BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Dilansir dari kota Banjarmasin dalam angka tahun 2024 yang dikeluarkan BPS, letak kota Banjarmasin secara astronomis berada di antara $3^{\circ}16'46''$ sampai dengan $3^{\circ}22'54''$ Lintang Selatan dan $114^{\circ}39'55''$ Bujur Timur. Terkait dengan lokasinya, kota Banjarmasin masuk ke dalam zona Waktu Indonesia Tengah (WIT).

Luas wilayah kota Banjarmasin adalah 98,46 kilometer persegi yang terbagi menjadi lima kecamatan. Daftar kecamatan di kota Banjarmasin yaitu, Banjarmasin Selatan, Banjarmasin Timur, Banjarmasin Barat, Banjarmasin Tengah dan Banjarmasin Utara.

Adapun secara geografis batas wilayah kota Banjarmasin sebagai berikut.

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Barito Kuala
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Banjar
- c. Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Barito Kuala
- d. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Banjar

Berikut jumlah penduduk di Kota Banjarmasin sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Jumlah Penduduk Kota Banjarmasin

Kecamatan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Banjarmasin Selatan	84.729	82.961	167.690
Banjarmasin Timur	61.821	63.048	124.869
Banjarmasin Barat	68.871	68.580	137.451

Banjarmasin Tengah	44.849	45.563	90.412
Banjarmasin Utara	77.549	77.944	155.493
Jumlah	33.819	338.096	675.915

Sumber: Badan Pusat Statistik Banjarmasin, 2024

Adapun jumlah penduduk generasi Z di Kota Banjarmasin adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Jumlah Penduduk generasi Z berdasarkan kelompok umur

Kelompok Umur	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
17-27	29.148	28.239	57.389

Sumber: Badan Pusat Statistik Banjarmasin, 2024

2. Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan mengenai persepsi Gen Z dalam penggunaan M-Banking sebagai media pembayaran diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Matriks Wawancara

No	Identitas Responden	Persepsi Gen Z	Kelebihan	Kekurangan
1.	<ul style="list-style-type: none"> • M. Fajriannoor • Swasta • 25 tahun • Nasabah Bank Kalsel Syariah • Jl. Rahayu Pembina IV Kel. Sungai Lulut Kec. Banjarmasin Timur 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selektif dalam perhatian <ul style="list-style-type: none"> • Melihat promo dan fitur dari m-banking • Melihat kemudahan dalam melakukan transaksi dalam aplikasi 2. Distorsi Persepsi <ul style="list-style-type: none"> • Terpengaruh dengan pendapat teman adanya pembobolan sehingga persepsi dalam penggunaan lebih berhati-hati 3. Retensi Persepsi <ul style="list-style-type: none"> • Adanya pengalaman mengenai kemudahan dalam penggunaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Fitur yang lengkap • Kecepatan 	<ul style="list-style-type: none"> • Harus menggunakan jaringan internet yang baik
2.	<ul style="list-style-type: none"> • Herlina • Wiraswasta • 27 tahun • Nasabah bank BSI • Jl. Pekapuran A RT. 17 Kel. Karang Mekar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selektif dalam perhatian <ul style="list-style-type: none"> • Tertarik pada fitur pembayaran listrik dan PDAM • Informasi promo • Biaya admin 2. Distorsi persepsi 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem keamanan yang baik • Kemudahan adanya fitur uang masuk dan keluar 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi sering mengalami pemeliharaan • Aplikasi tidak dapat dibuka pada waktu tertentu

	<p>Kec. Banjarmasin Timur</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pada awalnya mengira aplikasi jarang maintenance ternyata sering adanya maintenance <p>3. Retensi persepsi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adanya pengalaman positif mengenai kemudahan dalam melakukan transfer uang 		
<p>3.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gina Amanda • Guru • 23 tahun • Nasabah bank BSI • Jl. Kelayan B Komplek Ar-Raudah Kel. Kelayan Timur, Kec. Banjarmasin Selatan 	<p>1. Selektif dalam perhatian</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan proses pendaftaran • Adanya promosi di media sosial <p>2. Distorsi persepsi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengira pada awalnya dapat menarik saldo secara keseluruhan namun ternyata harus ada saldo minimum • Mengira dapat melakukan transaksi dalam waktu 24 jam <p>3. Retensi persepsi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mudah digunakan • Fitur yang banyak 	<ul style="list-style-type: none"> • Ada Batasan waktu untuk melakukan beberapa transaksi • Aplikasi kurang responsif

		<ul style="list-style-type: none"> • Merasa segalanya mudah dan cepat dengan menggunakan m-banking 		
4.	<ul style="list-style-type: none"> • Desi Aulia Rahmah • Mahasiswa • 24 tahun • Nasabah bank kalsel Syariah • Jl. Sadewa III RT. 24 Kel. Pemurus Dalam Kec. Banjarmasin Selatan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selektif dalam perhatian <ul style="list-style-type: none"> • Fitur pengelolaan keuangan yang membuat tertarik 2. Distorsi persepsi <ul style="list-style-type: none"> • Merasa notifikasi sering tidak masuk maka persepsi dirinya lebih hati-hati 3. Retensi persepsi <ul style="list-style-type: none"> • Merasa dengan m-banking lebih mudah dan cepat dalam transaksi 	<ul style="list-style-type: none"> • Merasa aman dengan adanya fitur sidik jari 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi gangguan dan kurang responsive
5.	<ul style="list-style-type: none"> • Siti Maghfirah • Karyawan Swasta • 25 tahun • Nasabah Bank BTPN Syariah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selektif dalam perhatian <ul style="list-style-type: none"> • Tertarik dengan fitur yang memudahkan dalam bertransaksi 2. Distorsi persepsi <ul style="list-style-type: none"> • Pada awalnya merasa transaksi e-wallet 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempermudah proses pembayaran • Pengisian saldo mudah 	<ul style="list-style-type: none"> • Koneksi jaringan yang harus bagus

	<ul style="list-style-type: none"> • Jl. Setoyo S Gg. 10, Kel. Teluk Dalam Kec. Banjarmasin Tengah 	<p>dapat dilakukan 24 jam</p> <p>3. Retensi persepsi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mudah melakukan transaksi e-wallet hanya dengan <i>smartphone</i> 		
6.	<ul style="list-style-type: none"> • Ahmad Maulidin • Karyawan swasta • 24 tahun • Nasabah bank kalsel Syariah • Jl. Meratus Gg. II Kel. Antasan Besar Kec. Banjarmasin Tengah 	<p>1. Selektif dalam perhatian</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tertarik dengan adanya kemudahan fitur dalam transaksi pembayaran <p>2. Distorsi persepsi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengira transaksi antar bank murah ternyata lebih mahal dari bank lain <p>3. Retensi persepsi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan pengalaman positif dalam kemudahan transaksi pembayaran 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem keamanan • mudah dan cepat 	<ul style="list-style-type: none"> • biaya admin lebih mahal • aplikasi sering <i>maintenance</i>
7.	<ul style="list-style-type: none"> • Aisyah • Karyawan swasta • 24 tahun • Nasabah bank kalsel Syariah 	<p>1. Selektif dalam perhatian</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tertarik adanya informasi di internet • Kemudahan transaksi dari teman-temannya 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempermudah dalam bertransaksi • Banyaknya tempat yang menggunakan pembayaran QRIS dengan m-banking 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya biaya admin transaksi antar bank • Gangguan dan kendala jaringan

	<ul style="list-style-type: none"> • Jl. Sepakat Ujung gg. Reformasi rt. 05 kel. Teluk tiram kec. Banjarmasin Barat 	<p>2. Distorsi persepsi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Merasa hati-hati dalam penggunaannya akibat adanya berita di media sosial <p>3. Retensi persepsi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Merasa segalanya menjadi mudah selama memakai m-banking 		
8.	<ul style="list-style-type: none"> • Lia Safitri • Karyawan Swasta • 25 tahun • Nasabah Bank BSI • Komplek Purnasakti Jalur 9 Jl. Intan Sari gg. Nurul Firdaus Kel. Basirih Kec. Banjarmasin Barat 	<p>1. Selektif dalam perhatian</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fitur transfer yang tidak perlu untuk ke ATM • Pembayaran kampus lebih mudah <p>2. Distorsi persepsi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berhati-hati dalam penggunaan karena adanya berita pembobolan <p>3. Retensi persepsi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengalaman pembayaran kampus yang mudah menjadikan terus 	<ul style="list-style-type: none"> • Tampilan aplikasi yang jelas • Biaya admin dan transaksi yang mudah 	<ul style="list-style-type: none"> • Gangguan dan kendala jaringan • Perbaikan aplikasi yang lama

9.	<ul style="list-style-type: none"> • Nor Kiyah • Karyawan Swasta • 24 Tahun • Nasabah Bank BSI • Jl. Sultan Adam, Kec. Surgi Mufti 	<p>menggunakan m-banking</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selektif dalam perhatian <ul style="list-style-type: none"> • Tertarik dengan promo yang ada • Biaya admin bulanan tidak mahal 2. Distorsi persepsi <ul style="list-style-type: none"> • Pengaruh cerita teman mempengaruhi persepsi dalam penggunaan aplikasi m-banking 3. Retensi persepsi <ul style="list-style-type: none"> • Pengalaman memudahkan dalam transaksi 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempermudah belanja • Promo yang memberikan manfaat 	<ul style="list-style-type: none"> • Koneksi buruk mempengaruhi aplikasi
10.	<ul style="list-style-type: none"> • Rahmad Hidayat • Mahasiswa • 21 Tahun • Nasabah Bank BSI • Jl. Pondok Kelapa III, Sungai Miai, Kec. Banjarmasin Utara 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selektif dalam perhatian <ul style="list-style-type: none"> • Tertarik dengan fitur yang mempermudah transaksi 2. Distorsi persepsi <ul style="list-style-type: none"> • Merasa dapat melakukan transaksi e-wallet kapanpun 	<ul style="list-style-type: none"> • Memudahkan bertransaksi • Efisien dan cepat 	<ul style="list-style-type: none"> • Gangguan aplikasi • Transaksi yang dilakukan saat tengah malam susah

		<p>ternyata ada Batasan waktu, kemudian beralih ke bank lain akibat saran teman</p> <p>3. Retensi persepsi</p> <ul style="list-style-type: none">• Pengalaman mempermudah aktivitas menjadikan terbiasa		
--	--	---	--	--

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan penelitian maka peneliti akan menganalisa data yang dimaksud pada dua pokok pembahasan sebagai berikut.

1. Persepsi Gen Z Dalam Menggunakan M-Banking Sebagai Media Pembayaran di Kota Banjarmasin

Generasi Z Menurut Stillman (2018) mengatakan generasi yang lahir antara tahun 2000an. Generasi Z merupakan generasi yang lahir dan berinteraksi dengan kemajuan teknologi. Menurut Noordiono (2016) kemajuan teknologi yang pesat mempengaruhi generasi Z dimana generasi ini merasa bahwa arus informasi yang didapatkan melalui internet.

Generasi Z juga dianggap sebagai generasi yang mandiri, hal ini dikarenakan mudahnya dalam mengakses informasi yang didapat dari teknologi dan internet sehingga generasi Z dianggap mampu mengambil keputusan tanpa melibatkan orang lain. Salah satunya dalam mengambil keputusan pembelian, generasi Z sangat mengandalkan teknologi untuk mengakses informasi mengenai tren terkini sehingga perilaku ini mempengaruhi cara pandang konsumen terhadap merek.

Menurut Akhmad Sudrajat, Generasi Z memiliki karakteristik perilaku dan kepribadian yang berbeda dari generasi sebelumnya. Beberapa karakteristik umum Generasi Z diantaranya, yaitu:

a. Fasih Teknologi

Generasi Z adalah mereka yang disebut dengan “Generasi Digital”, dimana mereka begitu mahir dan terbiasa dengan penggunaan teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer atau laptop. Mereka dapat mengakses berbagai informasi secara mudah dan cepat demi kepentingan hidup sehari-hari maupun kepentingan pendidikan.

b. Sosial

Generasi Z, mereka memiliki kecenderungan berkomunikasi lebih lama dan berinteraksi lebih banyak dengan orang diberbagai kalangan. Seperti dengan teman sebaya melalui berbagai situs jejaring sosial seperti: *Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram* dan lainnya. Melalui media ini mereka dapat mengekspresikan apa yang dirasakan dan dipikirkannya secara spontan. Generasi Z ini juga cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan.

c. *Multitasking*

Generasi Z ini terbiasa dengan berbagai aktivitas yang dilakukan dalam satu waktu yang bersamaan. Mereka bisa membaca, berbicara, menonton, atau mendengarkan musik dalam waktu yang bersamaan. Mereka menginginkan segala sesuatu itu dapat dilakukan dengan serba cepat, dan tidak menyukai hal-hal yang lambat atau bertele-tele (Sudrajat, 2012).

Menurut Kotler dan Keller (2012, hlm. 179), persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Dalam pemasaran, persepsi lebih penting daripada realitas, karena persepsi konsumen mempengaruhi perilaku aktual konsumen. Pemahaman terhadap persepsi dan proses yang mempengaruhi sangat penting bagi pemasar dalam upaya membentuk persepsi yang tepat. Terbentuknya persepsi yang tepat pada konsumen menyebabkan mereka mempunyai kesan dan memberikan penilaian yang tepat. Jika konsumen mempersepsikan bahwa produk kita memiliki keunggulan yang berbeda dengan produk lain dan keunggulan itu sangat berarti, maka mereka akan memilihnya, meskipun sebenarnya produk tersebut relatif mirip dengan yang lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diklasifikasikan mengenai indikator persepsi menurut Kotler (2012) antara lain.

a. Seleksi persepsi

Seleksi persepsi yaitu konsumen hanya akan memperhatikan Sebagian kecil dari semua informasi yang mereka terima. Dalam seleksi persepsi gen Z dalam menggunakan m-banking sebagai media pembayaran di kota Banjarmasin meliputi sebagai berikut.

1) Kemudahan

Seleksi persepsi yang diperhatikan oleh generasi Z dalam menggunakan m-banking sebagai media pembayaran yang telah diungkapkan oleh informan 1, informan 3, informan

5, informan 6. Informan 8 dan informan 10 mereka melihat dari kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran seperti transfer antarbank, pengisian saldo, pembayaran listrik dan PDAM.

Berdasarkan hal tersebut 6 dari 10 informan memperhatikan kemudahan seperti transaksi antar bank kemudian pengisian saldo, pembayaran listrik dan PDAM yang menjadikan seleksi persepsi pada persepsi mereka terhadap penggunaan m-banking sebagai media pembayaran.

2) Fitur yang beragam

Seleksi persepsi yang diperhatikan oleh generasi Z selanjutnya dalam menggunakan m-banking sebagai media pembayaran adalah mereka melihat fitur yang beragam dalam aplikasi m-banking hal ini diperhatikan oleh informan 2, informan 4, informan 5, informan 6, informan 8 dan informan 10. Fitur yang dilihat oleh generasi z di kota Banjarmasin meliputi fitur pengelolaan keuangan, pembayaran PDAM dan listrik dan fitur transaksi pembayaran yang tidak mengharuskan ke ATM.

Berdasarkan hal tersebut 6 dari 10 informan generasi z di kota Banjarmasin memperhatikan fitur yang beragam yang meliputi pengelolaan keuangan, pembayaran PDAM dan listrik dan fitur transaksi pembayaran yang tidak mengharuskan ke

ATM dalam seleksi persepsi pada penggunaan m-banking sebagai media pembayaran.

3) Keamanan

Seleksi persepsi yang dilihat oleh generasi z dalam menggunakan m-banking sebagai media pembayaran yaitu berupa keamanan yang ada di aplikasi m-banking tersebut. Hal ini diungkapkan oleh informan 2, informan 4 dan informan 6. Keamanan yang dilihat mereka seperti sistem yang memberikan verifikasi melalui sidik jari untuk melakukan transaksi, kemudian adanya pengaturan 3x kesalahan pin langsung terblokir yang menjadikan transaksi akan aman apabila orang lain ingin melakukan transaksi dengan m-banking si pemilik.

Berdasarkan hal tersebut 3 dari 10 informan memperhatikan keamanan dalam bertransaksi seperti adanya verifikasi melalui sidik jari untuk melakukan transaksi kemudian apabila ada kesalahan dalam memasukan pin sebanyak 3x langsung terblokir dalam seleksi persepsi penggunaan m-banking sebagai media pembayaran.

4) Biaya admin

Seleksi persepsi yang menjadi daya tarik dalam menggunakan m-banking sebagai media pembayaran oleh generasi z di kota Banjarmasin yaitu melihat dari biaya admin

yang tidak mahal hal ini diungkapkan oleh informan 2 dan informan 9.

Berdasarkan hal tersebut 2 dari 10 informan melihat biaya admin pada m-banking tersebut sehingga menjadikan seleksi persepsi pada persepsi generasi z dalam penggunaan m-banking sebagai media pembayaran.

5) Informasi mengenai promosi

Seleksi persepsi yang yang menyangkut persepsi generasi z dalam menggunakan m-banking sebagai media pembayaran di kota Banjarmasin, generasi z melihat dari informasi mengenai promosi yang berada di media sosial, maupun di aplikasi m-banking yang mereka gunakan. Hal ini diungkapkan oleh informan 1, informan 2, informan 3, informan 7, dan informan 10.

Berdasarkan hal tersebut 5 dari 10 informan melihat dari informasi yang beredar di media sosial seperti promo yang menjadikan seleksi persepsi pada persepsi generasi z dalam penggunaan m-banking sebagai media pembayaran.

Menurut Kotler (2012) menjelaskan bahwa Seleksi persepsi yaitu konsumen hanya akan memperhatikan Sebagian kecil dari semua informasi yang mereka terima. Berdasarkan hal tersebut sepuluh generasi z di lima kecamatan di kota Banjarmasin dalam seleksi persepsi mereka tertarik karena adanya informasi di media

sosial seperti promo dan kemudahan fitur yang menjadikan mereka menggunakan m-banking. Lebih lanjut dalam penggunaan m-banking gen Z merasakan banyaknya kemudahan dalam bertransaksi untuk melakukan transfer dan pembayaran *e-commerce*.

b. Distorsi persepsi

Distorsi persepsi yaitu konsumen cenderung menginterpretasikan informasi secara selektif untuk mendukung keyakinan mereka yang sudah ada. Mengenai distorsi persepsi yang dialami oleh gen Z dalam penggunaan m-banking sebagai media pembayaran meliputi sebagai berikut.

1) Transaksi dapat dilakukan kapanpun

Distorsi persepsi yang dirasakan oleh generasi z adalah mereka mengira dalam penggunaan m-banking dengan kemudahannya dapat melakukan transaksi apapun dengan waktu kapanpun. Namun dari informasi yang mereka interpretasikan tersebut ternyata ada beberapa transaksi tidak dapat dilakukan pada tengah malam hingga dini hari Waktu Indonesia Tengah. Hal ini dirasakan oleh informan 2, informan 5, informan 10.

Berdasarkan hal tersebut 3 dari 10 informan merasakan distorsi persepsi berupa menginterpretasikan informasi yang mereka terima bahwa transaksi m-banking dapat digunakan kapanpun tanpa adanya batasan transaksi seperti tidak bisa

melakukan transaksi pengisian saldo *e-wallet* pada waktu dini hari.

2) Sistem keamanan

Distorsi persepsi yang dirasakan oleh generasi z adalah mereka melihat adanya berita yang beredar di media sosial dan cerita teman mengenai terjadinya pembobolan data nasabah terhadap pengguna m-banking yang menjadikan mereka berhati-hati dalam menggunakan m-banking sebagai media pembayaran. Hal ini diungkapkan oleh salah satu generasi z di informan 1, informan 7, informan 8 dan informan 9.

Berdasarkan hal tersebut 4 dari 10 informan yang menjadikan informasi pembobolan sistem keamanan m-banking membuat persepsi mereka dalam menggunakan m-banking menjadi lebih berhati-hati.

3) Aplikasi selalu dapat digunakan

Distorsi persepsi yang dirasakan oleh generasi z dalam menggunakan m-banking sebagai media pembayaran yaitu menginterpretasikan bahwa aplikasi yang mereka gunakan akan selalu dapat digunakan tanpa adanya gangguan dan pemeliharaan namun ada beberapa aplikasi yang sering terjadi maintenance dan pemeliharaan. Hal ini dirasakan oleh informan 2, informan 4, Informan 5, informan 6, informan 7, informan 8, dan informan 9.

Berdasarkan hal tersebut 7 dari 10 informan merasakan distorsi persepsi berupa menginterpretasikan informasi yang mereka terima bahwa aplikasi m-banking selalu dapat digunakan tanpa adanya gangguan seperti beberapa aplikasi yang sering terjadi maintenance dan pemeliharaan.

4) Biaya admin

Distorsi persepsi yang dirasakan oleh generasi z dalam menggunakan m-banking sebagai media pembayaran yaitu menginterpretasikan informasi mengenai biaya admin yang terjangkau, namun ada beberapa transaksi yang menggunakan biaya admin yang lebih mahal. Hal ini dirasakan informan 3, informan 6, informan 9.

Berdasarkan hal tersebut 3 dari 10 informan generasi z di kota Banjarmasin merasakan distorsi persepsi berupa menginterpretasikan bahwa biaya admin dalam m-banking tidak mahal dan saldo dalam m-banking dapat ditarik secara keseluruhan tanpa adanya saldo minimum.

Menurut Kotler (2012) distorsi persepsi yaitu konsumen cenderung menginterpretasikan informasi secara selektif untuk mendukung keyakinan mereka yang sudah ada. Berdasarkan hal tersebut distorsi persepsi yang dialami oleh generasi z dalam persepsi mereka terhadap penggunaan m-banking sebagai media pembayaran di Kota Banjarmasin, mereka pada awalnya berekspektasi terlalu

berlebihan terhadap penggunaan m-banking seperti halnya semua fitur dapat dilakukan di waktu kapanpun, kemudian persepsi mereka berubah pada saat adanya gangguan, begitu pula apabila adanya berita atau cerita teman terkait adanya data nasabah yang bobol menjadikan mereka berhati-hati dalam menggunakan m-banking namun tidak sampai berhenti menggunakannya.

c. Retensi persepsi

Retensi persepsi yaitu konsumen cenderung mengingat informasi yang mendukung sikap dan keyakinan mereka. mengenai retensi persepsi yang dirasakan oleh gen Z dalam menggunakan m-banking meliputi

1) Kemudahan

Retensi persepsi pada persepsi generasi z dalam penggunaan m-banking sebagai media pembayaran di Kota Banjarmasin. 10 informan generasi z di Kota Banjarmasin mengingat pengalaman positif yang seperti adanya pengalaman kemudahan yang dirasakan oleh mereka dalam penggunaan m-banking pada setiap transaksi pembayaran. Hal ini yang menjadikan persepsi generasi z mengarah positif dalam penggunaan m-banking dan akan tetap menggunakannya.

Berdasarkan hal tersebut retensi persepsi yang dirasakan pada seluruh informan generasi z mereka mengingat pengalaman positif dalam kemudahan menggunakan m-banking

seperti kemudahan dalam bertransaksi tanpa perlu melakukan perjalanan ke ATM hanya melalui ponsel mereka.

2) Fitur yang beragam

Retensi persepsi pada persepsi generasi z dalam penggunaan m-banking sebagai media pembayaran di Kota Banjarmasin. Informan 1, dan informan 2 merasakan fitur yang lengkap dalam aplikasi m-banking, informan 3 dan informan 4 di Banjarmasin Selatan merasakan adanya fitur yang memudahkan pengelolaan keuangan dan memudahkan pembayaran.

Berdasarkan hal tersebut 4 dari 10 informan merasakan retensi persepsi berupa pengalaman mengenai fitur yang beragam pada aplikasi m-banking seperti pengelolaan keuangan, pengisian saldo *e-wallet* dan pembayaran PDAM dan listrik yang digunakan sebagai media pembayaran.

3) Keamanan

Retensi persepsi pada persepsi generasi z dalam penggunaan m-banking sebagai media pembayaran di Kota Banjarmasin. Informan 2 mengingat sistem keamanan yang baik pada aplikasi m-banking, informan 4 merasa keamanan pada aplikasi m-banking berjalan dengan baik yang dilengkapi dengan fitur sidik jari. Kemudian informan 5 dan informan 6 yang merasakan keamanan pada sistem aplikasi m-banking

yang dipakai. Hal ini menjadikan keyakinan terhadap persepsi mereka dalam penggunaan m-banking yang didasari pengalaman positif sehingga menjadikan mereka tetap menggunakan m-banking.

Berdasarkan hal tersebut 4 dari 10 informan retensi persepsi yang dirasakan berupa mengingat pengalaman berupa sistem keamanan yang baik diberikan oleh m-banking sebagai media pembayaran.

Menurut Kotler (2012) retensi persepsi yaitu konsumen cenderung mengingat informasi yang mendukung sikap dan keyakinan mereka. Berdasarkan hal tersebut retensi persepsi berupa pengalaman positif dan menyenangkan dengan adanya m-banking memudahkan mereka dalam melakukan transaksi pada setiap pembayaran, fitur yang beragam dan sistem keamanan yang baik. Adanya pengalaman yang positif ini membuat mereka akan tetap menggunakan m-banking dalam setiap pembayaran.

Berdasarkan hal tersebut distorsi persepsi yang dialami oleh sepuluh generasi z di lima kecamatan di Kota Banjarmasin dapat diketahui persepsi yang dirasakan oleh gen Z dalam penggunaan m-banking sebagai media pembayaran di kota Banjarmasin memberikan berbagai persepsi yang meliputi seleksi persepsi seperti adanya promo di media sosial dan kemudahan serta banyaknya fitur yang membuat mereka tertarik menggunakan m-banking, kemudian distorsi persepsi seperti adanya berita

maupun cerita teman yang mempengaruhi persepsi mereka terhadap penggunaan m-banking, dan retensi persepsi seperti adanya pengalaman positif dan menyenangkan yang dirasakan oleh gen Z menjadikan mereka akan tetap menggunakan m-banking sebagai media pembayaran dengan jangka panjang.

2. Kelebihan dan kekurangan *M-Banking* sebagai media pembayaran oleh Gen Z di Kota Banjarmasin

Berdasarkan hasil penelitian beberapa kelebihan dalam penggunaan m-banking sebagai media pembayaran oleh Gen Z di Kota Banjarmasin berdasarkan hasil wawancara dengan sepuluh informan sebagai berikut.

a. Keamanan

Mobile banking dalam sistem keamanan dilengkapi dengan berbagai fitur seperti pin transaksi kemudian adanya verifikasi sidik jari hal ini menjadikan gen Z dalam menggunakan m-banking sebagai media pembayaran merasa lebih aman. Hal ini diungkapkan informan 2, informan 6 yang merasakan sistem keamanan yang baik pada aplikasi m-banking. Kemudian informan 4 yang merasakan fitur verifikasi sidik pada saat memasuki aplikasi m-banking pada saat ingin melakukan transaksi pembayaran.

Berdasarkan hal tersebut 3 dari 10 informan merasakan sistem keamanan sebagai kelebihan dari penggunaan m-banking sebagai media pembayaran di Kota Banjarmasin.

b. Kemudahan

Mobile banking memudahkan nasabah untuk bertransaksi dalam melakukan transfer antar rekening, pembayaran belanja hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah. Seperti halnya yang dirasakan oleh informan 1, informan 3, informan 7, informan 8, informan 9, dan informan 10 dengan adanya berbagai fitur yang disediakan pada mobile banking memudahkan mereka selama menggunakan m-banking sebagai media pembayaran.

Berdasarkan hal tersebut 6 dari 10 informan merasakan kemudahan sebagai kelebihan dari penggunaan m-banking sebagai media pembayaran di Kota Banjarmasin.

c. Efisiensi waktu dan tenaga

Mobile banking membuat generasi z tidak perlu menghabiskan waktu dan tenaga untuk pergi ke kantor cabang atau ATM terdekat untuk melakukan transaksi. Hal ini dirasakan oleh informan 3, informan 4, informan 7, informan 8, dan informan 10 dalam penggunaan m-banking sebagai media pembayaran yang membuat mereka efisien dan proses transaksi dalam m-banking berlangsung dengan cepat.

Berdasarkan hal tersebut 5 dari 10 informan merasakan kelebihan dari penggunaan m-banking sebagai media pembayaran berupa efisien waktu dan tenaga.

d. Fleksibilitas

Mobile banking memberikan fleksibilitas kepada generasi Z untuk melakukan berbagai jenis transaksi perbankan, hal ini dapat terlihat dari banyaknya fitur yang digunakan generasi Z sebagai media pembayaran seperti melakukan transaksi antar bank, pembayaran e-commerce, pengisian saldo e-wallet dan pembayaran PDAM dan listrik. Hal ini dirasakan oleh informan 2 yang merupakan owner UMKM yang menjadikan transaksi pembayaran maupun pengelolaan uang usaha menjadi lebih fleksibel. Kemudian informan 3 yang merasakan berbagai transaksi perbankan dilakukan hanya menggunakan m-banking seperti pengisian saldo e-wallet dan pembayaran PDAM.

Berdasarkan hal tersebut 2 dari 10 informan merasakan kelebihan penggunaan m-banking sebagai media pembayaran berupa fleksibilitas.

Disamping adanya kelebihan dalam suatu teknologi sudah pasti juga terdapat kekurangan dalam suatu teknologi. Kekurangan dalam penggunaan m-banking oleh generasi z di Banjarmasin Timur bahwa generasi z merasa dalam penggunaan m-banking harus menggunakan jaringan yang bagus, apabila koneksi internet buruk maka proses transaksi itu tidak dapat dilakukan dengan cepat. Kemudian informan kedua mengungkapkan bahwa aplikasi yang digunakan sering mengalami pemeliharaan dan tidak dapat dibuka pada saat waktu tertentu.

- a. Ketergantungan jaringan internet

Mobile banking dapat digunakan apabila memiliki koneksi internet yang stabil, apabila koneksi internet sedang tidak bagus maka dapat menyebabkan transaksi gagal, selain itu juga dapat menyebabkan aplikasi m-banking tidak bisa di buka. Ketergantungan jaringan internet merupakan kekurangan dalam penggunaan m-banking sebagai media pembayaran yang dirasakan oleh informan 1, informan 5, informan 7, informan 8 dan informan 9.

Berdasarkan hal tersebut 5 dari 10 informan merasakan kekurangan dari m-banking sebagai media pembayaran berupa harus memiliki koneksi internet yang stabil untuk melakukan transaksi.

b. Gangguan teknis

Apabila adanya gangguan di aplikasi tersebut maka aplikasi akan mengalami pemeliharaan kemudian seringkali terjadi maintenance pada aplikasi m-banking. Hal ini yang menjadikan transaksi generasi z tertunda. Hal serupa dirasakan oleh informan 2 pada aplikasi m-banking bank BSI yang sering mengalami pemeliharaan dan tidak dapat dibuka pada waktu tertentu. Begitu pula informan 3 yang merasakan aplikasi kurang responsif saat ingin melakukan transaksi. Kemudian informan 6 dan informan 8 yang merasakan aplikasi sering *maintenance* tidak dapat dibuka untuk melakukan transaksi. Hal ini menjadikan beberapa transaksi yang ingin dilakukan oleh generasi z menjadi tertunda.

Berdasarkan hal tersebut 4 dari 10 informan merasakan kekurangan dari m-banking sebagai media pembayaran berupa gangguan teknis aplikasi m-banking.

c. Keterbatasan jam operasional transaksi

Beberapa mobile banking memiliki jam operasional transaksi pada transaksi tertentu seperti pembayaran PDAM, listrik yang mengharuskan di jam 10 malam untuk melakukan transaksi begitu pula dengan pengisian saldo e-wallet. Hal ini dialami oleh informan 3, informan 5 dan informan 9 yang lebih sering melakukan transaksi e-wallet pada saat dinihari.

Berdasarkan hal tersebut 3 dari 10 informan merasakan keterbatasan jam operasional transaksi yang menjadikan kekurangan m-banking sebagai media pembayaran.

d. Biaya admin

Beberapa penyedia mobile banking mengenakan biaya transaksi untuk layanan tertentu. Hal serupa dialami oleh gen Z dalam menggunakan m-banking seperti transfer antar bank terkadang dengan biaya admin 2.500 maupun 6.500. hal ini dirasakan oleh informan 3, dan informan 6 yang merasakan transaksi antar bank lebih mahal dibandingkan bank lain yang dirinya gunakan.

Berdasarkan hal tersebut 2 dari 10 informan merasakan kekurangan dari m-banking sebagai media pembayaran berupa biaya admin yang lebih mahal pada transaksi antar rekening.

Melihat hal tersebut menunjukkan bahwa adanya m-banking sebagai media pembayaran oleh generasi z di kota Banjarmasin memiliki kelebihan dan kekurangan yang dirasakan oleh generasi z selama menggunakan m-banking. Namun hal ini tidak membuat generasi z untuk berhenti menggunakan m-banking dan akan tetap menggunakannya sebagai media pembayaran.