

Angelica¹, Hani Hatimatunnisani², Hasdilla Syafitri³,
Rifki Paturohman⁴, Kunto Ajibroto⁵

PENGARUH LAYANAN *M-BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Angelica¹, Hani Hatimatunnisani², Hasdilla Syafitri³,
Rifki Paturohman⁴, Kunto Ajibroto⁵

Perbankan dan Keuangan, Politeknik Pajajaran, Bandung, Indonesia¹²³⁴⁵

angelsimatupang2003@gmailcom¹, hani.hatimatunnisani@poljan.ac.id²,
syafitrihasdilla@gmail.com³, rifkisadut33@gmail.com⁴, kunto.ajibroto@poljan.ac.id⁵

Abstract

The aim of this research is to analyze the influence of M-Banking services on customer satisfaction. The type of research used is quantitative with descriptive methods. A sample of 56 respondents was taken randomly using a questionnaire. The results show that M-Banking services have a positive and significant effect on customer satisfaction. The existence of M-Banking services helps customers speed up transactions, so that the process can be carried out more flexibly and efficiently. However, service provider banks need to pay better attention to user security and handling online complaints in order to increase customer satisfaction.

Keywords: *Banking, Mobile Banking, Customer Satisfaction*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh layanan *M-Banking* terhadap kepuasan nasabah. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif. Sampel sebanyak 56 responden diambil secara acak menggunakan kuestioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan *M-Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Adanya layanan *M-Banking* membantu nasabah dalam mempercepat transaksi, sehingga proses dapat dilakukan lebih fleksibel dan efisien. Namun bank penyedia layanan perlu memperhatikan lebih baik dalam hal keamanan pengguna dan penanganan keluhan secara *online* agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Perbankan, *Mobile Banking*, Kepuasan Nasabah

Corresponding Author: angelsimatupang2003@gmailcom

PENDAHULUAN

Teknologi informasi yang semakin berkembang tentunya telah memberikan perubahan yang signifikan diberbagai aspek kehidupan, termasuk juga sektor perbankan. Munculya inovasi teknologi seperti layanan *mobile banking (M-Banking)* telah membawa dampak yang

besar. Adanya layanan tersebut memungkinkan para nasabah melakukan berbagai transaksi perbankan, seperti pengecekan saldo, pemindahan dana, pembelian, dan sebagainya hanya dengan melalui perangkat selulernya. Hal ini tentunya menawarkan kemudahan, fleksibilitas dan efisiensi

waktu karena nasabah dapat melakukannya dimanapun dan kapanpun.

Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengandalkan teknologi, yang tidak terlepas dari media sosial dan internet dalam aktivitas mereka sehari-hari menjadi salah satu faktor semakin meningkatnya pengguna layanan *M-Banking* dari waktu ke waktu. Meningkatnya pertumbuhan transaksi digital termasuk *M-Banking* tentunya memberikan potensi yang besar untuk meningkatkan aksesibilitas layanannya.

Bank sebagai badan usaha yang bergerak dibidang kepercayaan, yang dalam hal ini adalah sebagai media perantara keuangan (*financial intermediate*) antara debitur dan kreditur dituntut agar selalu dapat memberi layanan yang terbaik bagi nasabahnya. Terlebih di era persaingan digital saat ini tentunya mendorong banyak bank untuk selalu mengembangkan dan meningkatkan sistem layanan *M-Banking* guna memenuhi harapan nasabah dalam memberikan pengalaman perbankan yang lebih praktis, efektif dan efisien. Saat ini, banyak bank yang telah menyediakan *M-Banking* sebagai sarana layanan perbankan dengan menerapkan teknologi informasi yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan agar transaksi keuangan nasabah dapat berjalan lebih efektif dan efisien untuk meningkatkan kepuasan nasabah (A. Wardana, 2015; R.W. Wardana & Sriwidodo, 2015). Karenanya kepuasan nasabah menjadi salah satu indikator yang digunakan bank untuk mengevaluasi efektivitas layanan *M-Banking* yang diberikan.

Upaya mewujudkan kepuasan bukanlah suatu hal yang mudah. Kepuasan nasabah tidak hanya terkait kualitas produk dan layanan saja, namun juga harus memperhatikan keamanan,

kenyamanan dan kemudahan dalam menggunakan layanan tersebut. Meskipun dalam penggunaannya *M-Banking* memberikan kemudahan, karena dapat diakses kapanpun dan dimanapun, namun dari kenyamanan terkadang tidak sesuai yang diharapkan, karena penggunaan *M-Banking* juga memiliki keterbatasan seperti di saat terjadinya gangguan jaringan maka akses melalui *M-Banking* akan terhambat, kemudian tingkat keamanannya juga relatif kurang terjamin, salah satunya banyak kasus yang terjadi seperti pembobolan Tabungan, bocornya data nasabah dan lain-lain dilakukan oleh pihak-pihak tertentu yang tidak bertanggung jawab sehingga merugikan nasabah. Tentu hal ini akan berdampak terhadap tingkat kepuasan nasabah. Maka berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk mengkaji fenomena ini dan menyajikannya dalam sebuah karya ilmiah berjudul “Pengaruh Layanan *M-Banking* terhadap kepuasan nasabah”.

KAJIAN PUSTAKA

Bank

Pengertian bank menurut Undang-Undang nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan disebutkan bahwa bank sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada Masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup Masyarakat (Bank Indonesia, 1998).

Layanan *M-Banking*

Hadirnya fasilitas *M-Banking* memungkinkan nasabah dari mana saja dan kapan saja dapat melakukan transaksi, pembayaran dan lain-lain menggunakan jaringan internet (Monalisa & Suryani, 2013). *M-Banking* adalah fasilitas transaksi perbankan yang

diberikan kepada nasabah dan memiliki fungsi yang mirip seperti *internet banking*, khususnya untuk memudahkan transaksi nasabah (Rinaldy, Lubis & Utami, 2017). *M-Banking* mengacu pada penyediaan jasa perbankan dan keuangan dengan bantuan perangkat telekomunikasi. Layanan *M-Banking* yang ditawarkan mencakup semua fasilitas untuk melakukan transaksi bank, seperti mengelola akun dan pembayaran tagihan (Prawiramulia & Harsono, 2014).

Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dan Keller (2017:353), kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan nasabah. Pada dasarnya pengertian kepuasan merupakan keadaan dimana seorang nasabah merasa puas atas produk jasa bank, karena kinerja (hasil) sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan nasabah.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2014) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu keunggulan atau kelebihan yang diharapkan konsumen dari suatu pelayanan untuk memuaskan keinginannya. Jika jasa atau produk yang didapatkan bisa cocok dengan yang diharapkan pelanggan, maka kualitas pelayanan perusahaan akan dipandang baik maupun positif (Agiesta Et Al 2021).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif deskriptif digunakan sebagai upaya untuk menjawab bagaimana layanan *M-Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sebanyak 56 responden yang mengisi kuesioner yang disebar melalui

google form menjadi sampel dalam penelitian ini. Analisis regresi dan korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui pola dan keeratan hubungan antar variabel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Nasabah Pengguna Layanan *M-Banking* Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	22	39,30%
Wanita	34	60,70%
Jumlah	56	100%
Umur (tahun)	Jumlah	Persentase
< 20	10	17,90%
21 – 30	38	67,90%
31 – 40	7	12,50%
> 50	1	1,70%
Jumlah	56	100%

Sumber: Hasil Kuesioner (2024)

Responden penelitian ini terdiri dari 39,3% Pria dan 60,7% Wanita. Dengan didominasi oleh responden pada rentang usia 21 – 30 tahun sebanyak 67,9%. Dimana sebagian besar dari mereka bekerja sebagai pegawai swasta, wirausaha dan pelajar/mahasiswa.

Tabel 2. Nasabah Pengguna Layanan *M-Banking* Berdasarkan Lama Berlangganan

Lama Berlangganan	Jumlah	Persentase
< 6 bulan	14	25%
6 - 12 bulan	9	16,1%
1 - 3 tahun	18	32,1%
> 3 tahun	15	26,8%
Jumlah	56	100%

Sumber: Hasil Kuesioner (2024)

Hasil menunjukkan bahwa responden didominasi oleh mereka yang telah berlangganan menggunakan layanan *M-Banking* lebih dari satu tahun dengan fitur layanan yang sering digunakan adalah cek info saldo, transfer dan pembayaran/pembelian.

Tabel 3. Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel X (Layanan M-Banking)			
Pertanyaan	Nilai r	Sig	Keterangan
1	0.849	0.000	Valid
2	0.735	0.000	Valid
3	0.845	0.000	Valid
4	0.777	0.000	Valid
5	0.859	0.000	Valid
Variabel Y (Kepuasan Nasabah)			
Pertanyaan	Nilai r	Sig	Keterangan
1	0.830	0.000	Valid
2	0.860	0.000	Valid
3	0.824	0.000	Valid
4	0.838	0.000	Valid
5	0.863	0.000	Valid

Sumber: Output SPSS (2024)

Tabel 4. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

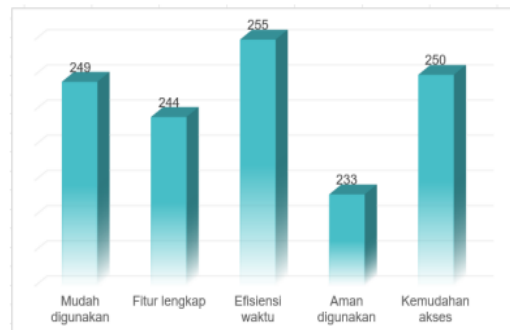
Variabel	Jumlah Pertanyaan	Nilai Cronbach 's Alpha	Keterangan
X	5	0.862	Reliabel
Y	5	0.897	Reliabel

Sumber: Output SPSS (2024)

Hasil pengujian menunjukan semua item pertanyaan yang diajukan memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas.

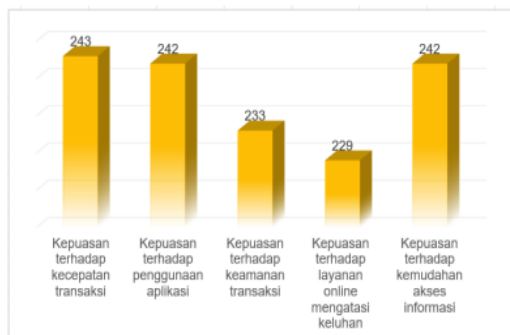
Berdasarkan hasil kuesioner mengenai layanan *M-Banking*, jawaban responden secara keseluruhan menunjukan respon yang positif, baik dari segi kemudahan akses, kemudahan penggunaan aplikasi, kelengkapan fitur yang ditawarkan, fleksibilitas dan

efisiensi waktu transaksi, serta keamanan bertransaksi. Berikut adalah skor tanggapan responden mengenai layanan *M-Banking*:



Gambar 1. Diagram Skor Mengenai Layanan M-Banking
Sumber: Hasil Kuesioner (2024)

Tanggapan mengenai efisiensi waktu memperoleh skor tertinggi, hal ini menunjukan bahwa layanan *M-Banking* membantu nasabah menghemat waktu dalam melakukan transaksi sehingga lebih efisien dan fleksibel karena dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun melalui ponsel. Sedangkan tanggapan mengenai keamanan layanan memperoleh skor terendah menunjukan adanya potensi risiko yang perlu diperhatikan, hal tersebut dapat menjadi masukan bagi pengembang aplikasi *M-Banking* untuk senantiasa memperbarui sistem perlindungan yang canggih dan berkesinambungan bagi pengguna.



Gambar 2. Diagram Skor Mengenai Kepuasan Nasabah
Sumber: Hasil Kuesioner (2024)

Berdasarkan hasil kuestioner mengenai kepuasan nasabah, jawaban responden menunjukkan respon yang positif, baik kepuasan terkait kecepatan transaksi, kepuasan dalam penggunaan aplikasi, kepuasan terhadap keamanan transaksi, kepuasan terhadap layanan *online* dalam menanggapi keluhan dan kepuasan akan kemudahan akses informasi. Dari kelima aspek ini, kepuasan nasabah terhadap kecepatan transaksi memperoleh skor tanggapan tertinggi, hal ini menunjukkan bahwa layanan *M-Banking* membantu nasabah dalam mempercepat proses transaksi. Sedangkan kepuasan terhadap layanan *online* dalam mengatasi keluhan memperoleh skor terendah, hal ini memberi masukan bagi penyedia layanan agar dapat memperbaiki sistem pengaduan dan penyelesaian keluhan secara *online* sehingga memberikan pengalaman yang baik bagi nasabah.

Tabel 5. Analisis Regresi

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.190	1.921		.619
	Layanan M-Banking	.914	.086	.822	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS (2024)

Hasil regresi membentuk pola persamaan: $Y = 1.190 + 0.914X$. Dengan nilai koefisien yang positif dan signifikansi yang lebih kecil dari taraf nyata 5%, menunjukan hasil bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari Layanan *M-Banking* (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hal ini menggambarkan pola hubungan dimana semakin baiknya layanan *M-Banking* yang diberikan oleh bank penyedia akan meningkatkan kepuasan nasabahnya.

Tabel 6. Analisis Korelasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.822 ^a	.675	.669	1.637

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS (2024)

Korelasi $R=0.822$ menunjukkan bahwa Layanan *M-Banking* memiliki korelasi yang kuat dengan Kepuasan Nasabah. Nilai $R\text{ Square}=0.675$ artinya sebesar 67,5% kepuasan nasabah (Y) yang dapat dipengaruhi oleh layanan *M-Banking* (X). Sedangkan sisanya 32,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian. Hasil ini memberikan gambaran bahwa layanan *M-Banking* memiliki pengaruh yang cukup besar dalam menciptakan kepuasan nasabah sebagai pengguna layanan. Hasil kuestioner pun memberikan tanggapan bahwa sebagian besar responden akan terus menggunakan layanan *M-Banking* di masa mendatang dan berpotensi untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini tentunya akan menjadi peluang bagi bank penyedia layanan *M-Banking* untuk meningkatkan loyalitas nasabahnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh menunjukan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara layanan *M-Banking* terhadap kepuasan nasabah sebesar 67,5%. Hal ini memberikan indikasi bahwa semakin baik layanan *M-Banking* yang diberikan oleh bank penyedia akan meningkatkan kepuasan nasabahnya.

SARAN

Melakukan perbaikan dan perbaruan sistem layanan *M-Banking* secara berkesinambungan tentunya

sangat penting dilakukan bagi bank penyedia layanan agar dapat memberikan pengalaman perbankan yang berkesan bagi nasabah sehingga akan berujung pada peningkatan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Memberikan edukasi kepada nasabah mengenai panduan penggunaan aplikasi *M-Banking* dapat menjadi cara agar terhindar dari penipuan dan meningkatkan keamanan serta kenyamanan nasabah dalam menggunakan layanan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito, P. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ka lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(2), 1653-1664.
- Akob, R. A., & Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 269-283.
- Ariyanto, W. (2019). *PENGARUH TEKNOLOGI KEUANGAN, KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT SUKU BUNGA TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi pada PT Bank Index Selindo Kantor Pusat Thamrin Jakarta Pusat)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta).
- Bank Indonesia (1998). Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Retrieved from <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45486/uu-no-10-tahun-199>
- Febrianta, A., & Indrawati, I. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bca Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 3(3).
- Prawiramulia, G., & Harsono, L. D. (2014). Pengaruh Kualitas Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri (Studi pada Pengguna Mandiri Mobile di Kota Bandung). *eProceedings of Management*, 1(3).
- Purnama, A., & Sailah, I. (2017). Peningkatan Tingkat Kepuasan Dosen Terhadap Kualitas Pelayanan Pelatihan Jurnal Berkualitas Melalui Metode Servqual. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 418-433.
- Rinaldy, I. M., Lubis, P. H., & Utami, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BNI di Banda Aceh Dengan Kepercayaan Nasabah, Kepuasan Nasabah, Komitmen Nasabah, Dan Nilai Nasabah Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan*, 8(3).
- Rizal, S., & Munawir, M. (2017). Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan Mobile Banking (M-Banking) Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh. *Jurnal Emt Kita*, 1(2), 68-78.
- Puryandani, E. S., et al. *Manajemen Portofolio dan Investasi*. Edited by Edinov, Shelby, Eureka Media Aksara, 2024.
- Puspita, V. A., Rinaldo, D., & Gunardi, G. (2024). Enhancing Financial Literacy to Promote Sustainability in MSMEs. *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA)*, 14(1), 121-130.

- Salehah, R., Zsafira, Z., & Hatimatunnisani, H. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK BJB KCP KIARACONDONG BANDUNG. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(2), 1532-1542.
<https://doi.org/10.31955/mea.v5i2.1322>
- Santoso, C. E. (2013). Perputaran modal kerja dan perputaran piutang pengaruhnya terhadap profitabilitas pada PT. Pegadaian (PERSERO). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. (2021). Peran Layanan Mobile Banking dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 51-62.
- Wardana, R. W., & Sriwidodo, U. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(3).
- Yudi Tusri, S. E., Chairani Adelina, S. E., & Sri Suparni, S. S. (2002). PENGARUH ETIKA DAN PELAYANAN PRIMA CUSTOMER SERVICE TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK SUMSEL BABEL CABANG PRABUMULIH.