

Kepuasan Nasabah Pengguna M-Banking BNI di Kalangan Mahasiswa

The Satisfaction of BNI M-Banking Customer Specifically College Students

¹Yang Nurintan Zuraidah, ²Satya Indra Karsa

^{1,2}*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,*

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹panjilifianto@gmail.com, ²satyaindrakarsa@unisbal.ac.id

Abstract. As time goes by, technological development has also accelerated and changed many people's lifestyles, technological developments have also shown remarkable progress. The term "technology" comes from the Greek word, "techne" which means "craft" and "logia" means "study of something". This study aims to determine the satisfaction of BNI conventional m-banking user customers viewed from the aspect of ease of use (perceived ease of use) and from the aspects of usefulness. Marketing is identifying and meeting human and social needs. One of the good and short definitions of marketing is "fulfilling needs in a profitable way". Based on this phenomenon, the problems in this study are formulated as follows: (1) How is BNI conventional m-banking customer satisfaction seen from the aspects of ease of use (perceived ease of use)? (2) How can BNI's conventional m-banking user satisfaction be seen from the aspect of usefulness? Researchers used descriptive analysis techniques using a quantitative approach. The population selected in this study was the University of Indonesia Education Students, amounting to 2977 and taken back in 2015 as much as 636. With the sampling technique, Syatematic random sampling obtained a total sample of 88 students. Data collection techniques used in this study are questionnaires, interviews, observations, and literature studies. The data analysis technique used in this study is a descriptive analysis technique. The results of this study are: Judging from the ease of use aspect, all respondents who are BNI conventional m-banking users are satisfied. Respondent's assessment of ease of use in this study is based on indicators. Seen from the aspect of usefulness, 83% of respondents who are BNI conventional m-banking users are satisfied, in this study based on indicators.

Keywords: User Satisfaction, Media Communication, M-banking.

Abstrak. Seiring berjalannya zaman perkembangan teknologi pun semakin pesat dan merubah banyak gaya hidup masyarakat, perkembangan teknologi juga sekarang ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Istilah "teknologi" berasal dari kata Yunani, yaitu "techne" yang berarti "kerajinan" dan "logia" berarti "studi tentang sesuatu". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan nasabah pengguna m-banking BNI konvensional di lihat dari aspek kemudahan penggunaan (perceived ease of use) dan dari aspek kemanfaatan (usefulness). Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah "memenuhi kebutuhan dengan cara menguntungkan". Berdasarkan fenomena tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: (1) Bagaimana kepuasan nasabah pengguna m-banking BNI konvensional di lihat dari aspek kemudahan penggunaan (perceived ease of use)? (2) Bagaimana kepuasan nasabah pengguna m-banking BNI konvensional di lihat dari aspek kemanfaatan (usefulness)? Peneliti menggunakan metode teknik analisis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia yang berjumlah 2977 dan diambil kembali angkatan 2015 sebanyak 636. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu *Syatematic random Sampling* diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 88 mahasiswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, observasi, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah: Dilihat dari aspek kemudahan penggunaan (ease of use), seluruh responden yang merupakan nasabah pengguna m-banking BNI konvensional sudah merasa puas. Penilaian responden terhadap kemudahan penggunaan (ease of use) dalam penelitian ini berdasarkan indikator. Dilihat dari aspek kemanfaatan (usefulness), 83% responden yang merupakan nasabah pengguna m-banking BNI konvensional sudah merasa puas, dalam penelitian ini berdasarkan indikator.

Kata Kunci: Kepuasan Pengguna, Komunikasi media, M-banking.

A. Pendahuluan

Seiring berjalannya zaman perkembangan teknologi pun semakin pesat dan merubah banyak gaya hidup masyarakat, perkembangan teknologi juga sekarang ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Istilah “teknologi” berasal dari kata Yunani, yaitu “*techne*” yang berarti “kerajinan” dan “*logia*” berarti “studi tentang sesuatu”. Semakin pesatnya kemajuan teknologi yang memunculkan banyak manfaat bagi masyarakat, waktu adalah suatu hal yang terpenting terutama untuk para pekerja kantoran, pelajar, dan mahasiswa dengan kemajuan teknologi ini waktu yang dibutuhkan untuk mengerjakan sesuatu dibuatlah jalan pintas, sehingga dapat memudahkan para pengguna teknologi untuk berinteraksi.

Hingga pada akhirnya website pun semakin jarang digunakan dengan terus berkembangnya teknologi, karena mengakses website harus melalui komputer atau laptop yang berukuran lebih besar dan sulit untuk dibawa-bawa. Oleh karena itu, saat ini muncul yang namanya teknologi gadget, dengan ukuran yang lebih nyaman untuk dibawa kemana saja. Maka dari itu bank menciptakan sebuah terobosan baru yang bernama Mobile Banking (M-Banking). Kehadiran gadget di masyarakat sangat memberi dampak yang cukup drastis, masyarakat dapat mengakses dengan mudah apa pun yang mereka inginkan, bahkan hingga sebuah transaksi pun dilakukan melalui gadget. Hal ini sangat berpengaruh terhadap generasi muda yang terus mengikuti zaman. Mahasiswa contohnya, mereka adalah generasi yang sudah bisa dikatakan generasi dewasa muda yang mandiri. Apalagi bagi mereka yang jauh dari orang tua, mereka pasti sangat membutuhkan yang namanya penyimpanan uang yang aman dan praktis, karena mereka tidak mungkin untuk pulang dan menerima uang dari orang tua dan kembali. Hingga pada akhirnya M-Banking sangat dibutuhkan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana kepuasan nasabah pengguna m-banking BNI konvensional di lihat dari aspek kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) & aspek kemanfaatan (*usefulness*).? “ Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui kepuasan nasabah pengguna m-banking BNI konvensional di lihat dari aspek kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).
2. Untuk mengetahui kepuasan nasabah pengguna m-banking BNI konvensional di lihat dari aspek kemanfaatan (*usefulness*)

B. Landasan Teori

“Menurut Everret M. Rogers “teknologi merupakan peralatan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai social yang memungkinkan individu untuk mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi. Dapat dikatakan pula bahwa teknologi komunikasi adalah sebuah penemuan baru dalam aspek kehidupan dimana setiap individu dapat menggunakan, mengakses, dan memberikan segala hal informasi kepada orang lain secara universal. Teknologi komunikasi mengondisikan penggunaannya untuk melakukan demassifikasi dalam mengontrol pesan, menyesuaikan diri dengan individu lain tanpa mengenal hambatan jarak.” (dalam Kurnia, 2005)”.

Pemasaran adalah mengidentifikasikan dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara menguntungkan “. Manajemen pemasaran bisa dikatakan masuk kedalam semua golongan, karena tidak hanya benda saja yang di pasarkan tetapi aplikasi jika tidak menggunakan promosi akan tenggelam. Asosiasi pemasaran amerika mendefinisikan bahwa pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses

untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan kepada pelanggan. Jadi pemasaran bisa dikatakan sebagai satu kesatuan di dalam sebuah bisnis karena telah mencakup hampir semua aspek yang dibutuhkan dalam berbisnis, dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya. (Kotler dan Keller, 2008: 6)

Dengan meningkatnya teknologi yaitu internet, konsumen yang semakin terinformasi dengan semua aktifitas yang ada menjadi lebih banyak tau akan suatu hal yang menarik, Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Seorang pelanggan / nasabah jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka sangat besar kemungkinannya untuk menjadi pelanggan dalam jangka waktu yang bisa dikatakan cukup lama. Para konsumen / nasabah ingin disajikan dengan sesuatu yang selalu baik disetiap saatnya, karena itu faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk dan pelayanannya, pelayanan setelah penjualan dan nilai – nilai perusahaan. Kepuasan dibagi menjadi 2 yaitu kepuasan fungsional dan kepuasan psikologika. Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan, yaitu jika aplikasi mobile banking bisa di access dan dapat berjalan dengan semestinya tanpa ‘ribet’ untuk di pakai para konsumen / nasabah akan memanfaatkannya. Sedangkan kepuasan psikologikal merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari produk, misalkan dalam aplikasi M-banking sendiri mempunyai banyak fitur yang mendukung untuk mempermudah dalam pekerjaan atau aktifitas lainnya. (Umar, 2005:49-51)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking BNI Konvensional di Kalangan Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra. Pada bab ini peneliti akan membahas uraian dan analisis data mengenai hasil pengolahan data-data yang diperoleh dari data primer dan sekunder yang dilengkapi dengan pembahasan yang didasari oleh hasil perhitungan statistik

Untuk data deskriptif mahasiswa yang memberikan respon lebih condong kepada para perempuan dengan jangka waktu pemakaian M-banking selama 3-6bulan. Untuk mengetahui data penelitian, Peneliti menggunakan skala pengukuran ordinal bagi variabel X yang terdiri dari dua subvariabel yaitu Kemudahan Penggunaan (Ease of Use) atau X1 dan Kemanfaatan (usefull) atau X2. Untuk mengetahui data penelitian, peneliti berpedoman pada metode skala pengukuran Likert. Metode ini biasanya digunakan untuk Jawaban Responden berjumlah besar di mana nilai-nilai dalam subyek diizinkan memberi dalam lima kategori yaitu: sangat setuju, setuju, Netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Dilihat dari aspek kemudahan penggunaan (ease of use), seluruh responden yang merupakan nasabah pengguna m-banking BNI konvensional sudah merasa puas, di mana 45,5% responden menyatakan setuju dan 54,5% responden menyatakan sangat setuju terhadap kemudahan penggunaan (ease of use) m-banking BNI konvensional. Penilaian responden terhadap kemudahan penggunaan (ease of use) dalam penelitian ini berdasarkan indikator Mudah Dipelajari, Jelas dan Mudah Dipahami, Mudah Dikuasai/Terampil, Fleksibel, dan Mudah Digunakan. Mayoritas responden menilai setuju terhadap kelima indikator tersebut, di mana indikator Jelas dan Mudah Dipahami memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan indikator lain.

Dilihat dari aspek kemanfaatan (usefulness), 83% responden yang merupakan nasabah pengguna m-banking BNI konvensional sudah merasa puas, di mana 52,3%

responden menyatakan setuju dan 30,7% responden menyatakan sangat setuju terhadap kemanfaatan (usefulness) m-banking BNI konvensional. Penilaian responden terhadap kemudahan penggunaan (usefulness) dalam penelitian ini berdasarkan indikator Bekerja Lebih Cepat, Efektif, Mempermudah Tugas, Produktivitas Meningkatkan dan Kegunaan. Mayoritas responden menilai setuju terhadap kelima indikator tersebut, di mana indikator Bekerja Lebih Cepat dan Kegunaan memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan indikator lain.

D. Kesimpulan

Berdasarkan identifikasi masalah dan tujuan penelitian serta uraian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, mengenai bagaimana Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking BNI Konvensional di Kalangan Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra angkatan 2017, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut

1. Dilihat dari aspek kemudahan penggunaan (ease of use), seluruh responden yang merupakan nasabah pengguna m-banking BNI konvensional sudah merasa puas, di mana 45,5% responden menyatakan setuju dan 54,5% responden menyatakan sangat setuju terhadap kemudahan penggunaan (ease of use) m-banking BNI konvensional. Penilaian responden terhadap kemudahan penggunaan (ease of use) dalam penelitian ini berdasarkan indikator Mudah Dipelajari, Jelas dan Mudah Dipahami, Mudah dikuasai/Terampil, Fleksibel, dan Mudah Digunakan. Mayoritas responden menilai setuju terhadap kelima indikator tersebut, di mana indikator Jelas dan Mudah Dipahami memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan indikator lain.
2. Dilihat dari aspek kemanfaatan (usefulness), 83% responden yang merupakan nasabah pengguna m-banking BNI konvensional sudah merasa puas, di mana 52,3% responden menyatakan setuju dan 30,7% responden menyatakan sangat setuju terhadap kemanfaatan (usefulness) m-banking BNI konvensional. Penilaian responden terhadap kemudahan penggunaan (usefulness) dalam penelitian ini berdasarkan indikator Bekerja Lebih Cepat, Efektif, Mempermudah Tugas, Produktivitas Meningkatkan dan Kegunaan. Mayoritas responden menilai setuju terhadap kelima indikator tersebut, di mana indikator Bekerja Lebih Cepat dan Kegunaan memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan indikator lain

E. Saran

Saran Teoritis

1. Untuk penelitian selanjutnya, ada baiknya penelitian yang telah diselesaikan ini sebagai bahan bagi penelitian berikutnya yang dilakukan oleh calon peneliti. Namun ada baiknya pulabila penelitian selanjutnya dilakukan lebih mendalam kembali.
2. Untuk penelitian selanjutnya, ada baiknya calon peneliti untuk mencoba meneliti subjek penelitiannya tidak hanya mahasiswa.

Saran Praktis

1. Dalam penelitian ini, Aplikasi yang dibuat oleh bank BNI konvensional memiliki kualitas yang baik, seperti selalu memberitahu jika ada kesalahan jika pengguna melakukan kesalahan, alangkah lebih baiknya jika aplikasi m-banking ini selalu memberikan inovasi terbaru dan tidak terpaku kepada aplikasi M-banking yang

lainnya.

2. Fitur di dalam aplikasi itu sendiri bisa lebih diberikan oleh tanda lampu atau semacamnya untuk memberitahu pengguna bahwa apakah jaringan yang di pakainya saat itu sudah stabil atau belum.

Daftar Pustaka

- Al-Rasyid, Harun. (2003). Statistika Sosial. Bandung : Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran.
- Ating, Somantri dan Sambas, Ali Muhidin, 2006. Statistika Dalam Penelitian. Bandung: Pustaka Setia.
- Darmawan, Deni. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif. Cetakan Kedua. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hikmawati. 2017 Dr. Fenti Hikmawati, M. (2017). Metodologi Penelitian. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Umar, Husein. 2003. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Husein. 2005. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama bekerja sama dengan Jakarta Business Research Center (JBRC)
- Kurnia, Novi. 2005. “ Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi” dalam Portal Garuda vol.6 no.2, Desember 2005 (hal 292)