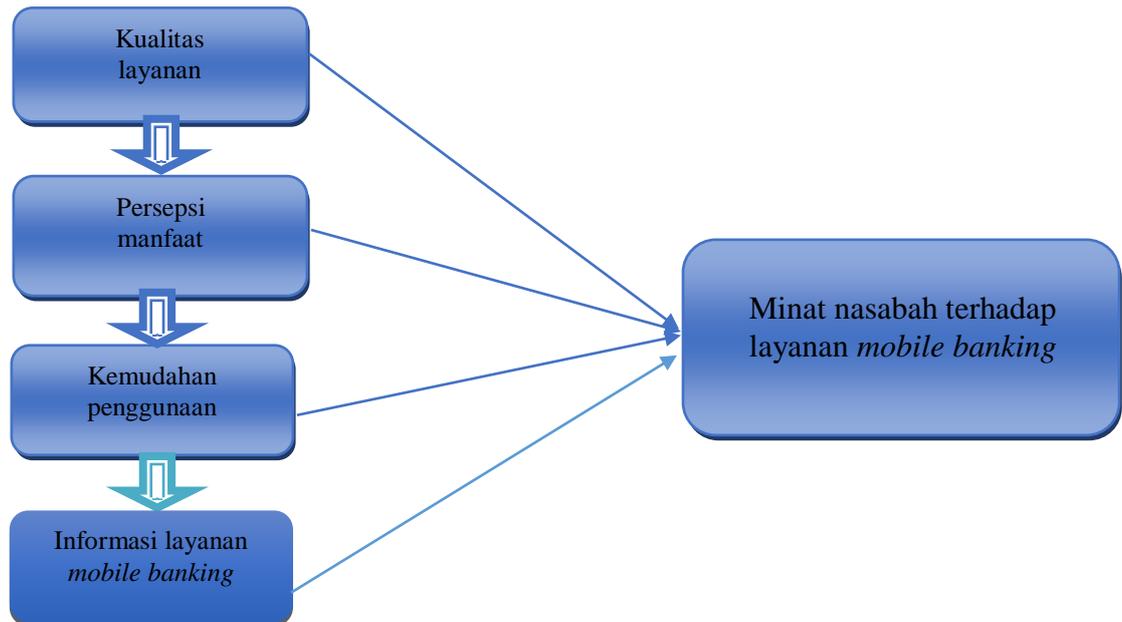
2. METODE PENELITIAN

2.1 Kepuasan Pengguna

Konsep kepuasan pengguna yang sedang berkembang belakangan ini adalah konsep pemasaran yang berorientasi kepada pengguna. Perusahaan tidak hanya menjual produk atau jasa yang ditawarkan namun perusahaan harus berfokus kepada pengguna sehingga kegiatan pemasaran yang diberlakukan selalu berdasarkan pada kebutuhan pengguna [3]. Menurut [4], Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel secara langsung dari hasil data para nasabah. Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini adalah tanggapan responden yang diperoleh dari hasil kuesioner tentang pengaruh persepsi manfaat, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan yang disebarkan kepada sampel yang telah ditentukan sebelumnya [5], yaitu nasabah bank BCA Pangkalpinang yang sudah pernah menggunakan layanan *mobile banking*. Sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 75 responden dengan pertimbangan bahwa jumlah tersebut sudah dapat mewakili sebagai sampel penelitian.

Untuk memperoleh data yang diharapkan dapat menunjang penelitian, maka dilakukan pengumpulan data dengan teknik sebagai berikut :

- a. Wawancara : penelitian ini dilakukan dengan melakukan tanya jawab secara langsung antara penanya dan responden yang menjadi nasabah bank BCA yang menggunakan layanan *mobile banking* di Pangkalpinang.
- b. Observasi : pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara langsung di tempat penelitian, yaitu melihat, mengamati dan mencatat data.
- c. Kuesioner : menyebarkan serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden dengan menggunakan teknik skala likert yang menggunakan lima alternatif jawaban, yaitu sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), dan sangat tidak setuju (skor 1).



Gambar 1. Kerangka Penelitian

2.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan dan juga apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sudah sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan atau pengguna [6].

Minat nasabah terhadap layanan *mobile banking* merupakan suatu rangkaian proses yang dapat dipengaruhi oleh persepsi atau pandangan nasabah terhadap rangsangan pemasaran perusahaan, yang meliputi kualitas layanan, persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan informasinya. Proses penilaian nasabah terhadap rangsangan tersebut saling berhubungan sehingga akan membentuk suatu pilihan terhadap minat nasabah terhadap layanan tersebut. Kualitas layanan merupakan fitur perlengkapan untuk interaktivitas nasabah. Fitur merupakan kriteria yang paling penting yang menarik perhatian nasabah di dalam penyampaian jasa *mobile banking*. Pilihan tersebut akan mempengaruhi sikap yang pada dasarnya akan mempengaruhi perilaku nasabah, yaitu sering atau tidaknya menggunakan layanan yang ada. Dengan berbagai informasi yang ada, kualitas layanan, persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan informasi layanan *mobile banking* berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Latar belakang responden untuk 75 responden dapat dilihat pada tabel berikut. 75 kuesioner telah disebarkan pada setiap nasabah bank BCA yang terletak di kota Pangkalpinang. Analisis latar belakang responden meliputi jenis kelamin dan usia. Dari hasil yang ditunjukkan pada tabel, diketahui bahwa responden paling banyak adalah perempuan (47%) dan laki-laki (28%). Untuk persentase usianya, responden yang 17-25tahun (19%), usia 26-35tahun (34%), usia 36-45tahun (15%), dan usia 46-60tahun (7%).

Tabel 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	28	28
2	Perempuan	47	47
Jumlah		75	75

Dari tabel 1, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh perempuan, yaitu sebesar 47%. Sedangkan laki-laki sebanyak 28%.

Tabel 2. Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17-25	19	19
2	26-35	34	34
3	36-45	15	15
4	46-60	7	7
Jumlah		75	75

Dari tabel 2, dapat diketahui bahwa sebagian besar usia responden adalah antara 26-35 tahun, yaitu sebanyak 34%. Sedangkan jumlah terkecil adalah responden yang memiliki usia antara 46-60 tahun, yaitu hanya 7 orang (7%).

Dalam penelitian ini, skala likert juga digunakan untuk mengukur sikap, pendapat atau persepsi nasabah tentang kualitas layanan, kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, serta informasi layanannya. Apakah telah sesuai dengan keinginan konsumen dan memberikan kepuasan terhadap nasabah atau tidak.

Tabel 3. Skala Likert

NO	SIMBOL	KETERANGAN	SKOR
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Kuesioner yang dibagikan menggunakan skala Likert. Maka perhitungan indeks jawaban dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rumus Nilai Indeks} = (F1 \times 1) + (F2 \times 2) + (F3 \times 3) + (F4 \times 4) \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

- F1 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 1 (Sangat Tidak Setuju)
- F2 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 2 (Tidak Setuju)
- F3 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 3 (Netral)
- F4 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 4 (Setuju)
- F5 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 5 (Sangat Setuju)

Tabel 4 Presentase Nilai

Jawaban	Keterangan
0% - 19.99%	Sangat (Tidak Setuju, Buruk atau Kurang Sekali)
20% - 39.99%	Tidak Setuju atau Kurang Baik
40% - 59.99%	Cukup atau Netral
60% - 79.99%	Setuju, Baik atau Suka
80% - 100%	Sangat (Setuju, Baik, Suka)

Dari data yang didapat diatas kemudian diolah dengan cara mengkalikan setiap point jawaban dengan bobot yang sudah ditentukan dengan tabel bobot nilai.

Untuk mendapatkan hasil interpretasi, harus diketahui dulu skor tertinggi (X) dan angka terendah (Y) untuk item penilaian dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = \text{Skor tertinggi likert} \times \text{jumlah responden (Angka Tertinggi 5)} \dots\dots\dots(2)$$

$$X = \text{Skor terendah likert} \times \text{jumlah responden (Angka Terendah 1)} \dots\dots\dots(3)$$

Jumlah skor tertinggi untuk item “sangat setuju” ialah $5 \times 75 = 375$, sedangkan item “sangat tidak setuju” ialah $1 \times 75 = 75$. Setelah mendapatkan hasil daritotal skor responden, maka penilaian interpretasi responden adalah hasil nilai yang dihasilkan dengan menggunakan rumus Index %.

$$\text{Rumus Index} = \frac{\text{total skor/y}}{\text{total skor/y}} \times 100\% \dots\dots\dots(4)$$

Dari data yang didapatkan dari 75 responden, maka hasil penilaian interpretasi terhadap layanan *mobile banking* BCA bisa dilihat pada tabel 5:

Tabel 5. Hasil Penilaian Interpretasi

Pernyataan	Total Skor	Hasil Rumus Index	Kategori
1	292	77,87%	Setuju/Baik
2	249	66,4%	Setuju/Baik
3	270	72%	Setuju/Baik/
4	320	85,34%	Sangat Setuju/Baik
5	292	77,87%	Setuju/Baik/Suka
6	302	80,54%	Sangat Setuju/Baik
7	291	77,6%	Setuju/Baik
8	304	81,06%	Sangat Setuju/Baik
9	306	81,6%	Sangat Setuju/Baik
10	258	68,8%	Setuju/Baik
11	295	78,67%	Setuju/Baik
12	294	78,4%	Setuju/Baik
13	307	81,87%	Sangat Setuju/Baik
14	223	59,47%	Cukup/Netral
15	266	70,94%	Setuju/Baik

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian ini, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

- a. Layanan *mobile banking* Bank BCA di kota Pangkalpinang pada saat ini sudah dinilai baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil rata-rata persentase secara keseluruhan yang berada pada kategori baik.
- b. Secara garis besar sesuai dengan tabel hasil penilaian interpretasi, responden sangat setuju bahwa kualitas layanan, persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan informasi layanan menjadi faktor yang berpengaruh terhadap minat nasabah.
- c. Kualitas layanan yang mencakup fitur perlengkapan merupakan faktor yang paling penting yang menarik sikap dan perilaku nasabah terhadap layanan *mobile banking*.

5. SARAN

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian ini, maka saran yang akan diberikan adalah sebagai berikut :

- a. Kualitas layanan mempunyai pengaruh paling besar terhadap minat dan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, jaminan kualitas sebaiknya menjadi prioritas utama bagi Bank BCA untuk terus meningkatkan kualitas layanannya. Apalagi saat ini juga banyak bank-bank pesaing lainnya yang juga terus berkembang.
- b. Perlu dilakukan penelitian variabel yang lain yang juga berpengaruh terhadap kepuasan dan minat nasabah yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hapsara, Radityo Febri, 2015, *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan Resiko dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Mobile Banking Studi pada Nasabah Bank BRI Solo Kartasura*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- [2] Krishnan, S. 2014. *The Power Potential of Mobile Banking : How to Profit from the Revolution in Retail Financial Services*. Wiley
- [3] Pristiyono, 2016, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dan Dampaknya pada Loyalitas Nasabah PT. BRI Simpang Enam Rantaurapat*, STIE Labuhan Batu, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen vol. 1 no. 1 pp. 1-9.
- [4] Amanullah, Bastian. 2014, *Pengaruh Persepsi Manfaat Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking Survey pada Nasabah Bank BCA Semarang*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang
- [5] Mubiyantoro, Ari dan Syaefullah.2013. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian, dan Persepsi Resiko terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking*. Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya Malang
- [6] Prasetyo, Bambang, Lina, Miftahul Jannah, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi, Edisi ke-7*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.