

Rifa Afrizal¹, Alfaz Syihab Gunawan², Irfan Gunawan³, Hani Hatimatunnisani⁴

ANALISIS MINAT REMAJA DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* SEBAGAI ALAT TRANSAKSI KEUANGAN

Rifa Afrizal^{1*}, Alfaz Syihab Gunawan², Irfan Gunawan³, Hani Hatimatunnisani⁴

Perbankan dan Keuangan, Politeknik Pajajaran, Bandung, Indonesia¹²³⁴

rifaafrizall07@gmail.com¹, alfazsyihab39@gmail.com², fnzexe01@gmail.com³,
hani.hatimatunnisani@poljan.ac.id⁴

Abstract

This study aims to analyze the interest of teenagers in utilizing mobile banking as a means of financial transactions in the digital era. The type of research used is quantitative with a descriptive approach, data obtained through a questionnaire to 84 respondents. The results of the study showed a fairly high interest of teenagers in using mobile banking. Knowledge and understanding of the features used are also quite good. Teenagers' interest in utilizing mobile banking as a means of financial transactions is influenced by a number of factors, such as ease of use, benefits, and trust in system security.

Keywords : Teenagers' Interests; Mobile Banking; Financial Transactions.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ketertarikan remaja dalam memanfaatkan *mobile banking* sebagai sarana transaksi keuangan di era digital. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, data diperoleh melalui kuesioner terhadap 84 responden. Hasil penelitian menunjukkan minat remaja yang cukup tinggi dalam menggunakan *mobile banking*. Pengetahuan dan pemahaman terhadap fitur yang digunakan juga cukup baik. Ketertarikan remaja dalam memanfaatkan *mobile banking* sebagai sarana transaksi keuangan dipengaruhi oleh sejumlah faktor, seperti kemudahan penggunaan, manfaat, dan kepercayaan terhadap keamanan sistem.

Kata kunci : Minat Remaja; *Mobile Banking*; Transaksi Keuangan.

Corresponding author : rifaafrizall07@gmail.com^{1*}

PENDAHULUAN

Kemajuan pesat dalam teknologi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan di berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam sektor layanan keuangan. Salah satu hasil dari inovasi tersebut adalah hadirnya *mobile banking*, yakni layanan perbankan digital yang memungkinkan pengguna melakukan berbagai transaksi

keuangan melalui perangkat *mobile*. Layanan ini memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam mengakses perbankan tanpa terbatas oleh waktu maupun lokasi.

Kelompok remaja yang dikenal sebagai generasi *digital native*, merupakan pengguna yang sangat akrab dengan teknologi. Keterbukaan mereka terhadap adopsi teknologi baru,

termasuk dalam ranah keuangan digital, menjadikan mereka sebagai subjek yang relevan untuk diteliti. Penggunaan *mobile banking* oleh remaja tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, melainkan dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial, seperti persepsi terhadap kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, tingkat kepercayaan terhadap sistem, dan pengaruh sosial dari lingkungan sekitar.

Tingkat penggunaan *mobile banking* di kalangan remaja masih beragam meskipun banyak institusi keuangan telah menyediakan fitur yang inovatif. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat remaja terhadap layanan ini. Studi ini bertujuan menganalisis determinan ketertarikan remaja dalam menggunakan *mobile banking*, sehingga dapat memberikan kontribusi bagi strategi pemasaran dan peningkatan inklusi keuangan digital.

KAJIAN PUSTAKA

Minat Penggunaan Teknologi Digital

Minat adalah aspek psikologis yang turut menentukan keputusan individu dalam mengadopsi suatu teknologi. Daya tarik terhadap teknologi digital terbentuk dari pengalaman positif sebelumnya, persepsi akan manfaat yang diperoleh, dan kemudahan dalam penggunaannya. Remaja yang memiliki ketertarikan kuat terhadap teknologi cenderung lebih termotivasi untuk memanfaatkan layanan *mobile banking* (Handayani, 2021).

Model Penerimaan Teknologi (TAM)

Model Penerimaan Teknologi (TAM) menjelaskan bahwa niat seseorang untuk menggunakan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu persepsi kemudahan dalam penggunaan dan manfaat yang dirasakan. TAM tetap

relevan sebagai kerangka dalam memahami perilaku adopsi *mobile banking*, khususnya di kalangan generasi muda (Ariff, 2018).

Persepsi Kemudahan dan Keamanan

Pandangan terhadap kemudahan dan aspek keamanan merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan adopsi layanan *mobile banking*. Tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem keamanan memiliki dampak signifikan dalam menentukan keputusan mereka untuk menggunakan aplikasi perbankan (Sari dan Putri, 2019).

Digital Literacy Remaja

Literasi digital berperan penting dalam memahami dan menggunakan layanan keuangan digital. Generasi milenial perlu memiliki literasi keuangan digital yang baik agar dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi di era revolusi industri. (Dewi dan Ramadhani, 2021).

Sosial dan Pengaruh Teman

Interaksi sosial, khususnya dengan teman sebaya, memiliki peran penting dalam mendorong remaja mengadopsi teknologi. Ajakan atau rekomendasi dari teman sering kali menjadi faktor pendorong utama bagi remaja untuk mulai menggunakan layanan *mobile banking* (Wijayanti, 2020).

Fitur Inovatif Mobile Banking

Keberadaan fitur seperti pengelolaan anggaran pribadi, pengingat pembayaran, dan integrasi dengan dompet digital menjadikan *mobile banking* lebih diminati oleh kalangan muda. Inovasi fitur tersebut berperan dalam meningkatkan loyalitas pengguna dari generasi muda (Pratama dan Fitriani, 2022).

Keamanan dan Kepercayaan

Kepercayaan pengguna terhadap *mobile banking* cenderung meningkat apabila sistem keamanannya dianggap kuat dan andal. Penerapan enkripsi data serta fitur otentikasi dua langkah mampu memperkuat rasa aman dan kepercayaan di kalangan pengguna muda (Nugroho dan Cahyani, 2021).

Peran Edukasi Keuangan Digital

Edukasi digital yang diberikan melalui lingkungan sekolah atau perguruan tinggi memiliki peran krusial dalam mendorong pemanfaatan *mobile banking* secara bijak. Program literasi keuangan mampu memperkuat pemahaman serta membangun kepercayaan remaja terhadap layanan keuangan digital (Lestari dan Rachmawati, 2023).

Perilaku Konsumen *Digital Natives*

Generasi *digital native* cenderung mengutamakan layanan keuangan yang menawarkan kecepatan, fleksibilitas, dan kemudahan melalui aplikasi. Kelompok usia muda menunjukkan respons yang lebih tinggi terhadap penggunaan *mobile banking* dibandingkan generasi-generasi terdahulu (Hasanah dan Nugraha, 2020).

Persepsi Risiko Penggunaan *Mobile Banking*

Walaupun *mobile banking* menawarkan berbagai keuntungan, sebagian pengguna tetap merasa waswas terhadap kemungkinan kehilangan uang atau penyalahgunaan data pribadi. Persepsi terhadap risiko dapat memengaruhi atau memperlemah hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dan minat untuk menggunakan layanan tersebut (Fitriyani, 2018).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Yang bertujuan untuk menganalisis tingkat minat remaja dalam menggunakan *mobile banking* sebagai alat transaksi keuangan. Melalui *google form* kuesioner disebar secara daring, dan 84 responden menjadi sampel dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah tabel responden yang dikategorikan berdasarkan jenis kelamin dan usia.

Tabel 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	57	67,9%
Perempuan	27	32,1%
Jumlah	84	100%
Usia	Jumlah	Persentase
17-19	9	10,7%
20-22	49	58,4%
23-25	26	30,9%
Jumlah	84	100%

Sumber: Hasil Kuesioner (2025)

Berdasarkan hasil kuisisioner yang telah disebarkan kepada remaja dengan rentan usia 17 sampai 25 tahun dan diisi oleh 84 remaja. Mayoritas responden pada penelitian ini adalah laki-laki sebanyak 67,9% dan perempuan sebanyak 32,1%. Dengan usia yang memiliki persentase paling tinggi yaitu usia 20-22 tahun sebanyak 58,4% dan yang paling rendah persentasenya dari usia 17-19 tahun sebanyak 10,7%. Sementara itu, usia 23 sampai 25 tahun sebanyak 30,9%.

Rifa Afrizal¹, Alfaz Syihab Gunawan², Irfan Gunawan³, Hani Hatimatunnisani⁴



Gambar 1. Diagram Skor Mengenai Pengetahuan *M-Banking*
Sumber: Hasil Kuesioner (2025)

Mayoritas responden memperlihatkan tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai *m-banking*. Sebanyak 46,4% menyatakan “Sangat Setuju” dan 42,9% “Setuju”, hal ini memberikan gambaran bahwa sebagian responden mengaku mengetahui apa itu *m-banking*. Penelitian ini menunjukkan bahwa layanan *m-banking* sudah dikenal luas oleh para remaja. Sedangkan 9,5% responden berada di posisi “Netral”, yang mengartikan sebagian responden belum sepenuhnya mengetahui tentang *m-banking*. Sementara 1,2% responden yang memilih “Tidak Setuju” mengartikan bahwa masih ada sebagian kecil remaja yang belum mengenal layanan *m-banking*.



Gambar 2. Diagram Skor Mengenai Kesulitan Transaksi
Sumber: Hasil Kuesioner (2025)

Mayoritas responden tidak mengalami kesulitan saat melakukan transaksi melalui *m-banking*. Sebanyak 39,3% menyatakan “Sangat Setuju” dan 41,7% “Setuju”, hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan merasa nyaman dan tidak mengalami hambatan saat menggunakan layanan *m-banking*. Sementara 19% responden memilih “Netral”, yang mengartikan sebagian kecil pengguna masih mengalami keraguan atau kesulitan terhadap kemudahan penggunaan layanan *m-banking*.



Gambar 3. Diagram Skor Mengenai Pemahaman Fitur Utama
Sumber: Hasil Kuesioner (2025)

Mayoritas responden memiliki pemahaman yang baik terhadap fitur-fitur utama dalam layanan *m-banking*. Sebanyak 47,6% responden menyatakan “Sangat Setuju” dan 39,3% “Setuju”. Para responden mengungkapkan bahwa mereka memahami berbagai fungsi dasar *m-banking*, seperti mengecek saldo, melakukan transfer dana, membayar tagihan, dan mengakses layanan keuangan lainnya. Sementara 13,1% responden memilih “Netral”, yang mengartikan sebagian kecil pengguna belum memahami fitur-fitur utama dalam *m-banking*.

Rifa Afrizal¹, Alfaz Syihab Gunawan², Irfan Gunawan³, Hani Hatimatunnisani⁴



Gambar 4. Diagram Skor Mengenai *M-Banking* Mudah Digunakan

Sumber: Hasil Kuesioner (2025)

Mayoritas responden memiliki persepsi positif terhadap penggunaan *m-banking*. Sebanyak 53,6% responden menyatakan “Sangat Setuju” dan 41,7% “Setuju”. Responden menilai bahwa *m-banking* merupakan layanan yang mudah digunakan, secara keseluruhan *m-banking* dirancang secara efektif untuk memudahkan penggunaannya. Sementara 4,7% responden memilih “Netral” yang mengartikan sebagian kecil pengguna belum terbiasa dalam menggunakan *m-banking*. Secara keseluruhan *m-banking* telah sukses dalam menciptakan layanan yang praktis dan mudah digunakan.



Gambar 5. Diagram Skor Mengenai *M-Banking* Tidak Mudah Diretas

Sumber: Hasil Kuesioner (2025)

Mayoritas responden memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan sistem *m-banking*.

Sebanyak 36,9% responden menyatakan “Sangat Setuju” dan 45,2% “Setuju”. Hasil ini memberi Gambaran bahwa responden percaya melakukan transaksi di *m-banking* relatif aman dan tidak mudah diretas. Sedangkan 16,7% responden memilih netral yang mengartikan adanya keraguan terhadap perlindungan digital, hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya pemahaman teknis atau pengalaman negatif sebelumnya. Sementara 1,2% responden memilih “Tidak Setuju”, yang mengartikan masih ada sebagian orang yang meragukan atau masih belum percaya terhadap keandalan sistem keamanan *m-banking*.



Gambar 6. Diagram Skor Mengenai Perbandingan Keamanan Transaksi *M-Banking* Dengan Uang Tunai

Sumber: Hasil Kuesioner (2025)

Mayoritas responden merasa *m-banking* merupakan pilihan yang aman untuk transaksi keuangan. Sebanyak 40,5% “Sangat Setuju” dan 46,4% “Setuju”. Responden menyatakan bahwa lebih merasa aman bertransaksi melalui *m-banking* dari pada membawa uang tunai, hal ini mencerminkan tingginya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sistem keamanan *m-banking*. Sementara 13,1% responden memilih netral yang mengartikan belum sepenuhnya yakin, menganggap bahwa baik transaksi digital maupun tunai

memiliki kelebihan masing-masing. Secara keseluruhan, data ini memperkuat pandangan bahwa *m-banking* dipersepsikan sebagai alat transaksi yang efisien dan aman.



Gambar 7. Diagram Skor Mengenai Pendorong Penggunaan M-Banking
 Sumber: Hasil Kuesioner (2025)

Mayoritas responden dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial atau dorongan teman sekitar terhadap *m-banking* tergolong bervariasi. Sebanyak 19% responden memilih “Sangat Setuju” dan 33,3% responden memilih “Setuju”. Hasil ini mengartikan bahwa responden merasakan adanya dorongan dari teman-teman mereka untuk menggunakan *m-banking*. Sedangkan 31% responden memilih “Netral”, yang mengartikan sebagian diantara mereka tidak merasakan pengaruh dorongan temannya. Sementara itu, 9,5% responden memilih “Tidak Setuju” dan 7,2% “Sangat Tdak Setuju”, yang mengartikan sebagian responden tidak terpengaruh. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan pengaruh teman memiliki peran dalam mendorong penggunaan *m-banking*.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan minat remaja yang cukup tinggi dalam manfaat *moble banking* sebagai media transaksi keuangan. Mayoritas responden

memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik terhadap *m-banking* dan fitur-fitur yang dapat digunakan. Sebagian besar dari mereka tidak mengalami kesulitan saat transaksi melalui *m-banking*. Adanya respon positif dari segi kemudahan dan kepercayaan terhadap sistem keamanan, diperkuat dengan preferensi yang besar terhadap *m-banking* dibandingkan dengan uang tunai menandakan bahwa remaja memandang transaksi digital sebagai solusi yang efisien dan aman.

SARAN

1. Peningkatan Literasi Digital
 Masih rendahnya pemahaman remaja mengenai fitur dan sistem keamanan *m-banking* menandakan pentingnya peningkatan edukasi keuangan digital melalui kolaborasi antara institusi pendidikan dan lembaga keuangan, supaya mereka lebih siap dan mampu menggunakan layanan tersebut dengan aman dan bertanggung jawab.
2. Penguatan Perlindungan dan Keamanan Data Pengguna
 Walaupun mayoritas pengguna merasa aman saat menggunakan *m-banking*, sebagian kecil masih meragukan keamanannya. Oleh karena itu, pihak penyedia layanan perlu terus mengembangkan sistem keamanan yang lebih canggih dan menyampaikan informasi perlindungan data secara jelas agar tingkat kepercayaan, terutama di kalangan remaja, dapat terus ditingkatkan.
3. Inovasi Fitur M-Banking
 Fitur-fitur dalam aplikasi *m-banking* sebaiknya dirancang sesuai dengan kebutuhan generasi muda, misalnya dengan menghubungkan ke dompet digital dan menyediakan alat pengatur keuangan pribadi, sehingga selain mempermudah aktivitas transaksi,

Rifa Afrizal¹, Alfaz Syihab Gunawan², Irfan Gunawan³, Hani Hatimatunnisani⁴

aplikasi ini juga dapat membantu remaja membangun kebiasaan mengelola keuangan secara bijak sejak usia dini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariff, M. S. M. (2018). *Technology Acceptance Model in Mobile Banking Adoption: A Literature Review*. International Journal of Business and Society, 19(S1), 17–30.
- Dewi, A. P., & Ramadhani, D. (2021). Literasi Keuangan Digital Generasi Milenial di Era Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 18(2), 134–142.
- Fitriyani, D. (2018). Persepsi Risiko dalam Penggunaan Mobile Banking dan Pengaruhnya terhadap Minat Penggunaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 45–53.
- Handayani, D. (2021). Minat Remaja dalam Menggunakan Teknologi Digital. *Jurnal Psikologi dan Teknologi*, 12(3), 221–228.
- Hasanah, U., & Nugraha, R. (2020). Perilaku Konsumen Digital Natives terhadap Layanan Keuangan Digital. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(1), 89–96.
- Lestari, M. D., & Rachmawati, A. (2023). Peran Edukasi Keuangan Digital dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan Remaja. *Jurnal Literasi Digital*, 3(1), 44–55.
- Nugroho, D., & Cahyani, R. (2021). Keamanan Sistem Mobile Banking dan Tingkat Kepercayaan Pengguna. *Jurnal Sistem Informasi*, 10(2), 112–121.
- Pratama, F., & Fitriani, A. (2022). Fitur Inovatif Mobile Banking dan Loyalitas Generasi Muda. *Jurnal Pemasaran Digital*, 7(3), 99–108.
- Sari, N., & Putri, M. A. (2019). Persepsi Kemudahan dan Keamanan dalam Penggunaan Aplikasi Mobile Banking. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 15(4), 155–163.
- Wijayanti, L. (2020). Pengaruh Teman Sebaya terhadap Penggunaan Teknologi Mobile Banking pada Remaja. *Jurnal Psikologi Sosial*, 8(2), 75–82.