



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 3 Tahun 2023 Page 10697-10701

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking Oleh Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Di Universitas HKBP Nommensen Medan

Rusli Situmorang^{1✉}, Mawar Gultom², Dila Safira Barus³, Nova Yunita Sari Siahaan⁴

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Medan

Prodi Pendidikan Ekonomi

Email: ruslisitumorang@student.uhn.ac.id^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan minat penggunaan e-banking. Faktor-faktor tersebut adalah pekerjaan sampingan mahasiswa, faktor personal, faktor sosial (social influence), dan persepsi kemudahan. UTAUT merupakan salah satu model penerimaan teknologi informasi. Sejauh mana pengguna dapat menerima dan memahami teknologi adalah hal penting untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari implementasi teknologi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat keberhasilan dari implementasi teknologi tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif sebanyak responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membuat link google form untuk kuisioner, dimana responden akan menjawab dari beberapa pertanyaan sebagai sampel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja (performance expectancy), ekspektasi usaha (effort expectancy), faktor sosial (social influence), dan kondisi pendukung (Facilitating conditions) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan m-banking.

Kata Kunci: *ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial dan kondisi pendukung terhadap minat penggunaan m-banking*

Abstract

This study aims to analyze the factors that influence the intention to use e-banking. These factors are student side jobs, personal factors, social factors (social influence), and perceived convenience. UTAUT is a model of acceptance of information technology. The extent to which users can accept and understand technology is important to determine the level of success of implementing this technology. This study aims to analyze the factors that influence the success rate of implementing this technology. This research is a quantitative research as many as respondents. Sampling in this study was carried out by creating a Google form link for the questionnaire, where respondents would answer several questions as research samples. The results of the study show that performance expectancy, effort expectancy, social factors, and facilitating conditions have a significant effect on the intention to use e-banking.

Keyword: *performance expectations, business expectations, social factors and supporting conditions for interest in using m-banking*

PENDAHULUAN

Pada zaman yang modern ini peran teknologi informasi (TI) dalam bisnis tidak diragukan lagi. Banyak perusahaan di dunia berkeinginan untuk mengubah dirinya menjadi pelopor bisnis global melalui berbagai investasi besar dalam ebusiness, e-commerce, dan teknologi informasi lainnya. Pengelolaan sistem dan teknologi informasi yang mendukung proses bisnis modern perusahaan saat ini adalah tantangan besar untuk para manajer bisnis dan TI serta para praktisi bisnis, teknologi informasi juga berperan sebagai pemicu dalam perubahan sosial kemasyarakatan di berbagai aspek, termasuk salah satunya di bidang perbankan (O'Brian, David, & Detmar, 2005).

Teknologi informasi yang semakin berkembang direspon oleh perusahaan perusahaan termasuk perbankan yang terus mencoba memberikan pelayanan kemudahan akses informasi untuk nasabahnya dengan cara mengimplementasikan teknologi informasi yang canggih. Teknologi informasi saat ini menjadi suatu kesempatan bagi bank-bank yang ada di Indonesia, karena dengan menggunakan media internet menjadi suatu inovasi memberikan peluang dan tantangan dalam pengembangannya.

Pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi informasi yang dikenal dengan istilah electronic banking atau disingkat e-banking. Melalui layanan e-banking tersebut, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan seperti mengecek saldo, pembayaran tagihan kartu kredit, listrik, telepon, transaksi pembelian voucher dan tiket, transfer dana antar rekening bank, informasi mutasi rekening, informasi suku bunga, dan lain-lain (fortuna, 2013). Saat ini e-banking menjadi perhatian utama dan senjata yang revolusioner terhadap strategi operasional bank, yang bertujuan untuk memudahkan dalam

bertransaksi dan juga sebagai salah satu strategi persaingan antar bank. E-banking diperkenalkan sebagai saluran dimana nasabah bank dapat melakukan aktivitas keuangan secara elektronik melalui website bank.

Transaksi pembayaran elektronik dapat lebih dikembangkan dalam aktivitas bisnis sehingga nasabah bank benar-benar merasakan manfaat e-banking ini. Suatu produk atau jasa mungkin sudah tersedia untuk beberapa waktu, tetapi yang penting bagi bank adalah memahami perilaku konsumen, belajar tentang produk untuk pertama kalinya dan memutuskan apakah akan mengadopsinya, karena fasilitas e-banking tergolong baru bagi masyarakat. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi konsumen menggunakan fasilitas yang telah disediakan bank, diharapkan mampu memberikan nilai tambah yang maksimal bagi konsumen, pada akhirnya memberikan keunggulan bersaing (competitive advantage) bagi perusahaan.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Analisis Data Dalam Penelitian

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Prodi Pendidikan Ekonomi di Universitas HKBP Nomensen Medan. Kemudian yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang pernah menggunakan mobile banking atau mengetahui tentang mobile banking. Setelah analisis data dikumpulkan, maka data tersebut diolah secara kualitatif dan dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif yaitu menuraikan dan menggambarkan data sesuai dengan kategori dan masalah penelitian.

Sifat Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan adalah deskriptif dengan menggunakan paradigma penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif adalah metode dalam penelitian status kelompok manusia, objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Penelitian kualitatif yang dimaksudkan peneliti yaitu untuk mengungkapkan gejala melalui pengumpulan data. Penelitian kualitatif disusun dalam bentuk narasi yang bersifat kreatif dan mendalam serta menunjukkan ciri-ciri naturalistik yang penuh keotentikan. Penelitian deskriptif dengan menggunakan paradigma penelitian kualitatif ini digunakan untuk menggambarkan suatu fakta dengan cara peneliti bertanya kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi melalui kuisioner, kemudian mendeskripsikan persepsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi terhadap pengaruh minat dalam menggunakan Mobile Banking.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil angket yang telah kami lakukan yang dimana minat dan ketertarikan mahasiswa pendidikan ekonomi stambuk 2021 terhadap Mobile Banking adalah mempunyai kecenderungan hati yang tinggi terhadap keinginan untuk memiliki sesuatu. Minat dari dorongan yang menyebabkan seseorang menjadi tertarik atas perhatian terhadap suatu objek tertentu melakukan kebutuhan yang diinginkannya. Oleh karena itu, mahasiswa pendidikan ekonomi stambuk 2021 yang menggunakan sistem Mobile Banking akan bekerja lebih mudah daripada seseorang yang bekerja secara manual.

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi minat yaitu pekerjaan sampingan mahasiswa. Melalui faktor pekerjaan sampingan mahasiswa pendidikan ekonomi stambuk 2021 membutuhkan Mobile Banking yang mempermudah dalam penerimaan gaji terhadap pekerjaannya itu sendiri. Disamping itu juga, mahasiswa pendidikan ekonomi stambuk 2021 dapat memperkirakan potongan gaji ataupun masuknya penghasilan yang diterima dalam waktu tertentu dimana pun dan kapan saja.

Selanjutnya minat dari penggunaan Mobile Banking dapat juga dilihat dari faktor personal. Faktor personal adalah pemikiran tersendiri yang berbeda-beda yang menggambarkan berdasarkan kepercayaan diri, penguasaan diri, perbedaan kondisi, serta sosialisasi terhadap orang lain. Melalui faktor personal ini mahasiswa pendidikan ekonomi stambuk 2021 memiliki kepercayaan diri terhadap minat penggunaan Mobile Banking akan lebih merasakan kenyamanan terhadap melakukan transaksi pembelian dimana pun dan kapan pun dengan nyaman.

Selanjutnya minat dari penggunaan Mobile Banking dapat juga dilihat dari faktor sosial. Faktor sosial adalah sekelompok orang yang secara bersama-sama yang dapat mempertimbangkan kebersamaan di dalam status atau penghargaan komunitas antara hubungan dengan teman, keluarga, dan orang tua dalam mempengaruhi keputusan bertransaksi. Faktor sosial ini dapat mempengaruhi minat penggunaan Mobile Banking terhadap mahasiswa pendidikan ekonomi stambuk 2021 di Universitas HKBP Nommensen Medan. Yang dimana faktor ini berpengaruh dalam bertransaksi terhadap sesama teman, keluarga, dan orang tua dengan seefisien mungkin.

Kemudian dilihat dari minat penggunaan Mobile Banking dapat juga dilihat dari minat persepsi kemudahan. Pada kalangan mahasiswa sangat banyak yang menggunakan Mobile Banking karena kemudahan dalam mengakses aplikasi tersebut, dapat diakses dimana dan kapan pun. Hal ini sangat membantu interaksi dalam keuangan.

SIMPULAN

Mobile Banking merupakan pelayanan jasa bank yang memungkinkan mahasiswa untuk memperoleh informasi, melakukan transaksi-transaksi maupun komunikasi perbankan melalui jaringan internet, handphone, dan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan. Mobile Banking memiliki faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap minat dan penggunaannya. Variabel tersebut yaitu pekerjaan sampingan mahasiswa, faktor personal, faktor sosial, dan faktor persepsi kemudahan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, minat mahasiswa pendidikan ekonomi stambuk 2021 Universitas HKBP Nommensen Medan terhadap penggunaan Mobile Banking sangat dibutuhkan di kalangan mahasiswa karena dapat mempermudah untuk transaksi dalam pembayaran uang kuliah atau sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Sampurno, G . (2015). *Minat Penggunaan Berulang E-Banking*. Universitas islam indonesia.
- Sari, T. P. (2012). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa terhadap penggunaan E-Banking*. Universitas islam indonesia
- Wardani, A. K. (2012). *pengaruh kepercayaan, manfaat, dan referensi terhadap kesetiaan penggunaan internet banking magelang*. universitas islam indonesia.
- Zuidewijk, A., Janssen, M., & Dwivendi, 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 (2), 93-99.
- Wahyu Asiputra, Made. 2015. *"Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Penggunaan Layanan Internet Banking"*. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, Vol.2 No.1.
- Yani, Evi, dkk. 2018. *" Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model"*. *Jurnal Informatika*, Vol.5 No.1.
- Octaviansyah, Ilham. 2019. *Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Infotmasi, Kemudahan , dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BCA)*. Jakart: Skripsi Diterbitkan.
- Nilamtiti Dampararas, Luhdrini. 2017. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Efektivitas, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Internet Banking pada Bank Syariah di Provinsi Yogyakarta*. Yogyakarta: Skripsi tidak diterbitkan.
- Laksmi Rithmaya, Chitra. 2016. *"Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking"*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 16 No.1.