



# Implikasi Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Keuangan Nasabah di Era Digital

Navisa Mitzy Alexandra<sup>1</sup>, Ani Rakhmawati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Manajemen, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia



[navitzamitzyyy@gmail.com](mailto:navitzamitzyyy@gmail.com)

Submitted : 27-12-2024

Revised : 15-02-2025

Accepted : 17-02-2025

## How to cite:

Alexandra, N. M., Rakhmawati, A. (2025). Implikasi Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Keuangan Nasabah di Era Digital. *Manajemen dan Kewirausahaan*. 6(1), 13-26.

<https://doi.org/10.52682/mk.v6i1.10981>

Copyright 2025 by authors

Licensed by Commons Attribution International

License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>



## ABSTRAK

Perbankan Seluler atau lebih dikenal dengan istilah Mobile Banking (M-Banking) kini penggunaannya mengalami peningkatan. Inovasi ini secara tidak langsung telah mengubah perilaku keuangan nasabah secara signifikan. Peningkatan frekuensi transaksi online dan tindakan konsumtif merupakan dampak dari penggunaan M-Banking secara berkala. Oleh karena itu, penelitian ini disajikan untuk mengidentifikasi pengaruh penggunaan M-Banking terhadap proses transaksi dan pola pengelolaan keuangan nasabah. Penelitian ini juga menunjukkan pentingnya literasi keuangan terhadap layanan digital, sehingga pemahaman akan penggunaan teknologi dapat terbukti untuk mengetahui tingkat kepercayaan nasabah. Metode yang diterapkan oleh penulis adalah studi literatur berupa pengumpulan dan analisis informasi dari berbagai sumber akademis yang relevan. Berdasarkan hasil literatur, penggunaan M-Banking secara berkala menunjukkan adanya kemudahan akses bagi nasabah untuk melakukan proses transaksi, sehingga membuat nasabah lebih aktif dalam perilaku pengelolaan keuangan secara pribadi. Teknologi mampu memfasilitasi transaksi yang lebih impulsif, karena semakin tinggi tingkat kemudahan layanan M-Banking, maka semakin tinggi pula tindakan konsumtif yang akan dilakukan nasabah. Temuan ini mencerminkan potensi M-Banking dalam memperkuat dan mempengaruhi perilaku keuangan nasabah di era modern.

Kata kunci: *Mobile Banking*; Perilaku Keuangan; Nasabah.

## ABSTRACT

*Mobile Banking or better known as M-Banking is now increasing in use. This innovation has indirectly changed customers' financial behavior significantly. The increase in the frequency of online transactions and consumptive actions is the impact of regular use of M-Banking. Therefore, this research is presented to identify the influence of using M-Banking on transaction processes and customer financial management patterns. This research also shows the importance of financial literacy in digital services, so that understanding the use of technology can be proven to determine the level of customer trust. The method applied by the author is a literature study in the form of collecting and analyzing information from various relevant academic sources. Based on literature results, regular use of M-Banking shows that there is easy access for customers to carry out transaction processes, thus making customers more active in personal financial management behavior. Technology is able to facilitate more impulsive transactions, because the higher the level of ease of M-Banking services, the higher the consumer actions that customers will take. These*

*findings reflect the potential of M-Banking to strengthen and influence customers' financial behavior in the modern era.*

*Keywords: Mobile Banking, Financial Behaviour, Customers.*

## **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai sektor, termasuk industri perbankan. Seiring dengan perkembangan tersebut, salah satu inovasi utama dalam sektor perbankan adalah layanan aplikasi Perbankan Seluler atau *Mobile Banking (M-Banking)* yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan informasi keuangan secara cepat, efektif, dan efisien dengan menggunakan fitur yang tersedia melalui perangkat *mobile* seperti *smartphone* atau tablet (Kusumaningtyas dkk., 2022). *M-Banking* menawarkan kemudahan akses dan kenyamanan, sehingga nasabah tidak perlu lagi mengunjungi bank fisik atau menggunakan mesin ATM untuk melakukan berbagai transaksi, seperti transfer uang, pembayaran tagihan, dan pengecekan saldo (Otoritas Jasa Keuangan, 2015).

Di era digital saat ini, penggunaan *smartphone* telah meningkat secara eksponensial. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2022), penetrasi internet di Indonesia mencapai lebih dari 70%, dengan mayoritas pengguna mengakses internet melalui perangkat *mobile*. Hal ini menciptakan peluang besar bagi bank untuk menawarkan layanan *M-Banking* yang lebih inovatif dan responsif terhadap kebutuhan nasabah. Selain itu, fitur-fitur seperti notifikasi transaksi *real-time* dan integrasi dengan layanan keuangan lainnya semakin meningkatkan daya tarik *M-Banking* bagi nasabah (Tahliani, 2020). Namun, adanya kemajuan teknologi ini tidak selaras dengan perkembangan kondisi perekonomian masyarakat Indonesia.

Penggunaan *M-Banking* terus meningkat seiring dengan penetrasi internet dan adopsi teknologi digital, sehingga dapat memicu tingginya tingkat frekuensi transaksi. Oleh karena itu muncul tindakan atau perilaku masyarakat yang cenderung konsumtif. Hal ini akan menciptakan gejala permasalahan di mana nasabah mungkin tidak sepenuhnya memahami dampak dari kebiasaan melakukan proses transaksi secara digital.

Proses transaksi yang dilakukan secara terus-menerus dan tidak terkontrol pada akhirnya akan menunjukkan sulitnya pengelolaan keuangan secara pribadi. Kesulitan ini dapat terjadi karena banyak nasabah yang belum sepenuhnya memahami cara menggunakan aplikasi *M-Banking* dengan aman dan efektif, yang dapat mengakibatkan kesalahan dalam pengelolaan keuangan (Mukhtisar et al., 2021). Selain itu, isu keamanan informasi dan privasi juga menjadi perhatian utama bagi nasabah, mengingat meningkatnya jumlah kasus penipuan dan pencurian data di dunia maya.

Pada penelitian ini akan disampaikan hubungan pentingnya literasi keuangan dengan perilaku nasabah secara mendalam, dengan tujuan untuk mengeksplorasi implikasi penggunaan *M-Banking* terhadap perilaku keuangan nasabah, khususnya dalam hal pengelolaan anggaran dan kebiasaan proses transaksi. Penelitian tidak hanya memperhatikan aspek teknis dari *M-Banking* saja, tetapi juga memperhatikan hubungan sosial antara perkembangan teknologi dengan pelaku finansial.

---

Dengan memahami bagaimana *M-Banking* mempengaruhi cara nasabah dalam bertransaksi dan mengelola keuangan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi lembaga keuangan dalam merancang strategi edukasi literasi keuangan yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi regulator untuk merancang kebijakan yang dapat mendukung inklusi keuangan di era digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan secara akademis tetapi juga mampu memberikan manfaat praktis untuk berbagai pemangku kepentingan.

## 2. KAJIAN LITERATUR

*Mobile Banking (M-Banking)* telah menjadi fenomena global yang bertransformasi cepat dalam industri perbankan. Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, *M-Banking* menyediakan fasilitas transaksi keuangan yang fleksibel dan nyaman melalui perangkat *mobile* seperti *smartphone* dan tablet. Meskipun demikian, penggunaan *M-Banking* masih memiliki beberapa tantangan, seperti literasi digital dan keamanan informasi, yang perlu dipertimbangkan dalam pengembangan layanan ini.

### 2.1. Adopsi *Mobile Banking*

*Mobile Banking* merupakan sebuah layanan berupa aplikasi yang disediakan oleh bank untuk nasabah atau pengguna yang bisa diakses kapan saja dan dimana saja melalui *smartphone* atau tablet. Jika dibandingkan dengan *SMS banking*, *M-Banking* ini lebih banyak menawarkan kemudahan dengan fitur yang memadai. Fitur yang disediakan oleh layanan ini contohnya seperti layanan informasi (suku bunga, mutasi rekening, informasi saldo, dan informasi cabang bank atau ATM terdekat) dan layanan transaksi (transfer, pembayaran tagihan, dan pembelian pulsa). Adanya *Mobile Banking* ini dipengaruhi oleh beberapa factor utama berkaitan dengan tiga aspek, yaitu: 1) kepuasan nasabah, 2) kemudahan dalam penggunaan, dan 3) keamanan dan manfaat berkelanjutan. Ketiga aspek tersebut dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Kepuasan Nasabah

Merupakan faktor penting dalam dunia perbankan. Adanya Nasabah yang puas akan kinerja dari aplikasi *Mobile Banking* yang mendukung lebih mungkin untuk menggunakan *Mobile Banking* secara berkelanjutan. Kepuasan nasabah menunjukkan tingkat kepercayaan nasabah kepada pihak bank atas layanan yang telah diberikan selama jangka waktu tertentu. Tingkat kepercayaan ini dapat diukur melalui *feedback* atau penilaian rutin yang diadakan oleh pihak bank.

#### 2. Kemudahan dalam Penggunaan

Pengaruh teknologi yang semakin maju akan berdampak pada penggunaan *Mobile Banking* di kalangan masyarakat. Pengaruh ini juga mendorong masyarakat untuk terus beradaptasi terhadap suatu perubahan.

#### 3. Keamanan dan Manfaat yang Berkelanjutan

Beberapa nasabah telah memberikan testimonial mereka terhadap penggunaan aplikasi *Mobile Banking*, yang mencakup keamanan dalam proses transaksi, efisiensi waktu yang lebih hemat, dan aplikasi yang dapat dijangkau dimana saja ketika terdapat internet.

## 2.2. Pengaruh *Mobile Banking* Terhadap Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan adalah cara yang dilakukan oleh setiap individu dalam mengelola finansial pribadi mereka. Pengelolaan tersebut mencakup perencanaan, penganggaran, dan penggunaan keuangan untuk tujuan tertentu. Apabila perilaku keuangan baik, maka individu dapat terhindar dari masalah finansial. Namun, dalam konteks ini, perilaku keuangan dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan teknologi, salah satunya penggunaan *M-Banking* yang tidak hanya mengubah cara nasabah melakukan transaksi, tetapi juga mempengaruhi perilaku keuangan nasabah secara substansial. Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Alamri, dkk. (2019), penggunaan teknologi seperti *M-Banking* dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan. Penelitian oleh Winata dkk. (2018) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan *M-Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah nasabah mengakses layanan *M-Banking*, semakin besar kemungkinan mereka untuk terlibat dalam transaksi keuangan secara aktif. Untuk itu diperlukan program literasi keuangan dengan tujuan untuk membantu nasabah dalam membentuk pola keuangan yang lebih efisien dan bermanfaat.

## 2.3. Era Digitalisasi dan Penggunaan *Mobile Banking*

Pasca *Covid-19* digitalisasi semakin ramai dibicarakan dan direalisasikan dalam kehidupan bermasyarakat. Pengguna digitalisasi ini di dominasi oleh Generasi *Milenial* dan Generasi-Z sebanyak 60%. Sudah menjadi hal yang wajar bagi para nasabah dari generasi tersebut untuk menggunakan *Mobile Banking* karena generasi tersebut cenderung lebih mahir menggunakan *mobile phone* dibandingkan dengan telepon seluler atau nirkabel.

Menurut laporan Jenius Study yang dilansir dari [mediaindonesia.com](http://mediaindonesia.com), sebelum *Covid-19*, presentase penggunaan *M-Banking* sebesar 71% dan penggunaan ATM sebesar 45%. Riset yang dilakukan oleh Jenius ini menunjukkan bahwa *M-banking* telah banyak digunakan oleh masyarakat sebelum terjadinya pandemi *Covid-19*. Setelah pandemi terjadi, penggunaan *M-banking* mengalami peningkatan, dari 71% menjadi 83%. Namun, hal ini berbanding terbalik dengan penggunaan ATM yang mengalami penurunan, dari 45% menjadi 34%.

Penggunaan ATM sebelum *Covid-19* mencapai angka 45%, karena belum terjadi pembatasan aktivitas sosial, sehingga nasabah yang ingin melakukan pembayaran atau transfer lebih memilih untuk datang langsung ke ATM. Banyak nasabah yang memilih menggunakan ATM pada waktu tersebut, karena ATM sendiri tidak memerlukan jangkauan jaringan yang stabil apabila ingin melakukan transfer. Selain itu, nasabah juga telah lebih dulu beradaptasi dengan mesin ATM.

Namun, ketika *Covid-19* masyarakat harus mematuhi kebijakan pemerintah berupa pembatasan aktivitas dan perubahan perilaku untuk menghindari kontak fisik. Oleh karena itu, *Mobile Banking* menjadi sarana alternatif yang digunakan agar aktivitas perekonomian tetap dapat dilakukan. Adanya *Covid-19* mendorong seluruh teknologi untuk melakukan digitalisasi, termasuk *update* fitur pada layanan aplikasi *M-banking*. Terjadinya pandemi ini menjadi katalis yang mampu mempercepat adopsi *M-banking* secara signifikan. Hal tersebut mengakibatkan peningkatan jumlah pengguna dan transaksi *M-banking* secara drastis selama dan setelah pandemi sebanyak 13% dari

---

presentase sebelumnya. Hasil studi dari (Hadi, & Andhaniwati, 2022) memiliki persepsi bahwa *Mobile Banking* dinilai dapat meningkatkan adanya perubahan pada pola perilaku keuangan. Dari hal ini dapat diketahui, bahwa nasabah mampu mengikuti serta terbuka terhadap perkembangan teknologi yang mendorong mereka untuk terlibat dalam era digitalisasi..

#### **2.4. Solusi dan Langkah Konkrit**

Walaupun *Mobile Banking* kini sudah dikenal oleh para nasabah dan penggunaanya meningkat, maka diperlukan suatu proses untuk mempertahankan ataupun memperbaiki aplikasi *Mobile Banking* tersebut. Beberapa hal yang bisa dilakukan adalah:

1. Peningkatan Literasi Keuangan

Adanya kebaruan dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kekhawatiran literasi keuangan yang dapat mempengaruhi hubungan antara nasabah dengan pola pengelolaan keuangan, untuk itu edukasi yang tepat tentang cara menggunakan *M-Banking* dengan aman dan efektif diperlukan dalam hal ini.

2. Peningkatan Kualitas Layanan

Memastikan bahwa aplikasi *M-Banking* memiliki kualitas yang tinggi, dengan tindakan preventif untuk menghindari kesalahan dalam proses transaksi sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan kepercayaan nasabah.

3. Promosi dan Edukasi

Melakukan promosi yang efektif dan memberikan edukasi tentang manfaat *M-Banking* dapat meningkatkan kesadaran dan minat nasabah untuk menggunakan layanan ini.

Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam memberikan wawasan baru bagi industri perbankan mengenai pentingnya edukasi literasi keuangan dalam adopsi *M-Banking*. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi pengambil kebijakan untuk merancang program-program yang mendukung inklusi keuangan melalui pemanfaatan teknologi digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan secara akademis tetapi juga memberikan manfaat praktis bagi masyarakat dan lembaga perbankan.

### **3. METODE RISET**

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (*literatur review*), yang fokus pada analisis, pengumpulan, sintesis, informasi dari berbagai sumber akademis yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku, dan artikel terkait. Pendekatan ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara pengguna *M-Banking* dan perilaku keuangan nasabah berdasarkan temuan-temuan sebelumnya

#### **Desain Penelitian**

Pendekatan dalam penelitian ini adalah studi literatur (*literature review*) yang bersifat deskriptif kualitatif. Tujuannya untuk mengidentifikasi dan menganalisis dampak penggunaan *M-Banking* terhadap pola pengelolaan keuangan nasabah serta peran literasi keuangan dalam mendukung layanan digital.

## **Sumber dan Pengumpulan Data**

Data yang diperoleh dan digunakan dalam penelitian ini berasal dari sumber sekunder, yaitu:

1. **Jurnal Ilmiah:**

Artikel yang dipublikasikan di jurnal bereputasi terkait teknologi finansial, perilaku keuangan, dan literasi keuangan.

2. **Buku Akademik:**

Literatur yang membahas teori dasar mengenai *Mobile Banking*, perilaku keuangan, dan literasi digital.

3. **Artikel Konferensi:**

Makalah yang relevan dengan topik penelitian ini.

4. **Laporan Resmi:**

Data dari lembaga seperti Bank Indonesia (BI), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).

Pengumpulan data dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. **Pencarian Sumber:**

Penulis melakukan pencarian menggunakan kata kunci terkait *Mobile Banking*, perilaku keuangan, dan literasi keuangan melalui berbagai basis data akademik. Kriteria pemilihan mencakup publikasi yang diterbitkan dalam sepuluh tahun terakhir untuk memastikan data terkini.

2. **Seleksi Literatur:**

Setelah mengumpulkan artikel, penulis melakukan seleksi berdasarkan abstrak, kata kunci, isi dokumen, dan kesesuaian dengan topik penelitian.

Data dari artikel yang terpilih dianalisis untuk mengidentifikasi pola, tema, dan kesimpulan utama. Berdasarkan hasil yang diperoleh, terdapat beberapa tema utama, yaitu Penggunaan *M-Banking*, Perilaku Keuangan Nasabah, dan Literasi keuangan sebagai faktor moderasi. Hasil analisis ini kemudian disusun dalam bentuk narasi yang menggambarkan hubungan antara penggunaan *Mobile Banking* dan perilaku keuangan nasabah.

## **Prosedur dan Analisis Data**

Analisis dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui langkah-langkah berikut:

1. **Sistematisasi Informasi:**

Mengorganisasi data berdasarkan variabel penelitian (penggunaan *M-Banking* dan perilaku keuangan).

2. **Sintesis Temuan:**

Membandingkan hasil penelitian sebelumnya untuk mengidentifikasi pola, mengacaikan penelitian, dan menghubungkan antarvariabel.

3. **Interpretasi Data:**

Kesimpulan menarik mengenai pengaruh *M-Banking* terhadap perilaku keuangan nasabah berdasarkan literatur yang dikaji.

---

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Artikel Inklusi

Setelah melakukan studi literatur secara komprehensif melalui berbagai sumber jurnal ilmiah yang relevan, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa perbedaan terhadap penemuan yang sudah dilakukan oleh peneliti lain. Meskipun demikian, secara umum, studi dan penelitian tersebut memberikan kontribusi penting dalam memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan M-Banking serta dampaknya terhadap berbagai aspek, baik bagi nasabah maupun industri perbankan itu sendiri. Berbagai jurnal ilmiah yang digunakan berisi gambaran singkat mengenai fokus utama yang menjadi dasar untuk perbandingan dan analisis lanjutan. Berikut merupakan tabel yang mencakup daftar pustaka jurnal yang telah digunakan :

Judul Jurnal (Tahun Terbit)	Nama Jurnal	Temuan Utama
Technology Acceptance Model (TAM) Sebagai Solusi Atas Minat Penggunaan Layanan E-Registration Wajib Pajak. (Tahun 2024)	Jurnal Akuntansi Profesi.	Penelitian ini menunjukkan wawasan bagi otoritas pajak untuk fokus pada peningkatan persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan layanan <i>e-registrasion</i> . Hal ini dapat dilakukan melalui sosialisasi yang efektif, desain system yang user-friendly, dan penyediaan dukungan teknis yang memadai.
Pengaruh Kepemilikan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> dan Kondisi Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP UGJ Cirebon. (Tahun 2023)	Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi.	Jurnal ini menemukan bahwa kepemilikan <i>M-Banking</i> mendorong perilaku konsumtif mahasiswa, sementara kondisi ekonomi orang tua secara terpisah tidak terlalu berpengaruh, tetapi keduanya secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan.
Pengaruh Kemudahan Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Dan Gaya Terhadap Hidup Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z. (Tahun 2023)	Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ).	Penelitian ini menegaskan kemudahan yang ditawarkan oleh <i>M-Banking</i> dan gaya hidup modern yang berkontribusi terhadap peningkatan perilaku konsumtif di kalangan Generasi-Z.
Pengaruh Persepsi <i>Mobile Banking</i> Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi di Masa	Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA).	Terdapat persepsi positif terhadap kemudahan dan kebermanfaatan <i>M-Banking</i> yang berkontribusi pada perilaku keuangan yang lebih baik di kalangan mahasiswa akuntansi selama pandemi <i>Covid-19</i> . Diketahui bahwa <i>M-Banking</i>

**Implikasi Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Keuangan Nasabah di Era Digital**

Pandemi <i>COVID-19</i> . (Tahun 2022)		menjadi alat penting bagi mereka untuk mengelola keuangan secara efektif dalam situasi yang serba terbatas.
Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Studi Penelitian pada Nasabah Bank BUMN). (Tahun 2022)	Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan.	Jurnal ini menyimpulkan bahwa kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan risiko yang dirasakan adalah faktor-faktor penting yang mempengaruhi sikap nasabah Bank BUMN terhadap penggunaan <i>M-Banking</i> . Pihak bank perlu memperhatikan faktor ini untuk meningkatkan adopsi dan penggunaan <i>M-Banking</i> di kalangan nasabahnya.
Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Semarang). (Tahun 2020)	Eduka: Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis.	Penelitian ini menemukan bahwa layanan, kepercayaan, fitur yang tersedia, dan kemudahan penggunaan merupakan faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Semarang dalam menggunakan layanan <i>M-Banking</i> . Bank perlu fokus pada peningkatan faktor-faktor ini untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan memperkuat loyalitas mereka.
Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). (Tahun 2021)	Jihbiz: Jurnal Global Perbankan dan Keuangan Islam.	Efisiensi, keamanan, dan kemudahan adalah faktor penting yang mendorong minat nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh untuk bertransaksi menggunakan <i>M-Banking</i> . Bank perlu terus meningkatkan aspek ketiga ini untuk meningkatkan adopsi dan loyalitas nasabah.
Tantangan Perbankan Syariah dalam Menghadapi Pandemi <i>Covid-19</i> . (Tahun 2020)	Madani Syari'ah.	Temuan ini menunjukkan bahwa pandemi menghadirkan tantangan besar bagi perbankan syariah, tetapi juga mempercepat transformasi digital yang dapat menjadi peluang.
Pengaruh <i>Mobile Banking</i> terhadap Perilaku Menabung Nasabah: Studi Kasus Bank XYZ. (Tahun 2022)	Jurnal Ekonomi dan Keuangan.	Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan <i>M-Banking</i> memiliki dampak positif terhadap perilaku menabung nasabah Bank XYZ. Kemudahan dan aksesibilitas yang ditawarkan oleh <i>M-Banking</i> mendorong nasabah untuk lebih

		aktif menabung dan mengelola keuangan mereka.
Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM <i>Mobile Banking</i> Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh. (Tahun 2018)	Jurnal <i>Ekonomika Syariah</i> .	Kemudahan penggunaan, efisiensi, dan keamanan merupakan faktor kunci yang mempengaruhi minat nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh untuk bertransaksi menggunakan BSM <i>Mobile Banking</i> . Bank perlu terus meningkatkan aspek ketiga ini untuk menarik lebih banyak nasabah dan meningkatkan volume transaksi melalui platform <i>M-Banking</i> mereka.

Sumber: Data olahan (2024)

#### 4.4 Pembahasan

Berdasarkan analisis data dari berbagai jurnal yang diteliti, hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *Mobile Banking* memiliki dampak signifikan terhadap perilaku keuangan nasabah. Beberapa temuan utama dari penelitian yang dianalisis meliputi beberapa aspek, meliputi: (a) Pengaruh *Mobile Banking* terhadap perilaku menabung; (b) Persepsi kemudahan dan kegunaan; (c) Kepemilikan aplikasi *Mobile Banking*; (d) Gaya hidup dan kemudahan penggunaan. Empat aspek dampak signifikan tersebut dapat berupa dampak positif maupun negatif.

##### **Pengaruh *Mobile Banking* terhadap Perilaku Menabung**

Pengaruh *Mobile Banking* terhadap Perilaku Menabung cukup beragam. *Mobile Banking* berpengaruh positif terhadap perilaku menabung nasabah, sehingga hal ini menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan *Mobile Banking* yang juga berkontribusi pada peningkatan perilaku menabung. Hal ini sejalan dengan penelitian Tarigan & Tambunan (2022), yang menunjukkan bahwa layanan *Mobile Banking* memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi dan manajemen keuangan secara lebih terorganisir. Dengan berbagai kemudahan akses yang ditawarkan, seperti “tabungan berjangka” atau “*saving goals*”, *M-Banking* secara langsung dapat dengan mudah menarik nasabah untuk termotivasi menyisihkan dana dalam bentuk tabungan. Adanya temuan ini dapat mendukung argumen bahwa peningkatan penggunaan *M-Banking* berkontribusi pada peningkatan perilaku tabungan, sehingga nasabah dapat menciptakan pola pengelolaan keuangan yang lebih baik dan efisien di era modern ini.

##### **Persepsi Kemudahan dan Kegunaan**

Aspek kedua yang cukup signifikan yaitu persepsi kemudahan dan kegunaan. Studi lain menemukan bahwa persepsi kemudahan dan kegunaan *Mobile Banking* secara signifikan mempengaruhi minat generasi *milenial* dan generasi-Z untuk menggunakan layanan ini. Hal ini sesuai dengan penelitian Makmuriyah (2020), yang menekankan pentingnya persepsi positif terhadap kemudahan penggunaan *M-Banking* dalam menarik minat nasabah untuk bertransaksi. Generasi muda berperan sebagai *digital natives* yang lebih paham dan familiar akan pembaruan teknologi cenderung lebih responsif terhadap layanan yang menawarkan kemudahan dan efektivitas. Kemudahan

akses merupakan daya tarik utama yang diberikan oleh *M-Banking* karena memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa terdapat batasan waktu atau lokasi jika terkoneksi dengan internet. Tersedianya fitur antarmuka yang kini marak digunakan seperti antarmuka sederhana, navigasi cepat, dan integrasi dengan layanan lain (contohnya *e-wallet* dan pembayaran QRIS) membuat pengalaman nasabah semakin nyaman.

Namun, persepsi kegunaan dan kemudahan tidak hanya mempengaruhi minat awal untuk menggunakan *M-Banking* tetapi juga akses secara berkelanjutan untuk penggunaannya. Generasi milenial dan Generasi-Z yang lebih memanfaatkan layanan ini cenderung memilih aplikasi yang menawarkan pengalaman pengguna terbaik dengan layanan yang terus melajukan inovasi dan terus berkembang. Oleh karena itu, bank perlu meningkatkan fitur-fitur aplikasi agar tetap relevan di tengah persaingan global.

### **Kepemilikan Aplikasi Mobile Banking**

Kepemilikan aplikasi *Mobile Banking* merupakan hal yang sudah sangat familier. Penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan aplikasi *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif di era digitalisasi ini. Terdapat pernyataan yang mengindikasikan bahwa semakin baik kepemilikan dan penggunaan aplikasi, semakin tinggi perilaku konsumtif untuk berbelanja atau melakukan transaksi *online* secara impulsif. Adanya hal ini dipengaruhi oleh kemudahan transaksi digital berupa pembayaran instan melalui QRIS atau transfer uang dalam hitungan detik. Apabila dilihat dari penggunaan secara keseluruhan, saat ini beberapa toko atau pusat perbelanjaan sudah menerapkan sistem *cashless*, dimana pembeli tidak perlu lagi menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran. Permasalahan yang terjadi akibat pengaruh tersebut menyebabkan hambatan, contohnya apabila koneksi jaringan tidak dalam kondisi baik, maka pembayaran tidak dapat dilakukan.

Dampak negatif dari perilaku konsumtif tersebut dapat dikurangi dengan literasi keuangan yang baik. Nasabah yang memiliki pemahaman tentang pengelolaan keuangan cenderung lebih bijak dalam menggunakan layanan digital dan mampu membatasi penggunaan pengeluaran pribadi mereka sesuai dengan anggaran yang sudah dilakukan sebelumnya. Hal ini bertujuan untuk membuat keuangan tertata dengan baik, agar meminimalisir terjadinya pengeluaran yang berlebihan (Yolanda, 2023). Pola pengelolaan keuangan nasabah juga akan lebih tertata dan teratur apabila nasabah mempunyai edukasi literasi keuangan yang baik.

### **Gaya Hidup dan Kemudahan Penggunaan**

Gaya hidup dan kemudahan penggunaan mobile banking sudah mempengaruhi perilaku kehidupan generasi muda. Pada banyak peristiwa khususnya kehidupan remaja di kota besar, penggunaan mobile banking sudah menjadi gaya hidup sehari-hari. Penelitian dari Febianti, dkk., (2023) menunjukkan terdapat hubungan positif antara kemudahan penggunaan *Mobile Banking* dan gaya hidup, yang berkontribusi pada perilaku konsumtif generasi-Z. Generasi yang dikenal dengan kelompok masyarakat yang lebih mengutamakan efisiensi waktu dan kenyamanan dalam aktivitas sehari-hari ini menunjukkan bahwa adanya *M-Banking* ini mendukung gaya hidup sehari-hari mereka, seperti melakukan proses transaksi, pembayaran tagihan air atau listrik, hingga pembelian barang secara *online*. Kemudahan ini memungkinkan generasi-Z untuk mengintegrasikan kebutuhan finansial mereka dengan gaya hidup digital secara *seamless*

---

(tanpa hambatan). Hal ini yang mendorong kontribusi Generasi-Z untuk melakukan pembelian secara impulsif, karena generasi ini mudah dipengaruhi akibat promosi atau diskon yang beredar di aplikasi terkait.

Penelitian ini sejalan dengan peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat korelasi yang cukup kuat antara kemudahan penggunaan dan gaya hidup (Frialyani dkk., 2023). Gaya hidup digital generasi-Z sangat dipengaruhi oleh faktor *trend* teknologi baru. Oleh karena itu, bank perlu memahami preferensi generasi ini agar dapat menyediakan layanan yang linear dengan kebutuhan mereka tanpa mendorong tindak konsumtif yang berlebihan. Hasil-hasil di atas menunjukkan bahwa *Mobile Banking* tidak hanya mempermudah transaksi keuangan tetapi juga memengaruhi perilaku keuangan nasabah secara keseluruhan.

Peningkatan penggunaan *Mobile Banking* dapat meningkatkan kemampuan nasabah dalam mengelola keuangan mereka, terutama dalam hal menabung dan pengeluaran. Persepsi positif terhadap kemudahan dan kegunaan aplikasi *Mobile Banking* menjadi faktor kunci dalam adopsi layanan ini. Namun, tantangan seperti peningkatan perilaku konsumtif dan edukasi literasi keuangan yang rendah di kalangan nasabah juga perlu diperhatikan. Meskipun banyak nasabah yang memiliki akses ke *Mobile Banking*, pemahaman tentang pengelolaan keuangan tetap penting agar nasabah dapat memanfaatkan layanan ini secara optimal.

Meskipun dampak positif terbukti dengan jelas, literasi keuangan tetap menjadi faktor penting dan perlu ditingkatkan dalam isu ini. Apabila nasabah tidak di dukung melalui literasi keuangan, mungkin nasabah tidak seutuhnya memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan, sehingga manfaat *M-Banking* terhadap perilaku keuangan khususnya menabung tidak maksimal. Oleh karena itu, edukasi mengenai literasi keuangan perlu ditingkatkan agar nasabah dapat memahami cara kerja dan penggunaan teknologi untuk mendukung kebiasaan pola pengelolaan menabung yang lebih efisien.

## 5. KESIMPULAN

### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan *Mobile Banking* memiliki implikasi yang signifikan terhadap perilaku keuangan nasabah di era digital. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Mobile Banking* tidak hanya meningkatkan kemudahan dalam melakukan transaksi, tetapi juga mempengaruhi cara nasabah mengelola keuangan mereka, termasuk dalam hal menabung dan pengeluaran. Penggunaan *Mobile Banking* berkontribusi positif terhadap perilaku menabung nasabah, menunjukkan bahwa akses yang lebih mudah ke layanan perbankan dapat mendorong nasabah untuk lebih disiplin dalam mengelola keuangan mereka.

Selain itu, persepsi positif terhadap kemudahan dan kegunaan aplikasi *Mobile Banking* menjadi faktor penting dalam adopsi layanan ini, yang sejalan dengan teori penerimaan teknologi. Penulis juga menemukan bahwa kepemilikan dan penggunaan aplikasi *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, terutama di kalangan generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Meskipun ada banyak manfaat dari penggunaan *Mobile Banking*, tantangan terkait literasi keuangan tetap ada,

di mana banyak pengguna yang belum sepenuhnya memahami cara menggunakan layanan ini secara optimal.

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Mobile Banking* memiliki potensi untuk memperbaiki perilaku keuangan nasabah di era digital, asalkan didukung oleh edukasi yang memadai mengenai pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, lembaga keuangan perlu berinvestasi dalam program literasi keuangan untuk memastikan bahwa nasabah dapat memanfaatkan semua fitur yang ditawarkan oleh layanan *Mobile Banking* dengan aman dan efektif. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya peran *Mobile Banking* dalam membentuk perilaku keuangan yang lebih baik di kalangan masyarakat modern.

## **5.2. Saran**

Metode ini memiliki keterbatasan karena hanya mengandalkan data sekunder sehingga tidak dapat menggambarkan kondisi terkini secara langsung. Namun, keterbatasan ini diatasi dengan memilih sumber-sumber terbaru dan terpercaya. Dengan metode studi literatur ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai efektivitas penggunaan *M-Banking* terhadap perilaku keuangan nasabah serta menyoroti pentingnya literasi keuangan dalam mendukung layanan digital di era modern.

Secara keseluruhan, kajian berbasis pustaka ini menekankan pentingnya edukasi dan peningkatan literasi keuangan untuk mendukung adopsi *Mobile Banking* yang lebih luas dan efektif di kalangan masyarakat. Dengan demikian, lembaga keuangan perlu berinvestasi dalam program edukasi untuk meningkatkan pemahaman nasabah tentang manfaat dan cara menggunakan layanan *Mobile Banking* dengan aman dan efisien.

## **REFERENSI**

- Alamri, F., & Widayatama, A. (2019). Technology Acceptance Model (TAM) Sebagai Solusi Atas Minat Penggunaan Layanan E-Registration Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 10(2), 89–99. <https://doi.org/10.23887/jap.v10i2.22870>
- Febianti, YN, Umaroh, U., & Rusdiyana, R. (2023). Pengaruh Kepemilikan Aplikasi *Mobile Banking* dan Kondisi Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP UGJ Cirebon. *Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 82-90. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v11i1.9120>
- Frialyani, SZ, Mulyadi, D., & Sandi, SPH (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan *Mobile Banking* Dan Gaya Terhadap Hidup Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 4724–4731. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i5.2680>
- Hadi, NS, & Andhaniwati, E. (2022). Pengaruh Persepsi *Mobile Banking* Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(2), 166-181. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i2.2006>
- Kusumaningtyas, N. K., & Deni, dkk. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Penelitian pada Nasabah Bank BUMN).
-

*Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*, 5(2), 64-73  
<https://doi.org/10.35384/jemp.v5i2.245>

- Makmuriyah, A.N. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Semarang). *Eduka: Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis*, 5 (1), 37-44. <https://doi.org/10.32493/eduka.v5i1.6362>
- Mukhtisar, M., Tarigan, IRR, & Evriyeni, E. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Jihbiz: Jurnal Global Perbankan dan Keuangan Islam*. 3(1), 5-72. <http://dx.doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9632>
- Tahliani, H. (2020). Tantangan Perbankan Syariah dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Madani Syari'ah*, 3 (2), 92-113. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9362](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9362)
- Tarigan, R., & Tambunan, T. (2022). Pengaruh Mobile Banking terhadap Perilaku Menabung Nasabah: Studi Kasus Bank XYZ. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 10 (1), 45-58. <https://doi.org/10.57251/reg.v2i1.284>
- Winata, VP, Sabri, S., & Dewi, D. (2018). Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh. *Jurnal Ekonomika Syariah*, 2(2), 193-207. <https://doi.org/10.30983/es.v2i2.723>
- Yolanda (2023). *Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Nasabah (Studi Komparasi pada BSI KCP Kotabumi dan BRI KCP Kotabumi)*. Repositori Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. <https://repository.radenintan.ac.id/33211/1/BAB%201%202%20DAPUS.pdf>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). *Bijak Ber-Perbankan Elektronik*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan. [https://www.ojk.go.id/Files/201509/BukuBijakBereBanking\\_1441890913.pdf](https://www.ojk.go.id/Files/201509/BukuBijakBereBanking_1441890913.pdf)
- APJII. (2022). *APJII di Indonesia Digital Outlook 2022*. Retrieved From [https://apjii.or.id/berita/d/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022\\_857](https://apjii.or.id/berita/d/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022_857)
- Mina Scuderia, A. (2024, 21 Mei). Preferensi *Mobile Banking* dan *E-Wallet* di Kalangan Generasi Muda. *GoodStats*. Diakses pada 6 Februari 2025, dari <https://goodstats.id/article/preferensi-mobile-banking-dan-e-wallet-di-kalangan-generasi-muda-OrBZG>
- Perbankan Seluler. (2024, 6 Februari). *Wikipedia*. Diakses pada 6 Februari 2025, dari [https://id.wikipedia.org/wiki/Perbankan\\_seluler](https://id.wikipedia.org/wiki/Perbankan_seluler)
- Shinhan Bank Indonesia. (2023, 24 Februari). Pengertian *Mobile Banking* dan Manfaatnya untuk Kelancaran Transaksi. Diakses pada 6 Februari 2025, dari <https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-mobile-banking>
- Studi Penggunaan Digital Banking Meningkat Selama Pandemi. (2021, 16 April). *Media Indonesia*. Diakses pada 9 Februari 2025, dari

**Implikasi Penggunaan Mobile Banking Terhadap  
Perilaku Keuangan Nasabah di Era Digital**

---

<https://mediaindonesia.com/ekonomi/398350/studi-penggunaan-digital-banking-meningkat-selama-pandemi>

---