

STUDI TENTANG KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING LIVIN BY MANDIRI PADA PT. BANK MANDIRI AREA SEMARANG PAHLAWAN

Fatimah Tsaralya Asegaf

Universitas Diponegoro

tsaralyaasegaf@undip.ac.id

Farida Indriani

Universitas Diponegoro

faridaindriani@lecturer.undip.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking Livin by Mandiri. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dengan menggunakan Teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data melalui wawancara kepada informan. Hasil wawancara terhadap keenam narasumber, yaitu wawancara Attitude Towards Behaviour nasabah yang menggunakan Livin By Mandiri merasakan kenyamanan dan tidak ada keluhan. Hasil wawancara Subjective Norm nasabah menyatakan faktor lingkungan dan keluarga juga menjadi salah satu keputusan nasabah dalam menggunakan Livin By Mandiri. Lalu nasabah yang sudah mempunyai aplikasi Livin by Mandiri tetapi tidak aktif dalam penggunaannya dikarenakan aplikasi sering error dan memakan memori yang cukup besar. Bagi non nasabah Livin By Mandiri merasa belum ada kebutuhan sehingga belum memutuskan untuk menggunakan Livin By Mandiri.

Kata Kunci: Purposive Sampling, Attitude Towards Behaviour, Subjective Norm

Abstract

The purpose of this study is to explore customer decisions in using Livin by Mandiri mobile banking. The type of data used is qualitative data using purposive sampling techniques. Method of data collection through interviews with informants. The results of interviews with the six speakers, namely the Attitude Towards Behavior interview, customers who used Livin By Mandiri felt comfortable and there were no complaints. The results of the customer's Subjective Norm interview stated that environmental and family factors are also one of the customer's decisions in using Livin By Mandiri. Then customers who already have the Livin by Mandiri application but are not active in its use because the application often errors and consumes considerable memory. For non-customers, Livin By Mandiri feels that there is no need so they have not decided to use Livin By Mandiri.

Keywords: Purposive Sampling, Attitude Towards Behavior, Subjective Norm



© Author(s) 2024

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Beberapa tahun terakhir, industri perbankan menghadapi tekanan persaingan yang kuat dihasilkan terutama dari integrasi dan globalisasi pasar keuangan, dan penggunaan yang lebih luas dari e-commerce untuk memberikan layanan dan menciptakan produk baru. Menanggapi tren global ini, sejumlah bank besar Eropa melakukan strategi “universal banking” dengan memperluas operasi bisnis mereka dan berusaha untuk menjadi pemain global dengan satu strategi branding global. Banyak negara berkembang telah mengalami arus masuk asing bank ke pasar keuangan mereka.

Pada era digitalisasi, kemajuan pesat pada sistem yang berbasis teknologi terutama terkait dengan internet yang mengarah pada perubahan yang mendasar menjadi satu cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan.¹ Penggunaan telepon seluler telah menyebar sangat luas di beberapa negara berkembang maupun di berbagai negara maju. Untuk bank ritel, internet adalah saluran distribusi baru yang menawarkan waktu tunggu yang lebih rendah dan kenyamanan yang lebih tinggi daripada layanan perbankan secara tradisional yaitu datang ke cabang.² Hal ini menunjukkan bahwa nasabah lebih tertarik pada bank yang memungkinkan transaksi lebih cepat melalui portal online yang mudah didapat. Mobile banking memiliki potensi yang sangat besar untuk diperluas penyediaan layanannya kepada orang-orang yang belum memiliki rekening bank.

Perbankan elektronik menjadi layanan mandiri yang memungkinkan bank untuk memberikan informasi dan menawarkan layanannya kepada nasabah agar lebih nyaman melalui teknologi.³ Dengan mobile banking perusahaan sektor perbankan dapat meningkatkan kualitas dan layanannya untuk membantu nasabah agar mampu mengelola rekeningnya dengan mudah tanpa harus datang ke cabang sehingga mampu mengurangi biaya dan mempermudah transaksinya.

Mobile banking adalah salah satu fasilitas layanan perbankan yang disediakan oleh bank untuk nasabahnya sebagai alternatif kepada nasabah untuk mempermudah dalam melakukan transaksi-transaksi secara digital. Pada Bank Mandiri, fitur Mobile Banking disebut Livin Mandiri yang dapat diunduh oleh nasabah melalui Play Store atau App Store. Livin Mandiri menawarkan manfaat penggunaan perangkat mobile secara bebas dari waktu, tempat dan efisiensi untuk transaksi perbankan.

¹ Ervina Triandewi dan Fandy Tjiptono, “Consumer Intention to Buy Original Brands versus Counterfeits,” *International Journal of Marketing Studies* 5, no. 2 (28 Februari 2013), <https://doi.org/10.5539/ijms.v5n2p23>.

² G. R. Amijaya, “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking,” *Interfaces* 30 (2000).

³ Eser Yeşildağ, “Chapter 13 Factors Affecting Internet Banking Preferences and Their Relation to Demographic Characteristics,” dalam *Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis*, ed. oleh Simon Grima dkk., vol. 101 (Emerald Publishing Limited, 2019), <https://doi.org/10.1108/S1569-375920190000101013>.

Pada tahun 2020, pandemi covid-19 mengakibatkan terjadinya perubahan kebiasaan masyarakat diantaranya adalah perubahan perilaku akibat aturan lockdown dari pemerintah yang menyebabkan berbagai perubahan yaitu masyarakat mulai beralih menggunakan selular.⁴ Perilaku belanja masyarakat juga secara cepat beralih ke melalui platform online sehingga hal ini mengakibatkan terjadinya lonjakan transaksi secara online dan tingginya kebutuhan masyarakat untuk contactless banking akibat adanya pandemic covid-19.⁵ Pandemic covid-19 turut berdampak pada perekonomian diantaranya perubahan kebiasaan nasabah working dari rumah atau work from home, lonjakan transaksi online shopping, perubahan gaya hidup masyarakat yang beralih ke layanan delivery service seperti order go-food atau grab-food, healthy concious seperti layanan halodoc dan e-doctor, dan kebutuhan teknologi touchless tech yang meningkat.

Perilaku belanja online meningkat didominasi oleh transaksi yang menggunakan uang elektronik dibandingkan transaksi menggunakan kartu dan layanan perbankan sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Transaksi Bank Mandiri

No.	Jenis Transaksi	Jumlah	Presentase
1.	Transaksi Penarikan Tunai	Rp. 2,990 T	-6,7% yoy
2.	Transaksi Kartu Debit	Rp. 284 T	-14,5% yoy
3.	Transaksi Via Online Transfer	Rp. 3,641 T	-15,3% yoy
4.	Transaksi kartu kredit	Rp. 231 T	-30,4% yoy

Sumber : Dashboard Livin by Mandiri Region VII (2021)

Visi Bank Mandiri untuk menjadi Bank partner financial pilihan nasabah menyediakan solusi perbankan yang handal simple dan menjadi bagian hidup nasabah. Perkembangan fintech yang cukup pesat mampu membuat bank-bank konvensional digitalisasi untuk merubah bisnis proses dengan penawaran produk-produk yang mampu menjangkau lebih banyak pangsa.

Berdasarkan hasil rekapitan tahunan Bank Mandiri (2021), diperoleh perkembangan user register Livin by Mandiri dari tahun 2017 hingga tahun 2021 sebagai berikut:

⁴ Musa Pinar, Tulay Girard, dan Zeliha Eser, "Consumer-based Brand Equity in Banking Industry: A Comparison of Local and Global Banks in Turkey," *International Journal of Bank Marketing* 30, no. 5 (20 Juli 2012), <https://doi.org/10.1108/02652321211247417>.

⁵ Deirdre O'Loughlin dan Isabelle Szmigin, "Customer Perspectives on the Role and Importance of Branding in Irish Retail Financial Services," ed. oleh Spiros Gounaris, *International Journal of Bank Marketing* 23, no. 1 (1 Januari 2005), <https://doi.org/10.1108/02652320510577348>.

Tabel 1.2
Data User Register Livin by Mandiri Tingkat Region VII Jawa 2

Kode Area	Area	User Register				
		2017	2018	2019	2020	2021
135	Semarang Pemuda	12.119	26.821	46.189	75.579	99.617
136	Semarang Pahlawan	16.318	36.466	63.366	104.390	140.272
137	Yogyakarta	31.543	71.802	115.965	162.159	201.832
138	Solo	16.862	41.431	74.521	121.674	161.126
139	Tegal	7.693	19.413	36.786	67.276	96.792
180	Purwokerto	8.997	21.354	39.786	65.609	87.467
184	Kudus	6.771	18.590	39.208	70.393	98.825
185	Magelang	6.448	15.538	28.959	46.162	64.104
Region VII Jawa 2		106.751	251.415	444.786	713.242	950.035

Sumber : Dashboard Livin by Mandiri Region VII (2021)

Bank Mandiri Region VII Jawa 2 terbagi dalam 8 area, yaitu Semarang Pemuda, Semarang Pahlawan, Yogyakarta, Solo, Tegal, Purwokerto, Kudus, dan Magelang. Berdasarkan tabel 1.1 nampak bahwa dari tahun 2017 hingga tahun 2021 terjadi peningkatan jumlah user register aplikasi Livin by Mandiri. Jumlah user register dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 69,67% dari jumlah 950.035 user register.

Pada kenyataanya, dari data tabel 1.2 terdapat ketimpangan jumlah user aktif dalam menggunakan aplikasi Livin by Mandiri. Kondisi ini diperkuat oleh Tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1.3
Data User Aktif Livin by Mandiri Tingkat Region VII Jawa 2

Kode Area	Area	User Aktif				
		2017	2018	2019	2020	2021
135	Semarang Pemuda	8.560	19.309	34.699	55.620	71.577

136	Semarang Pahlawan	11.703	26.695	47.751	77.829	101.870
137	Yogyakarta	23.026	53.213	88.649	122.924	151.498
138	Solo	11.546	28.630	52.762	85.733	110.328
139	Tegal	5.061	12.776	24.669	43.726	61.027
180	Purwokerto	6.099	14.585	27.672	44.702	58.171
184	Kudus	4.476	12.804	26.813	46.593	64.171
185	Magelang	4.339	10.799	20.504	32.000	43.330
Region VII Jawa 2		74.810	178.811	323.519	508.657	661.972

Sumber : Dashboard Livin by Mandiri Region VII (2021)

Dari data diatas diketahui terdapat ketimpangan antara jumlah user register dan user aktif dalam aplikasi mobile banking Livin by Mandiri. Untuk area Semarang Pahlawan terdapat perbedaan sebesar 38.402 atau sebesar 1,3%. Pada penelitian yang dilakukan Eser menemukan tujuh faktor yang efektif dalam menggunakan mobile banking yaitu efek lingkaran sosial, manfaat penggunaan, kegunaan, kecepatan dan penghemat waktu, kemudahan penggunaan dan biaya, kemampuan untuk menggunakan internet dan keuntungan menggunakan internet banking dan kesesuaian dengan gaya hidup dan kerja. Mobile banking adalah indikator modernisasi, untuk pembukuan, untuk menjangkau semua informasi terkini dengan internet banking, mengakses informasi rinci melalui internet banking, dan mempelajari dan melakukan transaksi baru. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Szopinski, penggunaan internet, produk perbankan dan kepercayaan terhadap bank merupakan faktor penting dalam penggunaan internet banking.

Penelitian yg dilakukan Maharsi, mobile banking menaruh banyak keuntungan. Dalam melakukan operasionalnya, sebuah bank wajib mempunyai tempat kerja untuk beroperasi & memerlukan banyak biaya. Seiring perkembangan teknologi, internet banking & mobile banking mulai menghilangkan batas fisik, ruang & waktu. Layanan perbankan bisa diakses dimana saja & dapat digunakan untuk beragam transaksi online antara lain yaitu mengecek saldo dalam rekening, history transaksi dalam beberapa bulan terakhir, membayar tagihan-tagihan, transfer antar account bank di Indonesia. Dengan berkembangnya fasilitas layanan perbankan di Indonesia.

Nasabah di Indonesia mempunyai kesadaran yang rendah akan kemajuan teknologi yang mengakibatkan nasabah enggan memakai internet banking atau mobile banking. Faktor perceived risk sebagai satu faktor, meskipun internet banking menaruh kemudahan dalam bertransaksi dan

cepat tetapi nasabah masih enggan untuk mengadopsi atau memakai karena alasan keamanan & privasi. Safeena menggunakan empat faktor yg mempengaruhi nasabah dalam adopsi internet banking atau mobile banking yaitu perceived usefulness, perceived ease of use, consumer awareness about internet banking & perceived risk.⁶

Faktor consumer awareness about internet banking terhadap penggunaan layanan dalam perbankan mempunyai pengalaman baru bagi penggunaannya namun nasabah perlu mengenal dan paham lebih pada layanan dalam internet banking.⁷

Layanan perbankan mempunyai fitur keamanan melalui koneksi yg terenkripsi dengan baik sebagai akibatnya hacker tidak akan semudah itu buat membaca data yg dikirimkan, namun hal ini tidak berlaku jika handphone hilang atau dicuri.⁸ Mobile banking hanya tersedia dalam smartphone menggunakan spesifik dalam aplikasi type tertentu.

Selain itu, dukungan aplikasi mobile banking tidak selalu kompatibel dengan semua jenis smartphone. Jika nasabah tidak memiliki smartphone, biasanya jenis mobile banking yang tersedia terbatas dan tidak akan dapat mengakses beberapa fitur.

Dari permasalahan diatas, banyak permasalahan yang menyebabkan nasabah kurang berminat untuk mengadopsi Livin by Mandiri. Misalnya, nasabah dengan usia diatas 60 tahun yang kurang beradaptasi dengan teknologi mobile banking, faktor lingkungan dan handphone nasabah yang belum support dengan aplikasi Livin by Mandiri. Berdasarkan research gap yang terjadi khususnya di area Semarang Pahlawan maka perlu kajian secara mendalam mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan Livin by Mandiri sehingga dilakukan penelitian dengan judul **Studi Tentang Keputusan Nasabah Dalam Mengadopsi Mobile Banking Livin By Mandiri pada PT. Bank Mandiri Area Semarang Pahlawan.**

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dimana peneliti memfokuskan pengamatan secara detail terhadap objek-objek alam yang menjadi sumber data primernya. Sebuah penelitian kualitatif terdiri dari pertanyaan penelitian yang menentukan bagaimana data dikumpulkan dan bagaimana penelitian dievaluasi. Penelitian kualitatif dilakukan dengan memperhatikan individu dan perilakunya. Penelitian kualitatif dilakukan dengan memperhatikan

⁶ Rahmath Safeena, "Customer's Adoption of Mobile-Commerce A Study on Emerging Economy," *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 2011, <https://doi.org/10.7763/IJEEEE.2011.V1.36>.

⁷ Hong Kong Polytechnic University dkk., "Modelling the Relationship among Green Perceived Value, Green Trust, Satisfaction, and Repurchase Intention of Green Products," *Contemporary Management Research* 12, no. 1 (31 Maret 2016), <https://doi.org/10.7903/cmr.13842>.

⁸ A. Parasuraman, Leonard L. Berry, dan Valarie A. Zeithaml, "Understanding Customer Expectations of Service," *MIT Sloan Management Review*, 15 April 1991.

adalah bahwa segala konsekuensi perilaku manusia dipengaruhi oleh aspek internal individu tersebut. Pemilihan metode kualitatif tidak hanya memudahkan pemahaman terhadap isi peristiwa yang bertujuan memuaskan keinginan peneliti akan penjelasan dan penjelasan, tetapi juga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada peneliti.

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif. Data tersebut diperoleh dari data primer dan data sekunder, dengan uraian berikut:

a. Data primer

Data primer merupakan data sumber utama dalam penelitian. Data primer diambil langsung oleh peneliti. Pengumpulan data berupa wawancara kepada informan.

b. Data sekunder

Data sekunder digunakan untuk memperkuat data primer. Data sekunder berupa berbagai jurnal pendukung yang relevan dengan masalah penelitian. Selain itu, data sekunder didukung oleh data-data yang ada pada internal perusahaan secara nasional, region maupun area.

2. Informan

Informan merupakan subyek penelitian yang nantinya akan memberikan informasi mengenai suatu fenomena atau permasalahan yang akan diangkat dalam sebuah penelitian. Informan merupakan seseorang yang dapat memberikan informasi tambahan sebagai pelengkap informasi.

a. Nasabah

Informan pada penelitian ini dibagi menjadi 3 kelompok nasabah. Yang pertama adalah nasabah potensial yang memiliki aplikasi Livin Mandiri dan aktif dalam transaksi. Yang kedua adalah nasabah yang sudah menjadi user registrasi tetapi belum aktif dalam menggunakan Livin by Mandiri. Yang ketiga adalah nasabah yang belum menggunakan jasa aplikasi mobile banking Livin by Mandiri. Metode yang digunakan dengan convenience sampling yaitu hanya masyarakat yang bersedia menjadi informan yang memberikan tanggapan wawancara.

b. Pihak Bank

Informan selanjutnya diambil dari pihak manajemen yaitu pegawai all frontliner seperti teller, customer service, security dan marketing Bank Mandiri. Dengan menggunakan metode purposive sampling yaitu pihak manajemen all frontliner dan marketing yang berhubungan langsung dengan nasabah.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan wawancara terbuka kepada para informan. Langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut :

- a. Menetapkan kisi-kisi pertanyaan yang sesuai dengan tujuan penelitian.
- b. Menyusun panduan wawancara dengan kisi-kisi yang telah di tentukan.

Hal ini dilakukan untuk menggali informasi dari para informan, mengenai strategi untuk dapat meningkatkan kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan. Melakukan wawancara dengan para pegawai (informan).

- c. Meminta persetujuan atau kesediaan kepada calon informan.
- d. Melakukan wawancara kepada informan.
- e. Merangkum hasil wawancara.
- f. Melakukan kategorisasi tanggapan informan.
- g. Merumuskan konsep atas setiap kategori tanggapan dari informan.

4. Teknik Analisis Data

Analisis yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dengan deskriptif kualitatif untuk mengetahui faktor-faktor apa mempengaruhi nasabah untuk memutuskan mengadopsi atau menggunakan Livin by Mandiri, melalui gap analysis kualitatif. Membuat kategori keputusan nasabah dalam minat menggunakan mobile banking. Langkah ini dimaksudkan untuk mengkategorikan nasabah yang sudah aktif menggunakan Livin by Mandiri, nasabah yang sudah terdaftar mobile bankingnya tapi tidak pernah digunakan dan nasabah yang belum sama sekali memiliki fasilitas Livin by Mandiri atas kualitas pelayanan yang diterima. Kategori ini disusun dari setiap dimensi, yang kemudian dijadikan dasar untuk menyusun strategi dalam rangka meningkatkan minat nasabah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

1. Gambaran Umum Livin by Mandiri

PT Bank Mandiri merupakan Perusahaan Perseroan yang dinyatakan dalam Akta No. 9, tanggal 2 Oktober 1998, yang selanjutnya disebut PT Bank Mandiri (Persero). PT Bank Mandiri (Persero) merupakan suatu perusahaan perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah di Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank pemerintah yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia dilebur menjadi Bank Mandiri, dimana masing-masing bank tersebut memiliki peran yang tak terpisahkan dalam pembangunan

perekonomian Indonesia. Sampai dengan hari ini, Bank Mandiri meneruskan tradisi selama lebih dari 140 tahun memberikan kontribusi dalam dunia perbankan dan perekonomian Indonesia.

Tantangan ke depan yang semakin kompleks dan kebutuhan untuk terus meningkatkan kinerja secara berkesinambungan serta memberikan kualitas layanan terbaik kepada nasabah membuat Bank Mandiri perlu melakukan transformasi bisnis dan pengelolaan organisasi secara berkelanjutan. Untuk itu, Bank Mandiri telah mencanangkan transformasi Tahap III 2015-2020.

Visi jangka panjang Bank Mandiri adalah “To be The Best Bank in ASEAN by 2020”, atau menjadi Bank terbaik di ASEAN tahun 2020. Rumusan visi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Bank Mandiri bertekad menjadi institusi keuangan terbaik di ASEAN, dalam segi pelayanan, produk, dan imbal hasil kepada pemegang saham, serta manfaat yang diterima oleh masyarakat secara luas.
- b. Menjadi kebanggaan negeri dan setiap insan yang bekerja di Bank Mandiri memiliki tanggung jawab yang harus direalisasikan melalui pengelolaan manajemen dan tata kelola perusahaan yang baik.
- c. Dengan sasaran mencapai kapitalisasi pasar USD55 miliar dan Return on Equity 23%-27% pada tahun 2020, Bank Mandiri bertekad menjadi ikon perbankan Indonesia di ASEAN.
- d. Untuk mencapai visi tersebut, strategi pertumbuhan Bank Mandiri ke depan akan difokuskan pada 3 (tiga) area utama sebagai berikut:
- e. Memperkuat leadership di segmen wholesale dengan melakukan pendalaman relationship dengan nasabah.
- f. Menjadi Bank pilihan nasabah di segmen retail, dengan akselerasi bisnis di segmen-segmen utama yang menjadi pendorong utama pertumbuhan bisnis
- g. Mengintegrasikan bisnis di semua segmen yang ada di Bank Mandiri, termasuk dengan anak perusahaan.

Pada tahun 2021, Bank Mandiri memperkenalkan Livin' by Mandiri sebagai penyempurnaan dari aplikasi Mandiri Online untuk meningkatkan kemudahan dan kenyamanan nasabah dalam mengakses layanan perbankan perseroan di era bank 4.0. Livin' by Mandiri adalah aplikasi perbankan dari PT Bank Mandiri Tbk dengan konsep financial superapp. Nasabah Bank Mandiri tidak perlu lagi cetak buku tabungan untuk melihat mutasi transaksi, bayar belanja dengan uang cash, bebas tarik tunai meski tanpa bawa kartu dan terhubung dengan platform keuangan lain. Livin' by Mandiri dikategorikan sebagai aplikasi mobile banking yang membantu nasabah untuk kelola keuangan dengan mudah. Livin' by Mandiri telah mengalami pembaharuan dari yang sebelumnya berlogo biru, saat ini berlogo kuning dengan hadirnya beberapa fitur baru. Sederet fitur

canggih, mulai dari tarik tunai tanpa kartu, fitur e-wallet, buka rekening (tabungan, deposito, rencana) hingga mengajukan kartu kredit bisa dilakukan dengan mudah via aplikasi ini.

Livin' by Mandiri juga mempunyai slogan yaitu #SuperAPPSuperLengKAPP yang dapat didefinisikan sebagai SuperAPP untuk memenuhi semua kebutuhan finansial dan lifestyle, dengan tampilan yang simple dan mudah digunakan. Karena dengan menggunakan Livin' by Mandiri pelanggan akan mendapatkan berbagai kelengkapan produk dan fitur perbankan serta finansial dalam satu aplikasi, mendukung semua kebutuhan finansial nasabah sampai dengan kebutuhan lifestyle, dan meskipun memiliki banyak fitur namun tetap simple dan mudah digunakan karena dapat diakses secara cepat tanpa login.

2. Deskripsi Narasumber Penelitian

Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari tiga bagian yaitu nasabah yang aktif menggunakan Livin' by Mandiri, nasabah yang tidak aktif menggunakan Livin' by Mandiri, dan narasumber bukan nasabah Livin' by Mandiri. Berikut merupakan data narasumber secara detail yang disajikan di dalam tabel:

No	Nama	Usia	Pekerjaan	Lama Pemakaian Bank Mandiri	Lama Pemakaian Livin' by Mandiri	Tanggal Wawancara
Narasumber aktif menggunakan Livin' by Mandiri						
1.	Dinda	26 Tahun	Pegawai Swasta	8 Tahun	2 Tahun	10 Oktober 2023
2.	Ardianti	35 Tahun	Pegawai Swasta	17 tahun	2 tahun	10 Oktober 2023
Narasumber tidak aktif menggunakan Livin' by Mandiri						
3.	Ari	27 Tahun	Pegawai Swasta	10 Tahun	2 Tahun	25 Oktober 2023
4.	Kusuma	53 Tahun	Wiraswasta	20 Tahun	1 tahun	28 Oktober 2023
Narasumber tidak menggunakan Livin' by Mandiri						
5.	Salsabilla	26 Tahun	Pegawai Swasta	-	-	02 Desember 2023
6.	Dhani	40 Tahun	Pegawai Swasta	-	-	04 Oktober 2023

B. Hasil Penelitian

Bagian ini dan seterusnya menjabarkan hasil penelitian yang diperoleh dari proses wawancara terhadap narasumber atas topik penelitian. Spesifik pada bagian ini, disajikan hasil

analisis wawancara dalam format tabel. Format tabel tersebut kemudian akan di bagi lagi ke dalam hasil analisis dengan menggunakan coding. Bagian yang dimaksud adalah bagian 4.3. yang secara spesifik membahas detail hasil wawancara dalam bentuk coding dan analisis deskriptif.

C. Hasil Wawancara Narasumber Attitude Towards Behavior (Pengguna Aktif Livin by Mandiri)

1. Analisis Pertimbangan menjadi Nasabah Bank Mandiri

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua narasumber pengguna aktif Livin by Mandiri, ditemukan bahwa informasi mengenai analisis pertimbangan menjadi nasabah Bank Mandiri ke dalam tabel berikut:

Tabel 4.4 Coding Analisis Pertimbangan menjadi Nasabah Bank Mandiri

Dimensi	Definisi	Partisipan
Karena keluarga memakai Mandiri, jadi ikut memakai mandiri juga	Mengikuti keluarga yang sudah memakai Mandiri terlebih dahulu	N1
Memakai dari awal sampai sekarang	Sudah memakai Mandiri bahkan sebelum ada aplikasi Livin by Mandiri untuk pembayaran gaji dari pekerjaan juga memakai Mandiri	N2

Sebagai pengguna yang masih aktif menggunakan aplikasi mobile banking Livin by Mandiri, N1 & N2 mengungkapkan bahwa Keputusan menjadi nasabah Bank Mandiri dipengaruhi oleh lingkungan di sekitarnya. N1 mengungkapkan bahwa dirinya menjadi nasabah karena bank tersebut adalah bank yang digunakan keluarganya dalam pernyataan berikut ini:

“Kenapa, karena lebih ke keluarga sih. Karena keluarga semuanya pakai Mandiri, terus aku jadi ikutt pakai Mandiri juga, gitu sih.”

Kemudian N2 menyatakan hal seperti berikut:

“Kayaknya memang dari awal sih memang pakai Mandiri, dulunya belum ada aplikasi mulai dari tabungan biasa udah pakai Mandiri, terus dari kantor juga payroll nya pakai Mandiri.”

Dapat disimpulkan bahwa kedua narasumber mengisyaratkan ada latar belakang lingkungan yang mempengaruhi mereka untuk menjadi nasabah Bank Mandiri. Dari sisi kemudahan transaksi internal (antar-anggota keluarga atau antar-karyawan dalam satu perusahaan). Hal ini menjadi wajar karena biaya administrasinya akan lebih rendah dibandingkan apabila harus melakukan transaksi antar-bank.

2. Analisis Penggunaan Livin by Mandiri

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua narasumber pengguna aktif Livin by Mandiri, ditemukan informasi mengenai analisis penggunaan aplikasi Livin by Mandiri ke dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.1 Coding Analisis Penggunaan Livin by Mandiri

Dimensi	Definisi	Partisipan
Iya, sudah memakai Livin by Mandiri	Sudah memiliki dan menggunakan layanan <i>mobile banking</i> Livin Bank Mandiri	N1, N2

Topik selanjutnya adalah upaya peneliti untuk memastikan bahwa narasumber adalah pengguna aktif aplikasi Livin by Mandiri, sebagaimana pertanyaan-pertanyaan ini ditujukan kepada pengguna aktif layanan *mobile banking* Livin by Mandiri. Berikut adalah ungkapan N1:

“Iya” dalam konteks pertanyaan “Kamu udah pakai Livin by Mandiri ya?”

Dan di bawah ini adalah pernyataan N2:

“Iya” dalam konteks pertanyaan “Kamu ini sekarang pake sama gunain Livin by Mandiri ya?”

Atas pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa N1 dan N2 adalah pengguna layanan *mobile banking* Livin by Mandiri.

3. Analisis Penggunaan Mobile Banking lain

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua narasumber pengguna aktif Livin by Mandiri, ditemukan informasi mengenai analisis penggunaan *mobile banking* lainnya ke dalam tabel berikut ini:

4. Tabel 4.2 Coding Analisis Penggunaan Mobile Banking lain

Dimensi	Definisi	Partisipan
Belum Pernah	Hanya menggunakan Mandiri sebagai satu-satunya Mobile Banking atau Bank.	N1, N2

Coding di atas ingin memberikan informasi mengenai penggunaan layanan *mobile banking* yang dikelola oleh bank lain. N1 menyatakan bahwa:

“Belum pernah sih. Jadi Mandiri tuh emang satu-satunya gitu loh, yang pertama gitu, pakainya Mandiri aja.”

Kemudian, N2 juga memberikan pernyataan dengan nada yang serupa, yaitu:

“Kayaknya iya deh. Kayaknya pertama kali Mandiri, yang lainnya kan belum m-banking kayaknya waktu itu, terus kayaknya yang lainnya baru penyesuaian pakai m-banking.”

Dari kedua pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa N1 dan N2 sama-sama tidak menggunakan layanan *mobile banking* yang dikelola oleh bank lain. N2 bahkan memberikan penekanan bahwa sejak pertama kali Mandiri telah mengeluarkan versi *mobile banking* yang lama, N2 telah menggunakan *mobile banking* dari Livin by Mandiri.

5. Analisis Keuntungan Livin by Mandiri

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua narasumber pengguna aktif Livin by Mandiri, ditemukan informasi mengenai analisis keuntungan Livin by Mandiri ke dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.3 Coding Analisis Keuntungan Livin by Mandiri

Dimensi	Definisi	Partisipan
Mempermudah	Mudah digunakan, tidak perlu kemana mana, jarang terjadi <i>error</i>	N1, N2

Tabel di atas ingin menjelaskan bahwa salah satu keuntungan dalam menggunakan Livin by Mandiri adalah kemudahan dalam pemakaian aplikasinya. Narasumber juga menambahkan keterangan bahwa Livin by Mandiri tidak sering terjadi *error*. Baik N1 dan N2 memberikan pernyataan yang sama. Pernyataan N1 dikutip sebagai berikut:

“Keuntungan tuh yang jelas, pasti, gampang ya. Aplikasinya itu gampang dimengerti gitu loh, terus juga visualnya bagus. Terus mudah sih, gampang, memudahkan aja lah gitu.”

Sementara itu, N2 menyatakan hal yang sama seperti dikutip sebagai berikut:

“Ya, mempermudah aja. Lebih cepat, ga usah kemana-mana, ga usah pakai ATM/ke ATM, ga usah bayar parkir, ga usah keluar, dan biayanya juga ga mahal.”

Atas kedua pernyataan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa salah satu keuntungan menggunakan Livin by Mandiri adalah kemudahan penggunaan aplikasinya, di mana jarang terjadi *error*. Hal ini tentunya menambah kenyamanan bagi pelanggan saat menggunakan.

6. Analisis Transaksi Livin by Mandiri

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua narasumber pengguna aktif Livin by Mandiri, ditemukan informasi mengenai analisis transaksi Livin by Mandiri ke dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.4 Coding Analisis Transaksi Livin by Mandiri

Dimensi	Definisi	Partisipan
Untuk Top Up, Pembelian Pulsa, Transfer	Top Up Gopay, Shopeepay, Pembelian makanan, transfer kepada teman	N1
Keperluan Payroll dan pembayaran lainnya	Untuk transaksi pengiriman gaji dan pembayaran lain yang menggunakan Livin by Mandiri	N2

Tabel di atas menyampaikan informasi terkait transaksi yang biasanya dilakukan menggunakan Livin by Mandiri. Di satu sisi, N1 lebih banyak menggunakan aplikasi *mobile banking* untuk keperluan seperti *top-up* saldo *e-money*, pembelian makanan, di samping kebutuhan transaksi harian seperti melakukan transfer antar rekening. Di sisi lain, N2 lebih banyak menggunakan aplikasi karena kebutuhan *payroll* perusahaan melalui Bank Mandiri, di samping transaksi harian. N1 menyatakan hal sebagai berikut:

“Transaksi banyak ya, hampir semuanya sih. Jadi dari mulai top-up kayak Gopay, Shopeepay, terus beli pulsa juga, terus kalau beli-beli makanan lah atau apa, transfer teman juga semuanya pakai Mandiri.”

Sementara itu N2 menyatakan hal sebagai berikut:

“Buat payroll, gaji, terus buat pembayaran-pembayaran, ya itu deh. Pembelian, begitu.”

Dapat disimpulkan bahwa Livin by Mandiri mengakomodasi kebutuhan transaksi yang beragam. Transaksi tersebut tidak hanya penyimpanan dana gaji (tabungan) dan pemindahan dana ke rekening lain (*transfer*) namun juga penggunaan fitur *top-up* saldo *e-money*, pembayaran, dan bahkan untuk pembelian pulsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Amijaya, G. R. "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking." *Interfaces* 30 (2000).
- Hong Kong Polytechnic University, Aris Y. C. Lam, Mei Mei Lau, Hong Kong Polytechnic University, Ronnie Cheung, dan University of South Australia. "Modelling the Relationship among Green Perceived Value, Green Trust, Satisfaction, and Repurchase Intention of Green Products." *Contemporary Management Research* 12, no. 1 (31 Maret 2016). <https://doi.org/10.7903/cmr.13842>.
- O'Loughlin, Deirdre, dan Isabelle Szmigin. "Customer Perspectives on the Role and Importance of Branding in Irish Retail Financial Services." Disunting oleh Spiros Gounaris. *International Journal of Bank Marketing* 23, no. 1 (1 Januari 2005). <https://doi.org/10.1108/02652320510577348>.
- Parasuraman, A., Leonard L. Berry, dan Valarie A. Zeithaml. "Understanding Customer Expectations of Service." *MIT Sloan Management Review*, 15 April 1991.
- Pinar, Musa, Tulay Girard, dan Zeliha Eser. "Consumer-based Brand Equity in Banking Industry: A Comparison of Local and Global Banks in Turkey." *International Journal of Bank Marketing* 30, no. 5 (20 Juli 2012). <https://doi.org/10.1108/02652321211247417>.
- Safeena, Rahmath. "Customer's Adoption of Mobile-Commerce A Study on Emerging Economy." *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 2011. <https://doi.org/10.7763/IJEEEE.2011.V1.36>.
- Triandewi, Ervina, dan Fandy Tjiptono. "Consumer Intention to Buy Original Brands versus Counterfeits." *International Journal of Marketing Studies* 5, no. 2 (28 Februari 2013). <https://doi.org/10.5539/ijms.v5n2p23>.
- Yeşildağ, Eser. "Chapter 13 Factors Affecting Internet Banking Preferences and Their Relation to Demographic Characteristics." Dalam *Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis*, disunting oleh Simon Grima, Ercan Özen, Hakan Boz, Jonathan Spiteri, dan Eleftherios Thalassinou, Vol. 101. Emerald Publishing Limited, 2019. <https://doi.org/10.1108/S1569-375920190000101013>.