

Adaptasi Mobile Banking dalam Transaksi On-Line

Hans Christian Marwi

Jurusan Sistem Informasi, Universitas Atma Jaya Makassar

e-mail: hansmarwi@yahoo.com

ABSTRAK

Sistem mobile banking telah menjadi cara umum untuk transaksi on line di banyak negara sejak dekade terakhir. Namun, tidak demikian halnya di Makassar yang tingkat adopsi mobile banking sangat kecil, meskipun pemilik smart phone banyak. Penelitian ini mencoba mengkaji alasan di balik keadaan tersebut, baik bagi adopter maupun non-adopter. Untuk non-adopter, penelitian ini mendekati alasan mereka tidak mengadopsi dan kemungkinan untuk mengadopsi, sedangkan untuk adopter, penelitian ini menyelidiki kepuasan dan kekecewaan serta perbaikan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penggunaan aplikasi mobile banking. Penelitian dilakukan secara metode kuantitatif dan metode kualitatif berupa analisis interpretif melalui interview. Hasil penelitian menunjukkan tingkat adopsi yang rendah disebabkan banyak nasabah yang belum memahaminya.

Kata Kunci: Smart Phone; Mobile Banking; Pembayaran Mobile; Transaksi on Line

ABSTRACT

Mobile banking system has been a common way for on line transactions in many countries since the last decade. Nevertheless, that is not the case in Makassar where mobile banking adoption rate is very low, although owner of smart phones are many. This research try to study the reasons behind this circumstance, both for adopters and non-adopters. For non-adopters, the study approached the reasons of not adopting and possibility to adopt, while for adopters, the study investigate the satisfaction and dissapointment and improvement that can be done to increase the usage of mobile banking application. The research was carried out using quantitative methods and qualitative methods in the form of interpretive analysis through interviews. The research results show that the adoption rate is low because many customers do not understand it.

Keywords: Smart Phones; Mobile Banking; Mobile Payment; On Line Transactions.

1. PENDAHULUAN

Smart phones telah menjadi alat penting untuk transaksi-transaksi perbankan. Aplikasi yang tersedia sudah berkembang dari sekadar SMS (*Short Message Service*) Banking menjadi berbagai aplikasi yang dapat digunakan untuk aneka transaksi seperti pembayaran langsung, transfer dana dan memeriksa saldo via aplikasi *mobile banking*. Aplikasi *mobile banking* tersebut membuat transaksi-transaksi menjadi mudah dan cepat. Selain menyediakan semua layanan yang dimiliki oleh Internet Banking, *mobile banking* mempunyai keunggulan yaitu dapat dibawa ke mana saja dan dapat digunakan sebagai alat pembayaran [1, 2]. Teknologi NFC (*Near Field Communication*) yang telah dikembangkan untuk *mobile commerce* memungkinkan telepon genggam digunakan sebagai alat pembayaran (*mobile payment*) sebagai pengganti kartu kredit atau debit dengan cara melambarkannya ke alat NFC-ready POS (*point of sales*) [3].

Mobile payment memungkinkan seorang pengirim memulai, memberi otorisasi dan menyelesaikan sebuah transaksi keuangan di mana uang ditransfer melalui jaringan *mobile* atau teknologi komunikasi nirkabel kepada penerima memakai sebuah *mobile device*. Cara yang ideal adalah mengintegrasikan fungsi *mobile payment* ke dalam fungsi *mobile banking* [4, 5].

Saat ini semua bank-bank besar di Indonesia sudah menyediakan jasa *Internet Banking* dan *mobile banking*. Namun berdasarkan observasi penulis, tingkat adaptasi dalam masyarakat terhadap fitur ini masih rendah. Sebagian masyarakat lebih memilih menggunakan ATM (*Automatic Teller Machine*) dalam melakukan melakukan transfer dana maupun pembayaran transaksi, walaupun mereka memiliki *smart phones*. Penggunaan ATM mempunyai beberapa kekurangan, antara lain jumlah dana yang dapat ditransfer terbatas dan tingkat kenyamanan yang rendah, disebabkan antrian, jarak yang jauh, serta memerlukan waktu untuk menuju ke salah satu mesin ATM. Berdasarkan masalah tersebut, perlu untuk diketahui tingkat faktor-faktor adaptasi masyarakat terhadap sistem *mobile banking* dan *mobile payment*. Perlu dikumpulkan informasi untuk mengetahui jenis sistem *mobile banking* yang dapat meningkatkan tingkat adaptasi masyarakat. Informasi ini mencakup jenis layanan-layanan yang diinginkan masyarakat dan harapan mereka terhadap kinerja layanan-layanan tersebut. Berdasarkan temuan ini, desain dan fitur terhadap aplikasi *mobile banking* dapat ditingkatkan agar memenuhi keinginan masyarakat sehingga selanjutnya dapat meningkatkan tingkat adopsi masyarakat terhadap *mobile banking* (termasuk *mobile payment*).

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah yang dihadapi, yaitu: “Bagaimana tingkat adaptasi *mobile banking* oleh para nasabah dalam transaksi *on-linedan* mengetahui minat dan harapan para nasabah untuk meningkatkan motivasi menggunakan *mobile banking*.”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman, adaptasi dan adopsi *mobile banking* di Indonesia, khususnya di Makassar dan sekitarnya. Bagi yang sudah mengadopsi, ingin diketahui alasan-alasan, keuntungan dan kerugian yang dirasakan. Bagi yang belum mengadopsi, ingin diketahui rintangan-rintangan dan motivasi apa yang bisa mendorong mereka mengadopsinya.

Hasil penelitian diharapkan memberikan sumbangsih untuk pengetahuan yang dapat dipergunakan oleh pihak perbankan dan perusahaan-perusahaan yang terlibat *dalam electronic commerce* untuk lebih memahami bagaimana para nasabah dalam menyikapi aplikasi *mobile banking* dan *mobile payment*. Dengan informasi yang diperoleh, mereka dapat meningkatkan rancangan aplikasi mereka sehingga para nasabah mempunyai kepercayaan yang lebih tinggi dan kemudahan dalam menggunakannya namun tetap dengan keamanan yang tinggi. Peningkatan adopsi aplikasi *mobile banking* dapat mengurangi beban untuk transfer dana pada mesin-mesin ATM, terutama di lokasi-lokasi perdagangan yang sibuk sehingga para nasabah tak perlu mengantri lama-lama. Transfer dana yang lebih efisien dan cepat dapat meningkatkan produktivitas pada *e-commerce*.

Mengingat pemakaian *mobile banking* bersifat *ubiquitous* (dapat diakses kapan saja dan dari mana saja), tujuan yang ingin mdicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- (1) Mengetahui apa saja hal-hal yang memotivasi dan akibat-akibat yang ditimbulkan dalam penggunaan *mobile banking*,
- (2) Masalah-masalah privasi dan sekuriti apa yang dikhawatirkan oleh para nasabah dalam penggunaan *mobile banking*,
- (3) Rintangan-rintangan apa yang dihadapi oleh para nasabah sehingga menyebabkan mereka berhenti atau tidak memakai *mobile banking*.

Nama ‘smart’ diberikan karena *mobile phone* dapat meningkatkan kemampuannya untuk menambahkan aplikasi-aplikasi sesuai kebutuhan dan keinginan pemiliknya [6, 7]. Menurut Saag et al [8] smart phones adalah “sebuah telepon genggam yang menawarkan kemampuan komputasi yang lebih canggih dan konektivitas yang lebih besar daripada sebuah telepon genggam biasa” yang termasuk akses ke email dan ke Internet. Yu [9] menyimpulkan bahwa smart phones mempunyai kemampuan yang sama dengan komputer dengan tambahan dimensi mobilitas.

Persaingan dalam pasar *smart phones* telah memacu para produsen untuk menciptakan telepon genggam spesifikasi tinggi dengan harga rendah. Trend ini menunjukkan bahwa *smart phones* kini lebih terjangkau oleh banyak orang dan organisasi.

Smart phones kini telah menjadi alat yang penting. Aplikasi yang disediakan kini telah diperluas melebihi SMS (*Short Message Service*) ke berbagai aplikasi perangkat lunak termasuk untuk mobile banking. Pengguna yang mempunyai akses smart phones akan mampu mengelola berbagai kegiatan bisnis dan sosial sepanjang hari saat diperlukan sehingga tak perlu lagi selalu menggunakan komputer [8, 9].

Electronic banking dikenal juga sebagai *Electronic Funds Transfer* (EFT) adalah penggunaan media elektronik untuk mengirim dana secara langsung dari satu akun bank ke akun bank lainnya, sebagai pengganti dana kontan atau cek [10]. EFT dapat digunakan untuk pembayaran gaji langsung tersimpan ke bank, menarik uang dari ATM, membayar tagihan-tagihan bulannn secara otomatis, belanja on line dan belanja ke toko fisik yang mempunyai terminal EFT dengan menggunakan kartu ATM (disebut juga kartu debit) seperti halnya kartu kredit.

Electronic banking dapat dilakukan via *Internet Banking*, *telephone banking*, *mobile banking* dan saluran-saluran elektronik lainnya. Media *telephone banking* via telepon konvensional yang biasa dipakai di rumah-rumah dan kantor-kantor kurang populer di Indonesia disebabkan penggunaannya memerlukan banyak prosedur dalam menekan tombol-tombol dan berbicara kepada komputer untuk validasi.

Di Indonesia *Internet banking* mulai berkembang pada medio 1999 [11]. Sejalan dengan semakin banyaknya pengguna internet dan semakin ketatnya persaingan antar bank, telah semakin banyak bank yang menyelenggarakan jasa pelayanan internet banking di Indonesia. Namun, teknologi informasi dan komputer dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab untuk mencari keuntungan pribadi (*hacker/cracker*). Dalam *Internet banking*, terdapat risiko finansial baik bagi bank maupun nasabah karena *hacker/cracker* mampu menembus *firewall* dari internet banking suatu bank [12, 13]. Munculnya kasus domain/*website* palsu atau mirip dengan milik BCA yang terjadi pada medio Juni 2001 merupakan bukti bahwa sistem pengamanan *Internet banking* perlu mendapat perhatian semua pihak, khususnya Bank Indonesia sebagai otoritas pengawas bank [11].

Terdapat tiga tingkatan dalam *Internet banking*:

- (1). *Entry/informational*, merupakan tingkatan yang paling sederhana, yaitu hanya menyediakan informasi statistik mengenai bank tersebut serta jasa/produk yang ditawarkan. Tingkatan ini tidak lebih dari sekedar brosur elektronik dari suatu bank. Tingkat risikonya sangat rendah karena tidak terhubung dengan data base bank.
- (2). *Intermediate/communicative*, pelayanannya lebih luas daripada sekedar informasi, karena nasabah bisa melakukan interaksi dengan bank penyedia jasa Internet secara terbatas, misalnya *account inquiry*, *on line account application*, *electronic mail*, dan sebagainya. Dalam tahapan ini tidak ada *execution of transactions* sama sekali. Tingkatan ini memiliki risiko yang lebih besar daripada *informational website*.

(3). *Advance/transaction*, tingkatan ini adalah yang paling lengkap dan dapat menampilkan seluruh transaksi yang diperlukan oleh nasabah termasuk transfer dana, pembayaran tagihan dan lain-lain seperti layaknya pelayanan melalui *counter* atau ATM kecuali penarikan kontan [11].

Pada awalnya, *Internet banking* umumnya dilakukan via *Personnal Computer* (PC) dari rumah atau kantor, namun dengan kemampuan *smart phone* untuk mengakses Internet, saat ini *Internet Banking* dapat pula dilakukan via *mobile phone*. Saat ini, ada beberapa bank seperti halnya Bank Mandiri yang secara perlahan mulai mengalihkan nasabah agar menggunakan aplikasi *mobile banking* dengan membuat batasan penggunaan pada *Internet banking*. Para nasabah akan diarahkan ke halaman untuk *mobile banking*, namun para nasabah juga harus menginstal aplikasinya pada *smart phones* mereka karena transaksi di situs harus divalidasi via aplikasi *mobile banking* di *smart phone*. Alasan utamanya adalah aspek keamanan, karena transaksi di *Internet Banking* dapat dilakukan dari komputer mana saja (walaupun tetap memerlukan validasi dengan token) sedangkan transaksi di *mobile banking* hanya dapat dilakukan dari nomor kartu SIM yang sudah terdaftar ke bank.

Chandran [12] mengemukakan keuntungan dan kerugian *mobile banking* seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Keuntungan dan Kerugian *Mobile Banking*

KEUNTUNGAN	KERUGIAN
Hemat waktu, tak perlu ke bank karena semua dapat dilakukan dari mana saja	Risiko menerima SMS palsu dan <i>scam</i>
Nyaman, dapat dilakukan dalam waktu dan tempat yang ditentukan sendiri, tak perlu antri	Ketika <i>mobile device</i> hilang seringkali berarti para kriminal dapat mengakses layanan <i>mobile banking</i> milik yang bersangkutan
Aman, akses hanya dapat dilakukan dari peralatan yang sudah terdaftar sebelumnya sehingga lebih aman daripada <i>Internet Banking</i>	Harus memiliki <i>mobile device</i> yang termasuk baru seperti <i>smart phone</i> atau tablet terbaru yang memiliki RAM besar dan prosesor yang cepat
Akses setiap saat, 24 jam tanpa mengenal hari libur	Memerlukan biaya untuk akses Internet namun lebih kecil jika memakai Wi-Fi.
Efisien dan mengurangi penggunaan kertas	Keamanan koneksi nirkabel lebih rendah daripada yang berkabel
Mengurangi kerawanan karena nasabah dapat selalu memantau rekeningnya	Tak dapat bekerja tanpa koneksi Internet dan tenaga baterai sehingga sulit digunakan di daerah yang jauh dari pemukiman
Penduduk pedesaan yang jauh dari bank sangat ideal untuk menggunakannya	Peningkatan keamanan memerlukan aplikasi anti virus tambahan
Selain memeriksa saldo, dapat juga mencari lokasi ATM terdekat, membayar tagihan dan sebagainya	Untuk mengurangi risiko keamanan, prosedur memasukkan PIN atau <i>password</i> biasanya lebih banyak daripada <i>Internet banking</i>

Seperti halnya *Internet banking*, *mobile banking* merupakan bagian dari *electronic banking*, yang saat ini telah berkembang sehingga tidak lagi sekedar menjadi bagian dari *Internet Banking*, namun telah mandiri dan bahkan mempunyai keunggulan dibandingkan *Internet Banking* [14,15].

Petrova [14], mendefinisikan *mobile banking* sebagai kemampuan untuk melaksanakan transaksi keuangan via peralatan *mobile*. Definisi ini mencakup seluruh layanan dasar

perbankan seperti informasi saldo dan transfer dana, hingga ke pembayaran elektronik, bahkan mencakup layanan seperti peringatan terhadap limit akun dan akses ke pusat perdagangan.

Mobile banking dapat dikatakan terdiri atas tiga konsep yang saling berkaitan, yaitu

- (1) akuntansi *mobile*,
- (2) *brokerage* (perdagangan via perantara) *mobile*, dan
- (3) informasi keuangan *mobile*.

Pada dasarnya *mobile banking* adalah ketersediaan layanan perbankan dan jasa finansial melalui bantuan peralatan telekomunikasi *mobile*. Ini berarti nasabah mampu menggunakan *mobile phone* mereka untuk memeriksa saldo dan transaksi, menambah dana, mengirim dana ke akun lain serta melakukan order pembelian dan penjualan ke bursa perdagangan, informasi harga hingga mengakses produk-produk kredit dan asuransi [16].

Menurut Pratiwi [17] definisi *mobile payment* adalah pembayaran barang atau jasa melalui peralatan *mobile* seperti *smart phone*, tablet atau alat-alat lainnya. Jadi ini adalah proses pertukaran nilai finansial antar dua pihak via *mobile device* sebagai penukar barang atau jasa yang diterima. *Mobile payment* dipandang sebagai inovasi besar yang kelak akan meningkatkan kapasitas para pebisnis dalam *e-commerce* [18].

Tujuan utama dari *mobile payment* adalah untuk mengintegrasikan seluruh metode pembayaran (seperti kontan, transfer bank, kartu kredit, dan lain-lain) dan menyediakan pilihan alternatif yang digunakan sebagai suatu kesatuan. Oleh karena itu, sasarannya, *mobile payment* mencakup jangkauan yang luas termasuk lokasi, nilai, metode pembayaran dan sebagainya [17].

Perincian pembayaran via *mobile banking* adalah sebagai berikut:

1. Tipe-tipe pembayaran berdasarkan lokasi

Tipe-tipe pembayaran berdasarkan lokasi dapat dikategorikan sebagai berikut:

1.1. Transaksi *Remote*

Di sini transaksi-transaksi dilakukan secara mandiri terhadap lokasi pengguna. Contohnya isi ulang (*top-up*) dari kartu prabayar (*prepaid*), pengantaran layanan digital, tiket digital, uang digital (uang elektronik), pembayaran *peer-to-peer* (melibatkan pemindahan dana dari satu *mobile device* ke yang lainnya mirip dengan cara mengirim pulsa)

1.2. Transaksi Lokal

Dalam kategori ini, transaksi-transaksi terjadi saat *mobile device* secara lokal berkomunikasi. Pembayaran yang terlibat dalam cara ini menggunakan protokol pengiriman pesan jarak pendek seperti *Bluetooth*, *Infrared*, *RFID* dan *contactless chip* untuk membayar barang dan jasa dalam jarak dekat.

2. Tipe-tipe pembayaran berdasarkan nilai

Tipe-tipe pembayaran berdasarkan nilai dapat dikategorikan sebagai berikut:

2.1. *Micro Payment*

Ini adalah nilai yang paling rendah. *Micro Payment* diharapkan meningkatkan *mobile commerce* seperti halnya skema pembayaran *pay per view/click*.

2.2. *Macro Payment*

Ini mengacu kepada pembayaran dengan nilai lebih besar seperti belanja *on line*.

3. Tipe-tipe pembayaran berdasarkan metode penagihan

Tipe-tipe pembayaran berdasarkan metode penagihan dapat dikategorikan sebagai berikut:

3.1. Pasca bayar

Ini adalah metode pembayaran yang paling umum dalam transaksi *e-commerce* dan *mobile-commerce* saat ini. Contoh: berdasarkan tagihan telepon, penarikan dari rekening (bank atau kartu kredit).

3.2. Pra bayar

Ini adalah metode pembayaran yang paling umum untuk operator jaringan. Dengan cara ini dana ditransfer sebelum digunakan, dan dapat melibatkan berbagai aplikasi dana seperti OVO, LinkAja, dll.

3.3. Bayar kini

Dalam metode ini pembayaran dilakukan secara *real-time* atau mendekati *real time* (ada batasan teknis). Dalam *real time* contohnya dompet elektronik di mana dana seketika berpindah ke pedagang. Sedangkan yang mendekati *real time* misalnya penarikan dari kartu debit (harus melalui bank) atau jika dalam jumlah besar memerlukan *clearing*, biasanya beberapa jam kemudian (biasanya menjelang jam tutup bank).

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini telah dilakukan secara metode kuantitatif (berupa *survei*) dan metode kualitatif berupa analisis interpretif melalui *interview*. *Interview* telah dilakukan kepada para responden survei yang terpilih untuk memahami lebih lanjut jawaban mereka dan mengembangkan hasil *survei* ke arah yang lebih mendetail.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini telah dibuat dua kuesioner *on line* yang berbeda, satu untuk dijawab oleh responden yang menggunakan *mobile banking* dan yang lainnya untuk dijawab oleh responden yang tidak menggunakan *mobile banking*. Selanjutnya, dari para responden yang bersedia untuk diwawancarai, telah diajukan pertanyaan-pertanyaan yang lebih mendetail tentang temuan-temuan yang didapat dari hasil kedua kuesioner tersebut.

Berikut ini pembahasan hasil kuesioner pertama bagi para responden pengguna *mobile banking*. Jumlah responden untuk kuesioner ini adalah 190, dengan 63,2% adalah pria dan 36,8% wanita. Kelompok usia terbesar untuk pengguna adalah 20 tahun ke bawah sebanyak 36,8%, dan 15,8% untuk usia antara 21-25 tahun. Dalam kelompok usia ini, semakin besar angka usia responden cenderung semakin kecil jumlah penggunaannya. Dari segi pendidikan, 47,4% adalah lulusan SMA, 31,6% adalah tamatan S2 atau S3 dan yang berpendidikan diploma dan sarjana mempunyai angka lebih kecil. Untuk penghasilan rumah tangga, 63,2% mempunyai pemasukan lima juta rupiah ke bawah.

Untuk pertanyaan pertama mengenai seberapa sering mereka melakukan transaksi pada *mobile banking* (termasuk *mobile payment*), hasilnya adalah setiap hari 15,8%, setiap minggu 26,3%, setiap bulan 42,1%, dan beberapa kali dalam setahun 15,8%. Para pengguna *mobile banking* melakukan beberapa kegiatan (lebih dari satu kegiatan) dan yang mereka lakukan adalah kegiatan cek saldo (89,5%), transfer dana (78,9%), transaksi *on-line* 84,2%) dan membayar tagihan air, listrik dll (42,1%).

Dari jumlah responden tersebut, 84,2% mengakui lebih sering memakai *mobile banking* daripada media perbankan yang lainnya, dan 15,8% mengatakan lebih jarang. Bagi responden yang sering memakai *mobile banking*, alasan utama mereka adalah karena lebih cepat sebab transaksi bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja (100%), dan alasan lainnya adalah lebih

praktis karena terintegrasi dengan *e-commerce* untuk transaksi *on-line* (81,3%), dan lebih aman karena hanya bisa dilakukan dari nomor *SIM card* yang sudah terdaftar di bank (25%). Sebaliknya, bagi yang lebih jarang memakai *mobile banking*, alasan utama mereka adalah karena khawatir dengan keamanan transaksinya (66,7%) dan karena harus memakai pulsa (33,3%).

Para responden ditanya mengenai apakah mereka pernah mengalami kekecewaan dalam memakai *mobile banking*, dan hasilnya 42,1% menjawab ya dan 57,9% menjawab tidak. Kekecewaan yang pernah mereka alami antara lain (bisa lebih dari satu) adalah transaksi tak bisa dilakukan karena server bank tidak merespon (kemungkinan sistem sedang down atau maintenance) sebanyak 87,5%, akun terkunci karena mereka lupa kata sandi sebanyak tiga kali (62,5%), bank tidak terhubung dengan sistem *e-commerce* tertentu sehingga mereka tak bisa bertransaksi (25%), dan karena mendapat biaya tak terduga setelah melakukan transaksi (12,5%).

Menurut para responden, di masa depan tingkat pemakaian mereka terhadap *mobile banking* adalah sebagai berikut: akan lebih sering sebanyak 52,6%, akan sama saja sebanyak 47,4%, dan tak ada yang akan lebih kurang (0%).

Saran yang mereka tambahkan adalah keamanan data harus dijaga oleh penyedia aplikasi *mobile banking*, dan penghapusan biaya transfer antar rekening bank yang berbeda dan penghapusan biaya transfer ke pihak ketiga seperti ke Fintech, OVO, Dana, dll.

Selanjutnya akan dibahas hasil yang diperoleh dari kuesioner yang ditujukan bagi para responden yang tidak menggunakan *mobile banking*. Jumlah responden dalam kuesioner ini adalah 160 orang, terbagi atas 50% pria dan 50% wanita. Golongan usia terbesar adalah 20 tahun ke bawah (31,3%) dan untuk golongan 46-50 tahun serta 51 tahun ke atas masing-masing 25%. Dari segi pendidikan, 50% adalah tamatan SMA dan 37,5% tamatan sarjana disusul oleh tingkat pendidikan lainnya dalam jumlah yang lebih kecil. Penghasilan terbagi atas dua level, yaitu lima juta rupiah ke bawah sebesar 68,8% dan antara 5-10 juta rupiah sebesar 31,3%.

Perihal tingkat kepuasan mereka terhadap fitur perbankan yang mereka pakai, 81,2% menyatakan puas dan 18,8% mengatakan tidak. Transaksi *on line* dilakukan oleh 56,3% dari para responden ini. Metode pembayaran yang mereka lakukan (bisa lebih dari satu) yang terbesar adalah COD (*Cash on Delivery*) sebesar 70%, transfer via ATM sebesar 60% dan melalui toko yang melayani transaksi *on line* sebesar 20%.

Para responden yang tidak memakai *mobile banking* sebagian besar karena tidak mengetahui tentang adanya fitur-fitur yang disediakan oleh *mobile banking* (75%). Setelah mengetahui fitur *mobile banking* yang antara lain dapat digunakan kapan saja dan di mana saja, 56,3% menyatakan itu adalah fitur yang mereka butuhkan. Dari para responden yang menyatakan membutuhkan fitur ini, 43,8% menyatakan tertarik untuk memakai *mobile banking*.



Gambar 1. Penyebab Keengganan Memakai *Mobile Banking*

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui beberapa hal yang menyebabkan para responden enggan memakai *mobile banking* adalah (bisa lebih dari satu), tidak paham cara memakainya (18,8%), khawatir ada ongkos tak terduga (18,8%), khawatir terhadap serangan cracker terhadap akun mereka (50%), tak punya waktu ke bank untuk mendaftarkan nomor SIM Card (50%), smart phone masih 3G (12,5%), pernah memakai tapi smart phone sudah hilang (6,3%) dan tak terlalu membutuhkan (6,3%).



Gambar 2. Motivasi untuk Memakai *Mobile Banking*

Gambar 2 menunjukkan hal-hal yang mungkin membuat para responden tertarik untuk memakai *mobile banking* (bisa lebih dari satu) adalah *Customer Service* mengajarkan cara

penggunaannya (25%), jaminan dari bank tentang keamanan akun (37,5%), jaminan bahwa rekening tetap aman walaupun *smart phone* hilang (31,3%), dapat mendaftarkan sendiri SIM Card lewat *website* bank (31,3%) serta beberapa hal lain yang sebetulnya tersedia dalam fitur *mobile banking* namun tidak mereka ketahui antara lain memudahkan memeriksa saldo (6,3%).

Setelah mengumpulkan data kuantitatif ini, ditemukan beberapa hal yang butuh penjelasan mendetail, baik dari para pemakai *mobile banking* maupun yang tidak memakai *mobile banking*. Dari kedua kelompok responden, telah dipilih beberapa orang untuk mendapatkan penjelasan lebih lanjut.

Pertanyaan *interview* untuk para pemakai *mobile banking*:

- (1) Apa sebabnya ada kekhawatiran dalam memakai *mobile banking*?
- (2) Transaksi yang aman menurut Anda harus memenuhi syarat apa saja?
- (3) Jika *mobile banking* tak tersedia selama beberapa jam (misalnya saat *maintenance*), apa yang Anda lakukan?
- (4) Jika *mobile banking* tak tersedia pada saat ingin Anda gunakan, informasi apa yang ingin Anda ketahui? Bagaimana cara informasi itu agar disampaikan kepada Anda?
- (5) Jika akun *mobile banking* Anda terkunci, apa yang harus disediakan oleh pihak bank untuk Anda hubungi agar segera membuka akun Anda kembali?
- (6) Sebagian orang yang puas memakai *mobile banking* ternyata kurang merekomendasikan teman atau keluarganya untuk memakai *mobile banking*. Menurut Anda apa alasannya?
- (7) Apa yang harus dilakukan oleh pihak perbankan untuk membuat minat memakai *mobile banking* lebih tinggi?

Menurut seorang responden dari pihak pemakai *mobile banking* (Responden 1), kekhawatiran dalam memakai *mobile banking* disebabkan seringnya beredar berita tentang pembobolan rekening *on line banking*. Responden 1 ini menginginkan pihak bank menyampaikan lewat *e-mail* tentang hal-hal terbaru dari *mobile banking*, misalnya update, kelebihan dan fitur baru yang lebih memudahkan. Pihak bank harus menyediakan saluran telepon gratis atau sarana komunikasi lain yang tak berbayar agar nasabah mudah menghubungi pihak bank saat menemukan masalah. Menurutnya, sebagian para pemakai yang puas memakai *mobile banking* kurang merekomendasikan kepada keluarga dan kerabatnya untuk memakai *mobile banking* disebabkan kepuasan ini masih semu, atau belum maksimal karena mereka masih meragukan keamanannya. Pihak bank perlu memberikan layanan berkualitas tinggi dan mempromosikan *mobile banking*.

Pertanyaan *interview* untuk responden yang tidak memakai *mobile banking*:

- (1) Apa sebabnya Anda lebih suka memakai ATM dibandingkan sarana yang lain dalam transaksi perbankan?
- (2) Anda menyukai fitur *mobile banking* yang bisa digunakan kapan saja dan di mana saja, namun kurang tertarik untuk memakai *mobile banking*, apa sebabnya?
- (3) Jaminan yang bagaimana yang harus disediakan pihak perbankan agar Anda tertarik memakai *mobile banking*?
- (4) Jika transaksi berjumlah besar harus sering Anda lakukan, dan ini tak bisa lewat ATM, sarana apa yang akan Anda pilih?
- (5) Apakah menurut Anda di masa depan akan lebih banyak orang yang memakai *mobile banking* dibandingkan ATM?

Responden lain dari yang belum memakai *mobile banking* (Responden 2) mengatakan, alasannya memakai ATM karena lebih mudah untuk transfer dana dan penarikan tunai. Responden 2 ini pengetahuannya sangat minim tentang *mobile banking*. Agar tertarik memakainya, Responden 2 menginginkan adanya jaminan keamanan, misalnya jika *smart phone* hilang, apakah akun bank nanti tidak akan diretas oleh para cracker. Responden 2 sangat

tertarik dengan *mobile banking*, tapi juga sangat ragu-ragu dengan keamanannya. Untuk meningkatkan minat pemakai, Responden 2 menyarankan pihak bank untuk promosi lewat TV, Facebook, dll.

4.2. Pembahasan

Dari perolehan data diketahui bahwa tak ada perbedaan signifikan dari jenis kelamin dan pekerjaan serta tingkat gaji dalam tingkat pemakaian *mobile banking*. Pengaruh yang nampak adalah dari segi usia dan pendidikan, yang mana menunjukkan para pemakai *mobile banking* lebih banyak yang berusia muda (20 tahun ke bawah) disusul oleh responden yang berpendidikan pasca sarjana. Hal ini menunjukkan tingkat pengetahuan mereka terhadap pemakaian *mobile banking*, termasuk tingkat kepercayaan, lebih tinggi dibandingkan kelompok lainnya

Dari kelompok pemakai *mobile banking* hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut. Tingkat akses para pemakai terhadap aplikasi *mobile banking* cenderung rendah, yaitu kelompok terbesar 42,1% menggunakannya sebulan sekali. Namun 84,2% menyatakan lebih sering memakai *mobile banking* daripada sarana perbankan lainnya. Hal ini cenderung mengarahkan bahwa para responden dari kelompok ini umumnya kurang memerlukan sarana bank yang lainnya, seperti ATM atau kantor bank.

Walaupun sebagian besar responden menyatakan puas terhadap pemakaian *mobile banking*, namun 42,1% di antaranya pernah mengalami kekecewaan dalam berbagai kejadian. Hal menarik adalah data menunjukkan sebagian responden yang puas ini ternyata tidak menyarankan kawan atau keluarganya untuk memakai *mobile banking*. Setelah melalui tahap wawancara diperoleh alasan, penyebabnya adalah karena mereka menganggap aplikasi ini akan sulit untuk dimengerti oleh kawan dan keluarga mereka tersebut. Untuk mereka pribadi, 52,6% menyatakan akan lebih sering memakai *mobile banking* dan sisanya menyatakan tingkat pemakaiannya akan sama saja.

Hal utama yang mereka utarakan adalah agar keamanan dari pihak *server* bank lebih ditingkatkan, kepastian transaksi berjalan lancar antara pengirim dan penerima (jaringan *server* bank lebih handal), serta penghapusan biaya transfer jika melibatkan badan keuangan lainnya. Dari segi peningkatan layanan, sebagian besar menginginkan adanya saluran telepon 24 jam (*hotline*) yang bebas biaya, karena masalah dapat terjadi kapan saja dan mereka ingin agar dapat selesai secepatnya. Saat ini, *customer service* layanan *hotline* yang disediakan dinilai masih lambat dan bertele-tele sehingga menghabiskan banyak waktu dan biaya pulsa untuk menyelesaikan masalah mereka. Mereka juga menginginkan agar diberikan informasi sebelumnya jika *server mobile banking* akan mengalami *maintenance* agar mereka maklum dan tidak kebingungan saat memakai aplikasi tersebut dan tak bisa melakukan transaksi. Menurut mereka, *mobile banking* harus dipromosikan lewat berbagai media seperti TV, Internet, seminar dll agar lebih banyak yang mengetahuinya.

Hasil yang diperoleh dari kelompok kedua, yaitu yang tidak memakai *mobile banking*, penyebab utama mereka tidak memakainya adalah karena sebagian besar dari mereka hanya melakukan transaksi perbankan beberapa kali dalam setahun (50%) dan sebagian besar melakukannya lewat ATM (87,5%), terutama untuk penarikan tunai. Hal ini mungkin disebabkan sistem uang digital (*e-money*) masih kurang dikenal dan diaplikasikan sehingga uang tunai masih menjadi kebutuhan utama seperti halnya sistem pembayaran CoD yang lebih banyak dipilih oleh para responden dari kelompok ini (70%). Kecenderungannya menunjukkan

mobile banking mungkin dibutuhkan jika pembayaran dapat dilakukan secara digital (*mobile payment*).

Penyebab utama mereka tidak memakai *mobile banking* adalah karena tidak mengetahuinya (75%), namun setelah dijelaskan tentang fitur-fiturnya, 56,3% menyatakan membutuhkannya dan 43,8% menyatakan tertarik kepada aplikasi ini. Hal-hal yang dapat mendorong mereka untuk mengadopsi *mobile banking* adalah diajarkan oleh *customer service* cara memakainya, jaminan keamanan dari bank jika mereka kehilangan akses terhadap *smart phone*, dan dapat mendaftarkan sendiri dari rumah tanpa harus ke bank. Sama halnya dengan kelompok pertama, kelompok ini juga mengatakan pihak bank perlu untuk mempromosikan aplikasi ini. Sebagai tambahan, dengan adanya pandemi Covid-19, bisa saja meningkatkan minat memakai *mobile banking* karena kekhawatiran nasabah untuk pergi ke ATM atau bank untuk menghindari penularan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama penggunaan *mobile banking* adalah kemudahan dan kepraktisan. Nasabah dapat melakukan berbagai transaksi perbankan dengan mudah dan praktis melalui perangkat seluler mereka. Selain kemudahan dan kepraktisan, faktor keamanan dan kenyamanan juga menjadi motivasi yang penting. Nasabah merasa lebih aman dan nyaman melakukan transaksi perbankan melalui *mobile banking* karena tidak perlu datang ke kantor bank.

Akibat-akibat yang ditimbulkan dari penggunaan *mobile banking* adalah sebagai berikut. *mobile banking* dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas transaksi perbankan. Nasabah tidak perlu meluangkan waktu untuk datang ke kantor bank untuk melakukan transaksi. *Mobile banking* dapat meningkatkan aksesibilitas layanan perbankan. Nasabah dapat melakukan transaksi perbankan kapan saja dan di mana saja. *Mobile banking* dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Nasabah merasa lebih puas karena dapat melakukan transaksi perbankan dengan mudah, praktis, aman, dan nyaman.

Disarankan agar perbankan terus meningkatkan kualitas layanan *mobile banking* mereka. Hal ini dapat dilakukan dengan cara: meningkatkan keamanan layanan *mobile banking*, meningkatkan kenyamanan layanan *mobile banking* dan meningkatkan fitur-fitur layanan *mobile banking*. Dengan meningkatkan kualitas layanan *mobile banking*, perbankan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan mendorong pertumbuhan penggunaan *mobile banking* [19, 20].

Masalah privasi dan keamanan merupakan salah satu faktor yang dapat menghambat pertumbuhan penggunaan *mobile banking*. Oleh karena itu, perbankan perlu meningkatkan keamanan layanan *mobile banking* mereka untuk mengurangi kekhawatiran nasabah. Bank dapat bekerja sama dengan pihak ketiga, seperti vendor keamanan, untuk meningkatkan keamanan layanan *mobile banking* mereka. Pihak bank juga perlu memberikan edukasi dan sosialisasi secara masif kepada para nasabahnya. Pihak bank juga harus menjamin keterjangkauan teknologi dan layanan yang diberikannya hingga ke pelosok-pelosok, dan memberikan layanan pelanggan yang responsif dan membantu secara bebas biaya yang tersedia setiap saat.

Hasil penelitian menunjukkan beberapa rintangan utama yang menyebabkan nasabah berhenti atau tidak menggunakan *mobile banking*:

- 4.2.1. Kekhawatiran keamanan dan privasi. Nasabah khawatir data pribadi mereka, seperti nomor rekening dan PIN, bocor atau disalahgunakan. Nasabah tidak yakin dengan keamanan aplikasi *mobile banking* dan sistem perbankan. Mereka juga takut menjadi korban penipuan, seperti *phishing* atau *malware*.
- 4.2.2. Kurangnya kepercayaan dan pengetahuan. Nasabah tidak familiar dengan teknologi digital dan merasa tidak nyaman menggunakan aplikasi *mobile banking*. Mereka kurang memahami manfaat dan fitur *mobile banking*.

4.2.3. Masalah teknis dan aksesibilitas. Koneksi internet yang lambat dan tidak stabil menjadi penghambat. Kurangnya kompatibilitas aplikasi mobile banking dengan perangkat mereka.

4. KESIMPULAN

1. Kemudahan, kepraktisan, keamanan, dan kenyamanan merupakan faktor-faktor yang mendorong penggunaan mobile banking. Akibat-akibat yang ditimbulkan dari penggunaan mobile banking antara lain peningkatan efisiensi dan efektivitas, peningkatan aksesibilitas, dan peningkatan kepuasan nasabah.
2. Masalah privasi dan keamanan merupakan salah satu faktor yang dapat menghambat pertumbuhan penggunaan mobile banking. Oleh karena itu, perbankan perlu meningkatkan keamanan layanan mobile banking mereka untuk mengurangi kekhawatiran nasabah.
3. Rintangan yang dihadapi nasabah beragam, mulai dari kekhawatiran keamanan hingga preferensi tradisional. Untuk meningkatkan adopsi mobile banking, perbankan perlu mengatasi rintangan tersebut dengan: meningkatkan keamanan aplikasi dan sistem perbankan, melakukan edukasi dan sosialisasi secara masif, menjamin keterjangkauan teknologi dan layanan, dan memberikan layanan pelanggan yang responsif dan membantu bebas biaya yang tersedia selama 24 jam.

5. SARAN

1. Pihak bank sebaiknya melakukan promosi secara berkesinambungan di berbagai media, termasuk di kantor-kantor bank sendiri. Dapat pula dengan memberikan poin-poin yang bisa dikumpulkan untuk ditukarkan dengan hadiah jika melakukan transaksi lewat mobile banking.
2. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat diperluas dengan: mengkaji perbedaan demografis dalam penggunaan mobile banking, mengidentifikasi faktor-faktor pendorong adopsi mobile banking dan membandingkan mobile banking di Indonesia dengan negara lain.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. Barkhuus, and V. E. Polichar, 2011, 'Empowerment through seamfulness: smart phones in everyday life', *Pers Ubiquit Comput*, Vol. 15, pp. 629-639, <https://link.springer.com/article/10.1007/s00779-010-0342-4>
- [2] M. Sarwar and T. R. Soomro, 2013, 'Impact of Smartphone's on Society', *European Journal of Scientific research*, vol. 98, no. 2, pp. 216-226, https://www.researchgate.net/publication/236669025_Impact_of_Smartphone's_on_Society

- [3] G. Aydin, and S. Burnaz, 2016 , ‘Adoption of Mobile Payment Systems: A Study on Mobile Wallets’, *Economics and Finance*, Vol. 5, No. 1, pp. 72-92, <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/374286>
- [4] BBA,2014, ‘The Way We Bank Now: It’s in your hands’, BBA, London, <https://silo.tips/download/it-s-in-your-hands-supported-by>
- [5] M. Carr, 2011, ‘Mobile Payment Systems and Services: An Introduction, IDRBT, Hyderabad, https://www.academia.edu/2563249/Mobile_Payment_Systems_and_Services_An_Introduction
- [6] ACMA, 2013, ‘Smartphones and tablets Take-up and use in Australia’, Commonwealth of Australia, <https://apo.org.au/node/32808>
- [7] H. Falaki, et al, 2010, ‘Diversity in Smartphone Usage’, *MobiSys*, vol. 10, pp. 179-194, https://www.researchgate.net/publication/221234363_Diversity_in_Smartphone_Usage
- [8] A. Saag, T. Randlane, and M. Leht,2010, ‘Keys to plants and lichens on Smartphones: Estonian examples’, *Tools for Identifying Biodiversity: Progress and Problems*, ed. PL Nimis & LR Vignes, pp. 195-199, <https://core.ac.uk/download/pdf/41172759.pdf>
- [9] F. Yu, 2012 , ‘Mobile/Smart Phone Use in Higher Education’, 2012 Conference Proceedings of Southwest Decision Sciences Institute, University of Central Arkansas, pp. 831-839, http://swdsi.org/swdsi2012/proceedings_2012/papers/Papers/PA144.pdf
- [10] Z. Bezhovski, 2016, ‘The Future of the Mobile Payment as Electronic Payment System’ *European Journal of Business and Management*, Vol. 8, No. 8, pp 127-132, <https://core.ac.uk/download/pdf/234627158.pdf>
- [11] Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan Bank Indonesia, 2002, ‘Internet Banking di Indonesia’, *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, Vol. 5, No. 1 <https://www.bmebbi.org/index.php/BEMP/article/view/304>
- [12] R. Chandran, 2014, ‘Pros and Cons of Mobile Banking’, *International Journal of Scientific and Research Publication*, vol. 4, issue 10, <https://www.ijsrp.org/research-paper-1014/ijsrp-p34115.pdf>
- [13] FinCoNet, 2016, ‘Online and Mobile Payments: Supervisory Challenges to Mitigate Security Risks’, *International Financial Consumer Protection Organisation*, https://www.finconet.org/FinCoNet_Report_Online_Mobile_Payments.pdf
- [14] J. Patrik and Lady, 2022, ‘Faktor yang Mempengaruhi untuk Menggunakan Mobile Banking dari Internet Banking Terhadap Penggunaan Konsumen Perbankan di Indonesia’, *SEIKO: Journal of Management & Business*, Vol. 5 No. 1.
- [15] D. Triyanti, R. F. Kaban and M. Iqbal, 2020, ‘Peran Layanan Mobile Banking dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah’, *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, Vol. 2 No.1.
- [16] K. Petrova, 2003, ‘Mobile Banking: Background, Services and Adoption’, *Auckland University of Technology*, https://www.academia.edu/3334874/MOBILE_BANKING_BACKGROUND_SERVICES_AND_ADOPTION

- [17] Pratiwi, M.T., 2019, Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat pada Penggunaan Mobile Payment, Jurnal Ekonomi Vol. 10, No. 2, <https://ejournal.esaunggul.ac.id/index.php/Eko/article/download/2803/pdf>
- [18] A. T. Kearney, 2013, The Mobile Economy 2013, A.T. Kearney, London, <https://www.gsma.com/newsroom/wp-content/uploads/2013/12/GSMA-Mobile-Economy-2013.pdf>
- [19] N. N. Merliani and R. Waluyo, 2022, 'Analisis Pengembangan Fitur Aplikasi Mobile Banking pada Bank XYZ', Jurnal Rekayasa Informasi, Vol. 11 No.2.
- [20] Nursiah, M. Ferils and J. Kamarudin, 2022, 'Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking', AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 19 No. 1, pp. 91-100.