

Manfaat M-Banking Terhadap Sistem Informasi Diera Digital

Gempa Gunawan¹, Muhammad Irwan Padli Nasution², Sri Suci Ayu Sundari³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Corresponding Author: ✉ irwannst@uinsu.ac.id

ABSTRACT

Seiring berkembangnya zaman teknologi juga mengalami kemajuan dari tahun ketahun dari segala bidang terlebih lagi pada bidang perbankan. Pada prinsipnya kemajuan teknologi ini diharapkan membantu efesiensi waktu serta meningkatkan kinerja baik karyawan maupun bagi nasabah. Belakangan ini banyak bank yang mengeluarkan aplikasi berbasis m-banking yang bertujuan memudahkan nasabah dalam perihal mengecek saldo ataupun melakukan transaksi. Tidak hanya melakukan transaksi aplikasi m-banking juga dilengkapi informasi perbankan yang diperlukan masyarakat. Data bank Indonesia menyebutkan transaksi m-banking mengalami pertumbuhan sebesar 67,87% dari tahun lalu data ini menggambarkan bahwa banyak masyarakat yang sudah menggunakan produk perbankan yang satu ini.

Kata Kunci

Sistem Informasi, M-Banking

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman memicu adanya kemajuan dalam teknologi diberbagai aspek kehidupan termasuk didunia perbankan. Masih banyak masyarakat yang belum mengerti menggunakan teknologi sehingga sistem informasi yang dihadirkan belum terealisasikan manfaatnya secara merata dan juga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang manfaat dari teknologi dari perbankan yaitu m-banking.

Dengan hadirnya teknologi perbankan berbasis m-banking (mobile banking) diharapkan informasi yang disediakan dan dihadirkan oleh bank terealisasikan secara merata menggunakan m-banking tersebut keberbagai pihak secara merata. Mobile banking memberikan kemudahan untuk nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Dengan demikian kemudahan merupakan salah satu faktor yang penting bagi pengguna untuk bertransaksi menggunakan mobile banking dengan fleksibilitas waktu dan tempat, karena dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Selain itu mobile banking dapat di akses dengan mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam bertransaksi. Dalam mobile banking apabila jasa yang diberikan oleh pihak bank dianggap mudah sehingga nasabah akan terdorong untuk menggunakan mobile banking dalam bertransaksi (Dewi, 2017).

Manusia selalu berupaya untuk melakukan efisiensi dalam berbagai bidang kehidupan. Sehingga efisiensi sangat di perlukan dalam melakukan transaksi mobile banking (Hasibuan, 2005). Berdasarkan penelitian terdahulu terlihat bahwa penelitian mengenai minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking yang di lakukan oleh Winata, Sabri dan Dewi (2018) menyatakan bahwa hasil analisis menunjukkan bahwa efisiensi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan BSM mobile banking.

Selain itu penelitian tentang pengaruh nasabah terhadap keamanan pada mobile banking yang dilakukan oleh Kristianti dan Pambudi (2015) menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan penggunaan yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan, tingkat persepsi keamanan, dan fitur layanan mempengaruhi nasabah terhadap penggunaan mobile banking. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Afghani dan Yuliyanti (2016) Menunjukkan bahwa persepsi keamanan yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi layanan e-banking. Dengan demikian semakin tinggi keamanan layanan e-banking belum tentu akan menaikkan adopsi e-banking oleh nasabah bank BRI. Selanjutnya penelitian tentang pengaruh kemudahan nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking yang dilakukan oleh Kholid dan Pembudi (2017) menyatakan bahwa hasil kemudahan penggunaan yang dirasakan, kredibilitas persepsi, dan harga persepsi sesuai secara signifikan berdampak pada minat menggunakan mobile banking. Ada pun penelitian Rahayu (2015) dan Syaefullah (2014) tentang minat nasabah menggunakan mobile banking menyatakan bahwa persepsi kemudahan kegunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-banking di PT Bank BNI Syariah KCP Magelang.

Dari laporan keuangan BSM tahun 2018 dilaporkan bahwa mobile banking menjadi salah satu program unggulan dalam rangka meningkatkan performa dari BSM. Pada laporan tersebut ditampilkan data terkait transaksi yang dilakukan nasabah menggunakan handphone. Pergeseran akibat pemanfaatan teknologi di atas merupakan bentuk dari keberhasilan dunia perbankan dalam melakukan inovasi dengan memanfaatkan teknologi guna memberikan layanan kepada nasabah. Karena adanya kemudahan layanan dalam mobile banking diharapkan nasabah akan memperoleh kepuasan menggunakan berbagai macam produk dan jasa yang diberikan oleh pihak bank (Windarti, 2012). Karena pada dasarnya, indikator tujuan utama perbankan adalah menyediakan fasilitas mobile banking sebagai alat untuk mengukur kepuasan nasabah.

Kini, dapat dikatakan bahwa hampir semua perbankan di Indonesia memiliki aplikasi mobile banking demi menyesuaikan diri dengan gaya hidup para nasabahnya, termasuk perbankan syariah seperti Bank Syariah Mandiri (BSM). Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sampai dengan Agustus 2020 menunjukkan bahwa jumlah Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia mencapai 14 bank, ditambah dengan 20 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 162 Bank pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Saat ini, BSM merupakan BUS terbesar dengan aset 112,2 triliun rupiah. Pengguna Mandiri Syariah mobile Banking mencapai 973 ribu akun dengan jumlah transaksi sebanyak 2,29 juta transaksi. Pertumbuhan transaksi tertinggi terdapat pada infak dan sedekah yang mencapai 289,3 persen dari 50,721 transaksi per September 2018 menjadi 197,452 transaksi per September 2019 (Ekonomi Maju.com, 30 Oktober 2019).

Guna meningkatkan pelayanan terhadap nasabah, BSM secara berkelanjutan melengkapi fitur layanan mobile banking untuk memudahkan transaksi nasabah. Tujuannya agar nasabah semakin mudah menggunakan layanan dan transaksi. Saat ini 72 fitur yang ada di mobile Syariah mandiri yang dapat dengan mudah nasabah dalam bertransaksi. Mewujudkan kepuasan total bukanlah hal yang mudah. Sesuai dengan pendapat Mudie dan Cottam dalam (Tjiptono, 2012: 133) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen total tidak mungkin tercapai, sekalipun untuk sementara waktu. Kiat pemasaran yang dapat digunakan perusahaan untuk mengembangkan ikatan serta kepuasan yang lebih kuat. Mulai dari fitur beribadah dan berbagi tunai tanpa kartu ATM, informasi portofolio rekening, dana ZISWAF, pembiayaan hingga fitur khas BSM seperti juz amma, asmaul husna, waktu shalat, lokasi masjid terdekat, arah kiblat, paket data telepon, transaksi dengan berbagai marketplace, registrasi Syariah Mobile mandiri di ATM, berbagai top up dan lainnya (Republika.co.id, 30 Oktober 2019).

Peningkatan fasilitas yang dapat memudahkan Dan memberikan kepuasan transaksi nasabah Pada perusahaan perbankan tidak dapat Dilakukan tanpa melibatkan teknologi. Mobile Banking menjadi salah satu solusi yang Dikembangkan oleh bank tidak terkecuali BSM. Beberapa penelitian menemukan bahwa Penggunaan mobile banking dalam transaksi Masih di bawah 50% dalam mewujudkan Kepuasan nasabah.

Layanan adalah tindakan yang dapat ditawarkan Oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada Dasarnya bersifat Intangible Dan tidak menghasilkan sesuatu dimana produksi jasa bisa menghasilkan sesuatu dimana produksi jasa bisa berhubungan dengan fisik maupun non fisik (Stanton, 2007:220). Menurut Rumengan (2015), layanan setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya pada dasarnya tidak

berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Sedangkan Wijanarko (2012) mendefinisikan layanan adalah kegiatan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang tidak mengakibatkan yakepemilikan apapun dalam wujud apapun. Pada umumnya kepuasan yang tinggi lebih sering terwujud akibat dari layanan yang tinggi dan dapat diindikasikan dengan dilakukannyape lang. Layanan yang diwujudkan dalam perilaku seorang produsen dalam rangkamemenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen hingga tercapainya kepuasan konsumeberhubungan dengan fisik maupun non fisik (Stanton, 2007:220). Menurut Rumengan (2015), layanan setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Sedangkan Wijanarko (2012) mendefinisikan layanan adalah kegiatan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang tidak mengakibatkan kepemilikan apapun dalam wujud apapun. Pada umumnya kepuasan yang tinggi lebih sering terwujud akibat dari layanan yang tinggi dan dapat diindikasikan dengan dilakukannya pembelian ulang. Layanan yang diwujudkan dalam perilaku seorang produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen hingga tercapainya kepuasan konsumen.

Kepuasan diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang (nasabah) setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan (layanan yang diterima dan dirasakan) dengan yang diharapkannya (Irine, 2009). Sedangkan menurut Wijayanto (2015) bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan dari produk atau jasa terhadap ekspektasi mereka. Pelanggan mempunyai peranan besar dalam menentukan kualitas jasa dan kepuasan layanan. Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap jasa yang diterima dan harapannya sebelum menggunakan produk (Jasfar, 2012).

Loyalitas merupakan kondisi psikologis yang berkaitan dengan sikap terhadap produk, konsumen akan membentuk keyakinan, menetapkan suka dan tidak suka, dan memutuskan apakah mereka ingin membeli produk. Jadi loyalitas konsumen merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek dimasa yang akan datang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap merek, berapa kemungkinan keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk (Hasan, 2013:121). Berapa ilmuwan berpendapat bahwa loyalitas diartikan sebagai komitmen nasabah untuk

bertahan melakukan transaksi secara konsisten menggunakan produk tertentu pada masa yang akan datang.

Menurut Arends (2008: 43) PBL dirancang terutama untuk membantu peserta didik mengembangkan keterampilan berpikir, keterampilan menyelesaikan masalah, dan keterampilan intelektualnya, mempelajari tingkah laku orang-orang dewasa melalui berbagai situasi riil atau situasi yang disimulasikan, menjadi pelajar yang mandiri, dan otonom. Sementara Duch, Groh, dan Allen (dalam Savery, 2006: 13) menggambarkan bahwa dengan metode PBL dapat mengembangkan keterampilan khusus, termasuk kemampuan untuk berpikir kritis, menganalisa dan memecahkan masalah kompleks, masalah dunia nyata, menemukan, mengevaluasi, menggunakan sumber daya secara tepat, bekerja sama, menunjukkan kemampuan komunikasi yang efektif, serta menggunakan pengetahuan dan keterampilan intelektual agar peserta didik dapat terus termotivasi dalam belajar.

Dengan adanya penerapan perangkat yang bermuatan pendidikan karakter yang menggunakan metode PBL, diharapkan motivasi belajar peserta didik meningkat dan keterampilan proses pun meningkat. Dengan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan pemecahan masalah.

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi didunia perbankan relatif lebih maju dibandingkan sektor lainnya. Berbagai jenis teknologi diantaranya Anjungan Tunai Mandiri atau dalam bahasa Inggris Automated Teller Machine(ATM), Banking Application System, Real Time Gross Settlement System, Sistem Kliring Elektronik dan Internet Banking. Mobile Banking merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke bank atau ATM kecuali penarikan uang cash. Keunggulan Mobile Banking yaitu nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa dibatasi waktu. Layanan pada Mobile Banking meliputi: transaksi finansial, transaksi non finansial, transfer dana, cek saldo dan pembayaran tagihan yang dilakukan lewat telepon seluler. (Sebayang 2017)

Bank umum (konvensional) merupakan bank yang paling banyak berada di Indonesia. Bank umum memiliki kegiatan pemberian jasa yang paling lengkap dan dapat beroperasi di seluruh wilayah Indonesia. Dalam menentukan harga dan mencari keuntungan, bank yang berdasarkan prinsip konvensional menggunakan dua metode, yaitu Spread Based dan Fee Based (Angraini 2012).

Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit, pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan

prinsip-prinsip Islam (UU No. 21/2008). Sistem perbankan syariah di Indonesia diawali pada tahun 1992 dengan diterbitkannya Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang bank dengan sistem bagi hasil. Kemudian di tahun 1992 juga telah lahir bank syariah pertama sebagai pelopor yang tidak menggunakan sistem bunga seperti di bank konvensional, melainkan menggunakan sistem bagi hasil yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI). Kebanyakan dari pelanggan, terutama nasabah bank, yang menginginkan suatu pelayanan yang sederhana dan praktis sehingga dapat bertransaksi tanpa harus mencatat terlebih dahulu dan tanpa membuang waktu mengantri. Pelayanan manual ini dirasa kurang efisien, karena secara riil kesibukan orang sebagai nasabah pada saat ini semakin meningkat. (Machmud et al. 2010)

Mandiri Mobile adalah layanan Mobile Banking pada Smartphone (Blackberry, Android, dan iPhone) dengan tampilan menu yang menarik dan mudah digunakan. Mandiri Mobile dapat melakukan transaksi finansial (transfer, pembayaran, pembelian, dll), transaksi non finansial (cek saldo, cek histori transaksi, dll), informasi lokasi cabang/ATM, informasi kurs dan fitur-fitur menarik lainnya).

Keamanan merupakan sebagai kondisi atau kualitas yang bebas dari ketakutan, kecemasan, atau kepedulian. Jaringan komunikasi yang aman, dapat didefinisikan sebagai suatu jaringan dimana pengguna tidak merasakan ketakutan atau kecemasan sewaktu menggunakan jaringan. Komputer dan sistem jaringan yang tidak terbatas telah memberi kesempatan untuk mengurangi biaya, meningkatkan efisiensi dan meningkatkan pendapatan. Sayangnya, ketergantungan tersebut menimbulkan risiko baru yang mengancam keamanan komputer dan sistem jaringan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan agar mengetahui apa dan bagaimana manfaat dari m-banking terhadap sistem informasi sehingga diketahui manfaat m-banking terhadap sistem informasi, bagaimana informasi tersebut dapat direalisasikan menggunakan m-banking. Adapun metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dikarenakan penelitian dilakukan dengan situasi yang natural dan mengutamakan bukti fenomena yang terjadi. Dan dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan metode evaluative.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mobile banking adalah fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi finansial secara real time. Mobile banking dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui ponsel yang memiliki teknologi GPRS. Produk layanan mobile banking adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan sarana telpon seluler (ponsel). Perkembangan teknologi informasi yang sedemikian pesat sangat mendukung dalam kecepatan dan kemudahan layanan transaksi perbankan terhadap nasabah. Dalam artikel Kementerian Komunikasi Dan Informatika (KOMINFO) mengatakan Indonesia adalah "raksasa teknologi digital Asia yang sedang tertidur". Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 250 juta jiwa adalah pasar yang besar. Pengguna smartphone Indonesia juga bertumbuh dengan pesat. Lembaga riset digital marketing Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif smartphone di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah sebesar itu, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna aktif smartphone terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika (Tempo, 2015)

Perkembangan penggunaan mobile banking oleh perbankan sebagai tuntutan akan meningkatnya kebutuhan transaksi perorangan dan perusahaan, serta didukung oleh adanya kemajuan dalam teknologi telekomunikasi termasuk telpon seluler (Kiran, 2012). Namun dalam implementasinya, penggunaan mobile banking saat ini masih terdapat persepsi negatif dari pelanggan, persepsi negatif tersebut berkontribusi terhadap berkurangnya pengguna mobile banking diantara para pelanggan perbankan (Chikomo et al, 2006).

Adanya persepsi negatif atau ketidakpuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking, mengharuskan bank sebagai penyedia layanan mengeluarkan dana atau uang untuk melengkapi fasilitas dan pengembangan aplikasi mobile banking. Salah satu alasan kenapa bank-bank mengoptimalkan penggunaan aplikasi mobile banking karena penggunaan mobile banking oleh pelanggan dapat mengurangi adanya antrian di bank (Kenya Bankers Association, 2012).

Menurut menurut Kotler dan Keller dalam Donni (2017:196) mengemukakan bahwa kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan,

konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang.

Mobile Banking dapat menghemat waktu nasabah agar tidak menghabiskan waktu seharian hanya untuk menyelesaikan berbagai macam kewajibannya di bank. BSM Mobile Banking akan membantu nasabah untuk menghemat waktu, yang jelas dimana nasabah bisa melakukan transaksi saat sedang bekerja, di mobil, ataupun di rumah.

Berbagai manfaat dapat dirasakan menggunakan m-banking baik dari sisi efisiensi waktu sampai fitur-fitur layanan informasi cepat yang dihadirkan didalam m-banking. Segala bentuk pelayanan yang dihadirkan didalam m-banking juga menjadi salah satu strategi perbankan dalam menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa layanan bank.

Direktur Bisnis Konsumer BRI Handayani menyampaikan user transaksi finansial super apps BRImo tercatat telah mencapai sebanyak 20,24 juta pengguna hingga Agustus 2022, dengan rata-rata pertumbuhan user mencapai 700.000 – 800.000 per bulan.

Data Bank Indonesia mencatatkan, volume transaksi mobile banking mencapai 3,2 miliar sejak awal tahun hingga Mei 2022. Nilai itu mengalami pertumbuhan 67,87% yoy(year of year) dari posisi yang sama tahun lalu sebesar 1,90 miliar kali transaksi.

Transaksi yang paling banyak untuk transfer intra bank yang tumbuh 76,06% yoy menjadi 2,19 miliar kali. Lalu, transaksi pembayaran melompat 57,20% yoy menjadi 531,43 kali transaksi. Sedangkan transaksi antar bank ikut naik 47,33% yoy menjadi 474,58 kali.

Secara nilai, transaksi mobile banking sejak awal tahun hingga Mei 2022 mencapai Rp 3.888,09 triliun. Mengalami pertumbuhan 43,76% yoy dari posisi yang sama tahun lalu sebanyak Rp 2.704,61 triliun. Berkat kenaikan paling tinggi pada transaksi pembayaran yang melesat 57,31% yoy menjadi Rp 221,56 triliun.

Sedangkan, nilai transaksi yang paling besar datang dari transaksi intra bank yang mengalami pertumbuhan 48,15% yoY menjadi Rp 2.632,76 triliun. Adapun transaksi antar bank naik 31,40% yoy menjadi Rp 1.033,76 triliun.

Perkembangan penggunaan mobile banking oleh perbankan sebagai tuntutan akan meningkatnya kebutuhan transaksi perorangan dan perusahaan, serta didukung oleh adanya kemajuan dalam teknologi telekomunikasi termasuk telpon seluler (Kiran, 2012). Namun dalam implementasinya, penggunaan mobile banking saat ini masih terdapat persepsi negatif dari pelanggan, persepsi negatif tersebut berkontribusi terhadap berkurangnya

pengguna mobile banking diantara para pelanggan perbankan (Chikomo et al, 2006)

KESIMPULAN

Pada perkembangan zaman seperti ini mengacu pada perkembangan teknologi. Dengan perkembangan teknologi ini mendorong manusia untuk mengefektifkan dan mengefesienkan waktunya seefisien mungkin mengacu pada perkembangan manusia dari waktu ke waktu. Dengan adanya m-banking informasi yang dihadirkan perbankan secara cepat dan efisien diterima oleh masyarakat. Layanan yang dihadirkan oleh m-banking secara langsung dirasakan manfaatnya oleh masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Chaidir, Taufiq, Ihsan Ro'is, dan Akhmad Jufri. 2021. Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Mataram.
- Hastuti, Rizka dan Aditya Wardhana, SE, M.Si., MM. 2018. PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH MANDIRI TERHADAP KEPUASAN NASABAH.
- Hafiz, Abdul dan Mulkan. 2020. MANAJEMEN STRATEGI LAYANAN MOBILE BANKING PADA BANK SYARIAH MANDIRI (BSM). Jakarta
- Situmorang, Mhd Cahyono, Norvademi, Ima Yuliani. 2022. PENGARUH FASILITAS MOBILE-BANKING DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH DI PERUMAHAN BUMI PRESTASI KENCANA SAMARINDA. Samarinda