

Strategi Peningkatan Minat Nasabah Dalam Penggunaan Internet Mobile Banking (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri di Lhokseumawe)

This study is to describe the strategies that increase customer interest in using internet mobile banking at Bank Syariah Mandiri Lhokseumawe branch offices. The strategies carried out by Bank Syariah Mandiri to increase customer interest in using internet mobile banking is by carrying out promotional activities to introduce services and also retaining customers. Promotion can be conducted by creating advertisements and personal sales. Front liner employees, especially customer service, offer mobile banking services when a customer opens a new account. The obstacles faced in increasing customer interest in using internet mobile banking consist of the ability of customers to use technology and Lack of public knowledge about internet mobile banking facilities so that many customers still do not understand the use of technology.

Keywords: strategy, interest, promotion, mobile banking.

Hamdiah¹, Likdanawati²

^{1,2} Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikusaleh

Corresponding Author
hamdiah@unimal.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan yang ingin bersaing di dunia bisnis harus menerapkan strategi yang tepat. Jika tidak menggunakan strategi yang tepat dikhawatirkan tidak dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama, karena akan kalah dengan perusahaan lain. Perumusan strategi suatu perusahaan menjadi tugas berat dari *top manager*. *Top manager* harus mengumpulkan semua elemen dalam perusahaan, baik Sumber Daya Alam (SDA) maupun Sumber Daya Manusia (SDM). Sumber daya tersebut akan diformulasikan dalam secara sistematis sehingga melahir tujuan dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu. Didalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, resionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan *joint venture*. Adapun menurut Wibisono (2006) Strategi adalah ola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan utama atau kebijakan perusahaan dengan rangkaian tindakan dalam sebuah pernyataan yang saling mengikat.

Dalam penerapan strategi pada perusahaan, manajer harus memilih salah satu atau beberapa dimensi strategi agar dalam penerapannya sesuai kondisi perusahaan baik kondisi internal maupun kondisi eksternal dari perusahaan.

Begitu juga halnya dengan Bank Syariah Mandiri Cabang Lhokseumawe, terus menerapkan langkah-langkah dan strategi dalam meningkatkan minat nasabah untuk menabung dan bertansaksi pada Bank tersebut. Salah satu strategi yang digunakan untuk dengan menwarkan mobile banking kepada nasabah dengan tujuan untuk meningkatkan pelayanan dan kemudahan bagi nasabah sehingga minat untuk menabung dan melakukan transaksi pada bank bertambah. Dari fenomena tersebut penulis ingin mengkaji lebih lanjut dalam bentuk *literature review*.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan fenomena yang terjadi di lapangan maka rumusan tujuan tulisan ini yaitu :

1. Bagaimana strategi Peningkatan Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Internet Mobile Banking* Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lhokseumawe.
2. Kendala yang dihadapi dalam Strategi Peningkatan Minat Nasabah Dalam Penggunaan

Internet Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor cabang Lhokseumawe.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi

Siagian (2004) mendefinisikan strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (*targeting and long term goals*) sebuah perusahaan dan tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (*achive the goals and objectives*). Menurut David (2004) Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Rangkuty (2001) Strategi Merupakan respon secara terus menerus dan adaptasi terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat memengaruhi organisasi. Menurut Marrus (2002) strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana atau tujuan tersebut dapat dicapai.

Bryson (2001) strategi adalah pola, tujuan, kebijakan, program tindakan, keputusan atau alokasi sumberdaya yang mendefinisikan bagaimana organisasi itu, apa yang dilakukan dan mengapa organisasi melakukannya. Menurut Rangkuty (2009) strategi adalah suatu alat untuk mencapai tujuan. Menurut Tjiptono Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu strategi yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal.

Strategi juga bisa diartikan suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer pada daerah tertentu untuk mencapai tujuan tersebut. Menurut Robinson (2008) strategi adalah rencana berskala besar, dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan.

Jenis Strategi

Adanya sebuah pendekatan yang begitu berkaitan terhadap suatu ide, perencanaan dan pelaksanaan kegiatan dalam periode waktu tertentu. Strategi memiliki adanya sebuah perbedaan taktis, waktu yang lebih singkat, dan kerangka kerja yang lebih sempit walaupun orang umumnya sering mencampurkan kedua kata tersebut. (Bryson, 2001) menjelaskan setiap lembaga keuangan memiliki macam-macam strategi yaitu :

1. Strategi Secara Umum
 - a. Strategi perusahaan yaitu strategi yang disusun pada puncak organisasi yang menyatakan bisnis-bisnis apa yang akan masuk oleh suatu organisasi (perbankan) .
 - b. Strategi bisnis yaitu strategi yang memfokuskan bagaimana bersaing dalam suatu bisnis tertentu.
 - c. Strategi fungsional yaitu berfokus pada jangka pendek, mempunyai perhatian terhadap sub-

- aktivitas fungsional (operasi keuangan, memasaran, sumber daya dan lain-lain).
2. Strategi dalam persaingan
 - a. Strategi manajemen pengelolaan
Strategi pengelolaan ialah seni dan ilmu penyusunan, dan penerapan, pengevaluasian keputusan-keputusan lintas finishinya, manajemen strategi berfokus pada proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi.
Ada tiga tahapan dalam manajemen strategis, yaitu perumusan strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi.
 - b. Strategi pemasaran
Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkat dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan lembaga keuangan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.
 - c. Strategi pengembangan produk
Strategi pengembangan produk adalah bagian dari strategi korporasi. Dalam strategi pengembangan produk terdapat potensi keuntungan maupun risiko dari aktifitas pengembangan produk, dan banyak faktor yang menyebabkan suatu organisasi mempertimbangkan melakukan pengembangan produk baru.
 3. Strategi berdasarkan bentuk
 - a. Strategi Integrasi yaitu integrasi ke belakang, integrasi kedepan, dan integrasi horizontal yakni kadang-kadang semua disebut dengan integrasi vertikal. Strategi integrasi secara vertikal memungkinkan dalam sebuah perusahaan untuk mengendalikan pemasok, dealer, dan pesaing.
 - b. Strategi Defensif
Selain strategi integratif, diservikasi, dan intensif dalam organisasi tersebut bisa menerapkan strategi untuk merasionalisasi biaya, likuidasi, atau divestasi. Rasionalisasi biaya terjadi ketika organisasi merestrukturisasi melalui penghematan biaya dan sumberdaya untuk meningkatkan penjualan dan laba yang berkurang. Kadang-kadang disebut dengan strategi pembalikan atau reorganisasi, rasionalisasi biaya berfungsi untuk memperkuat ketrampilan diferensiasi dasar organisasi. Selama proses rasionalisasi biaya, perencanaan strategi bekerja dengan sumber daya terbatas serta mendapat sebuah

tekanan dari karyawan, pemegang saham, dan media.

- c. Strategi Intensif
Pengembangan produk dan penetrasi pasar yakni kadang-kadang disebut dengan strategi intensif karena semuanya memerlukan upaya intensif untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan dengan produk yang sudah ada.
4. Strategi Umum Michael Porter
Menurut Porter ada tiga strategi landasan yang dapat digunakan perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif, yakni adanya sebuah diferensiasi, keunggulan biaya, dan fokus. Porter menyebutkan tiga strategi umum, yakni peuntungan biaya menekankan produksi produk standar dengan biaya unit yang sangat rendah bagi konsumen yang peka dengan perubahan harga tersebut

Minat

Minat secara umum adalah rasa senang terhadap sesuatu menurutnya menarik untuk dipelajari. Dan adapun minat menurut Sutikno (2009) adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa adanya yang menyuruh, minat selalu diikuti dengan perasaan senang yang akhirnya memperoleh kepuasan. Dan menurut Slameto (2010) minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.

Sedangkang menurut Nyayu (2014) minat adalah minat terhadap objek sesuatu yang dipelajari akan mendorong orang untuk mempelajari sesuatu mencapai hasil belajar maksimal. Menurut Sardiman (2014) minat adalah suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau sementara situasi yang berhubungan dengan keinginan atau kebutuhan sendiri.

Menurut Sukardi (2013) minat adalah suatu kesukaan, kegemaran, atau kesenangan akan sesuatu. Menurut Slameto (2012) minat adalah minat sangat berpengaruh besar pada belajar, karena bila bahan pelajaran yang dipelajari tidak sesuai dengan minat siswa, siswa tidak akan belajar dengan sebaik-baiknya, karena tidak ada daya tarik bagi siswa untuk belajar.

Dan menurut Semiawan (2010) minat adalah suatu keadaan mental yang menghasilkan respon terarahkan kepada suatu situasi atau objek tertentu yang menyenangkan dan memberi kepuasan kepadanya. Sedangkan menurut Sandjaja (2011) minat adalah suatu kecenderungan yang menyebabkan seseorang berusaha untuk mencari ataupun mencoba aktivitas dalam bidang tertentu.

Minat juga diartikan sebagai sikap positif terhadap aspek-aspek lingkungan. Selain itu, minat juga merupakan kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan menikmati suatu aktivitas disertai dengan rasa senang. Menurut Widayastuti (2011)

minat adalah keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dan menurut Hurlock (2004) minat adalah sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih.

Faktor Pembentukan Minat

Minat bukanlah sesuatu statis atau juga berhenti, tetapi dinamis juga mengalami pasang surut. Minat tersebut juga bukan bawaan lahir tetapi sesuatu yang dapat dipelajari. Artinya, sesuatu yang sebelumnya tidak diminati itu dapat berubah menjadi sesuatu yang diminati karena adanya masukan tertentu atau juga wawasan baru serta juga pola pemikiran yang baru. Adapun hal-hal yang mempengaruhi terbentuknya minat adalah sebagai berikut :

1. Faktor dorongan

Faktor dorongan ini merupakan faktor yang paling dekat dengan diri seseorang, yang mana pada faktor tersebut memang muncul atau hadir dari dalam diri orang tersebut sendiri. Faktor tersebut dianggap paling penting di sebabkan karena tanpa adanya faktor ini, minat itu seperti apapun tidak akan pernah muncul ataupun juga diwujudkan. Contohnya : pada saat seseorang akan melakukan kegiatan seperti bermain gitar atau bernyanyi lagu yang senang, hal tersebut muncul dari diri orang tersebut.

2. Faktor Motif Sosial

Faktor motif sosial ini juga menjadi faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi minat, faktor tersebut merupakan faktor untuk melakukan suatu aktivitas supaya dapat diterima serta juga diakui oleh lingkungannya. Minat tersebut semacam kompromi pihak individu dengan lingkungan sosialnya. Contohnya seperti minat pada belajar musik karena ingin menjadi pemain musik profesional.

3. Faktor Emosional

Faktor emosional ini sangat berhubungan erat sekali dengan emosi, karena faktor ini termasuk yang kompleks dengan menyertai seseorang yang berhubungan dengan objek dan juga minatnya. Kesuksesan seseorang tersebut berada pada aktivitas karena aktivitasnya tersebutlah yang menimbulkan perasaan suka atau puas, sedangkan apabila kegagalan yang menghampiri maka akan mengurangi minat seseorang terhadap kegiatan tersebut atau aktivitas yang bersangkutan

Internet Mobile Banking

Internet mobile Banking adalah layanan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Merupakan kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui website milik Bank. Kegiatan ini

menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung antara nasabah dengan bank tanpa harus mendatangi kantor bank.

Nasabah dapat menggunakan perangkat komputer desktop, laptop, tablet, atau smartphone yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dengan sistem bank. Dan menurut Bank Indonesia Internet Banking merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet.

Sedangkan Mobile Banking adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Layanan mobile Banking dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat di unduh dan di instal oleh nasabah. Mobile Banking menawarkan kemudahan jika di bandingkan dengan SMS banking karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking. Mobile Banking menurut Agus (2005) adalah suatu layanan inovatif yang di tawarkan oleh bank yang memungkinkan penggunaan transaksi melalui smartphone.

Tujuan Penggunaan Internet Mobile Banking

Penggunaan internet mobile banking akan memberikan pelayanan yang lebih baik tanpa mengenal waktu dan tempat. Dan akan menjamin keamanan dan kenyamanan bagi para nasabahnya. Adapun tujuan menggunakan internet mobile banking adalah sebagai berikut :

1. Tujuan internet mobile banking bagi pihak bank ialah :
 - a. Menjelaskan produk dan jasa seperti pemberian pinjaman dan kartu kredit.
 - b. Menyediakan informasi mengenai bunga dan kurs mata uang asing yang terbaru.
 - c. Menunjukkan laporan perusahaan dan keterangan pers lainnya.
 - d. Memberikan daftar lokasi kantor bank tersebut dan lokasi ATM.
 - e. Memberikan gambaran mengenai bank.
 - f. Menyediakan sambungan menuju situs lain di internet yang masih terhubung dengan internet banking.
2. Tujuan Internet Mobile Banking bagi Nasabah
 - a. Mempermudah nasabah dalam bertransaksi perbankan, karena dengan internet banking akses perbankan dapat dilakukan di komputer pribadi tanpa harus datang ke kantor cabang.
 - b. Mempercepat kegiatan transaksi perbankan, hanya dengan modal komputer pribadi, nasabah dapat mengakses transaksi apapun dengan komputer. Tanpa membuang waktu datang dan mengisi formulir di kantor cabang.

- c. Menghemat biaya seperti menghemat ongkos pergi ke kantor cabang.

METODE PENELITIAN

Data

Penelitian ini dilakukan pada bank Syariah Mandiri Cabang Lhokseumawe, waktu penelitian yaitu tahun 2020. Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi dan wawancara langsung dengan responden untuk memperkuat dokumentasi tersebut. Responden dalam penelitian ini adalah semua unsur pimpinan (*level Top, Midle dan Lower management*) pada bank tersebut.

Metode Analisis Data

Data yang didapatkan dari hasil wawancara dan dokumen akan diklasifikasikan dan diuraikan sesuai dengan tujuan dari penelitian ini. Penjelasan dilakukan bersifat kualitatif dan diskriptif terhadap objek penelitian yang ada.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Jenis Transaksi Dan Keuntungan Keuangan Penggunaan Internet Mobile Banking

Banyak fasilitas yang digunakan untuk menghemat keuangan kita salah satunya ialah internet *mobile banking*. Dengan menggunakan fitur tersebut nasabah sangat mudah sekali mengakses keuangannya. Adapun keuntungan keuangan kita menggunakan internet *mobile banking* adalah sebagai berikut :

1. Melakukan transfer uang non tunai
Dengan menggunakan *internetbanking* atau *mobile banking* kita tidak perlu repot-repot pergi ke ATM atau Bank untuk melakukan transfer uang. Kita cukup membuka situs Bank yang bersangkutan, memasukka no rekening tujuan dan berapa nominal yang ingin kita trasnfer, lalu dalam hitungan menit uang akan berpindah ke rekening lain.
2. Mengecek saldo dan mutasi rekening
Jika kita ingin melihat saldo rekening, kita tidak perlu pergi ke ATM , cukup kita buka situs atau fasilitas *internet banking* maka kita langsung bisa mengecek saldo rekening kita sendiri. Di *internet banking*pun kita juga bisa melihat data transaksi keuangan dalam beerapa hari, minggu dan bulan terakhir.
3. Membayar tagihan bulanan
Kina pembayaran tagihan bulanan seperti tagihan listrik, telepon, air biaya pendidikan, TV berlangganan, bahkan pajak bisa dilakukan tanpa harus datang ketempat pembayaran seperti biasa. Tentunya tempat pembayaran tersebut harus terdaftar terlebih dahulu dengan Bank. Pembayaran bulanan ini bisa dilakukan sesuai

dengan kemauan dan kebutuhan, sehingga pada waktu jatuh tempo pembayaran akan di potong saldo anda.

4. Isi ulang pulsa elektrik
Pulsa elektrik untuk ponsel, modem, atau listrik juga daat kita beli dengan mudah dengan layanan ini. Pembelian pulsa elektrik ini juga sudah didukung oleh kebanyakan operator seluler di indonesia. Kita tidak perlu lagi repot-repot datang ke toko pulsa untuk mengisi ulang pulsa elektrik dan harganyapun relatif lebih murah.
5. Pembelian e-commerce
Jika kita ingin membeli tiket pesawat, hotel, barang-barang elektronik, buku, aksesorir, baju, games, dan pembayaran lain-lain. Kita bisa menggunakan pembayaran dengan menggunakan internet banking. Pembayaran bisa dilakukan ke pihak *e-commerce* yang sudah bekerja sama dengan pihak Bank. Daftarnya bisa dilihat dari akun kita sendiri. Jika biasanya kita membeli tiket pesawat di bandara atau agen travel terdekat, maka dengan internet banking hal ini jauh lebih mudah.
6. Informasi kartu kredit
Informasi tagihan kartu kredit, informasi saldo, data transaksi dan informasi lain juga bisa di lihat di internet banking. Kartu kredit disini tentunya kartu kredit yang diterbitkan oleh pihak bank itu sendiri.
7. Melihat informasi kurs
Nilai jual beli mata uang atau kurs bisa kita lihat di situs resmi *internet banking* pada bank kita, informasi kurs yang disajikan selalu terbaik dan cepat sehingga kita bisa melihat jatuh naiknya mata uang terhadap rupiah.
8. Mengetahu program Bank
Bank selalu menginformasikan kepada kita jika ada program baru seperti investasi, angsuran pinjaman, deposito, dan program lainnya. Hal ini bisa kita lihat di situs resmi *internet banking*.

Keuntungan Non Keungan Penggunaan Internet Mobile Banking

Menggunakan internet *mobile banking* memang sangat bermamfaat bagi kita para nasabah untuk melakukan transaksi keuangan dengan cepat dan praktis, baik transaksi untuk kebutuhan sehari hari maupun kegiatan bisnis. Berikut keuntungan menggunakan internet mobile banking :

1. Hemat Waktu
Transfer dana , cek saldo, membuat depositi, dan lain lain, semuanya bisa nasabah lakukan di handphone kita. Tidak perlu jauh jauh pergi datang ke bank.
2. Praktis
Dengan *mobile banking*, bayar tagihan mudah tanpa mengganggu aktivitas nasabah .
3. Dapat membantu transaksi dan saldo rekening 24 jam tepat waktu

Nasabah juga bisa memantau transaksi keuangan pribadi secara *real time*, mengelola dana yang keluar maupun masuk di rekening dengan *mobile banking*.

4. Gratis

Mobile banking yang ditawarkan bank biasanya tidak mengenakan biaya pendaftaran, aktivasi maupun administrasi bulanan.

5. Aman

Dalam menggunakan fitur di internet mobile banking biasanya terdapat kode verifikasi, PIN dan sistem keamanan yang telah distandarisi pihak bank.

Manfaat Penggunaan Internet Mobile Banking

Di era globalisasi ini atau di jaman modern kita tentunya harus mengetahui hal-hal baru agar tidak ketinggalan seperti mengetahui tentang Internet *Mobile Banking*, apa itu Internet mobile banking, serta apa kegunaannya dan manfaatnya. Adapun manfaat menggunakan Internet *Mobile Banking* adalah sebagai berikut :

1. Tidak Perlu ATM

Tidak perlu selalu mencari ATM apabila ingin melakukan berbagai transaksi keuangan, hanya butuh gadget dan koneksi internet. Dengan *mobile banking* dan *internet banking*, nasabah bisa melakukan proses transfer dengan sangat cepat dan mudah. Dengan begitu bisnis nasabah bisa menjadi lebih lancar dan selalu tepat waktu.

2. Memudahkan Jual Beli *Online*

Bagi yang suka belanja ataupun berjualan secara *online*, menggunakan internet banking ataupun mobile banking tentu akan sangat membantu dalam kegiatan jual beli. Tanpa harus menggunakan pembayaran melalui ATM, cukup dengan menggunakan *internet banking* ataupun mobile banking transaksi jual beli dapat diselesaikan dengan mudah dan praktis.

3. Memudahkan Pembayaran Berbagai Macam Tagihan

Membayar tagihan kartu kredit, layanan internet, bahkan membayar tagihan air dapat dengan mudah dilakukan menggunakan *internet banking* ataupun *mobile banking*.

4. Membeli Pulsa Dengan Mudah

Tidak perlu lagi bingung ketika kehabisan pulsa dan kesulitan mencari penjual pulsa, dengan internet banking ataupun *mobile banking* akan memudahkan untuk melakukan pembelian pulsa dengan sangat praktis.

5. Cek Saldo Dan Mutasi Dengan Mudah

Tidak perlu mengantri di ATM apabila nasabah ingin mengecek saldo dan mutasi, cukup dengan *internet banking* ataupun *mobile banking* dan gunakan fitur info rekening untuk cek saldo atau mutasi dengan mudah dan cepat sehingga waktu yang nasabah gunakan tidak lama dan kita juga

bisa memantau keuangan kita dengan fitur ini apabila ada kemalingan.

Strategi Peningkatan Minat Nasabah Dalam Penggunaan Internet Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lhokseumawe

Bank Syariah Mandiri kantor Cabang Lhokseumawe memiliki suatu keunggulan layanan jasa diantaranya ialah internet *mobile banking*. Agar tidak kalah saing dengan Bank lain yang berada di wilayah Lhokseumawe, maka untuk mencapai tujuannya maka Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lhokseumawe melakukan beberapa strategi pendekatan untuk menarik minat nasabah. Adapun strategi peningkatan minat nasabah menggunakan internet mobile banking adalah sebagai berikut :

1. Melakukan Promosi

Kegiatan promosi dilakukan untuk memperkenalkan layanan jasa dan juga untuk mempertahankan nasabah. Promosi bisa dilakukan dengan cara membuat iklan dan penjualan personal. Kemudian berdasarkan wawancara kegiatan promosi *internet banking* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lhokseumawe dilakukan oleh bagian marketing dan karyawan *front liner*. marketing melakukan promosi mengenai layanan internet banking pada saat berada dilapangan pada saat berinteraksi dengan nasabah atau calon nasabah. Untuk karyawan *front liner* khususnya *costumer service* menawarkan layanan jasa mobile banking pada saat nasabah membuka rekening baru. Dan pada saat melayani nasabah karyawan harus bersikap ramah dan menarik agar nasabah tertarik dengan produk yang kita tawarkan. Namun tidak semua nasabah melakukan registrasi rekening baru yang ingin menggunakan layanan mobile banking karena beberapa diantaranya, mayoritas masyarakat daerah Lhokseumawe adalah petani, pedagang yang pengetahuannya sangat sedikit tentang *internet banking*. Dan masyarakat kekurangan dalam fasilitas *modern*.

2. Memberikan/menggunakan Tarif (*price*)

Tarif layanan jasa mobile banking yang di ambil oleh Bank Syariah Mandiri kantor cabang Lhokseumawe merupakan wewenang dari Bank Syariah Mandiri Pusat yang nominalnya bervariasi mulai dari Rp 500 hingga Rp 25.000 ada juga tarif yang gratis tergantung kebutuhan nasabah dalam menggunakan layanan internet *mobile banking*. Berdasarkan wawancara dengan pengguna internet *mobile banking*, biaya administrasi untuk setiap transaksi yang digunakan melalui internet *mobile banking* ini mengenai adanya pemotongan saldo pada rekening nasabah itu sendiri.

3. Fleksibilitas Proses Pelayanan

Untuk menggunakan jasa layanan internet *mobile banking* terlebih dahulu nasabah melakukan pendaftaran. Bank Syariah Mandiri *mobile banking* ini tidak seperti kartu debit dan *mobile banking* pada bank lainnya. Pada umumnya jika memasukkan pin salah lebih tiga kali berturut-turut akan langsung terblokir, di Bank Syariah Mandiri Kantor cabang Lhokseumawe hal ini tidak akan terjadi. Memang setelah tiga kali salah, baik BSM card dan BSM *mobile banking* tidak bisa digunakan lagi hari itu. Namun di hari berikutnya, jika nasabah masih ingat dengan pinnya yang benar maka nasabah bisa kembali menggunakannya. Jadi tidak perlu menghubungi pihak bank untuk membuka blokir. Tapi jika nasabah memang sudah benar lupa maka bisa mendatangi pihak yang berwenang. Penggunaan internet banking mengenai proses registrasi sampai kepada penggunaannya adalah mudah dan tidak memerlukan pembelajaran yang mendalam mengenai internet *mobile banking*, karena penggunaan layanan ini cukup menggunakan handphone.

Kendala Dalam Peningkatan Minat Nasabah Pengguna Internet Mobile Banking

Untuk menciptakan sesuatu yang baru biasanya banyak sekali hal-hal yang tidak sesuai dengan keinginan kita terjadi begitu saja seperti halnya Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lhokseumawe memiliki kendala dalam menarik minat nasabah. Adapun kendala yang dihadapi dalam strategi peningkatan minat nasabah dalam penggunaan internet *mobile banking* adalah sebagai berikut :

1. Kemampuan nasabah tentang penggunaan teknologi
Kurangnya ilmu pengetahuan masyarakat tentang fasilitas internet *mobile banking* sehingga masih banyak yang tidak mengerti dalam penggunaan teknologi. Nasabah sering bertanya kepada *customer service* karena ketidakpahaman mereka dalam penggunaan aplikasi pada ponsel dalam melakukan transaksi melalui internet *mobile banking* sehingga para nasabah masih saja memilih bertransaksi dengan cara mendatangi kantor cabang.
2. Jaringan yang harus sesuai dengan provider
Sering terjadi nasabah pada umumnya memiliki hambatan dalam menggunakan fasilitas internet *mobile banking*. Nasabah yang berada di daerah sulit untuk mengakses jaringan seperti di pedesaan, maka secara otomatis jaringannya akan terganggu. Hal tersebut yang menyebabkan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor cabang Lhokseumawe lebih memilih untuk tidak menggunakan aplikasi

tersebut yang mampu menghambat segala aktivitas bertransaksi secara manual dan dapat beresiko

3. Fasilitas yang digunakan masyarakat kurang mendukung
Nasabah pada Bank syariah mandiri kantor cabang Lhokseumawe bukan semua masyarakat yang tinggal dalam perkotaan melainkan ada yang dari desa. Biasa masyarakat pedesaan kemampuan dan pemahaman mereka sangat kurang pada situs ini dan asilitas yang mereka gunakan tidak bisa mengakses layanan internet *mobile banking* sehingga mereka tidak tertarik untuk menggunakan internet *mobile banking* tersebut.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasa maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri untuk peningkatan minat nasabah dalam menggunakan internet *mobile banking* ialah Melakukan Kegiatan promosi dilakukan untuk memperkenalkan layanan jasa dan juga untuk mempertahankan nasabah. Promosi bisa dilakukan dengan cara membuat iklan dan penjualan personal. Untuk karyawan *front liner* khususnya *costumer service* menawarkan layanana jasa *mobile banking* pada saat nasabah membuka rekening baru. Namun tidak semua nasabah melakukan registrasi rekening baru yang ingin menggunakan layanan *mobile banking* karena beberahal diantaranya, mayoritas masyarakat daerah Lhokseumawe adalah petani, pedagang yang pengetahuannya sangat sedikit tentang internet banking.
2. Kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lhokseumawe dalam meningkatkan minat nasabah menggunakan internet *mobile banking* ialah Kemampuan nasabah tentang penggunaan teknologi, Kurangnya ilmu pengetahuan masyarakat tentang fasilitas internet *mobile banking* sehingga masih banyak yang tidak mengerti dalam penggunaan teknologi.

Saran

Dari penelitian ini disarankan kepada manajemen Bank Syariah Mandiri kantor Cabang Lhokseumawe tentang strategi peningkatan minat nasabah dalam penggunaan internet *mobile banking* sudah cukup baik dan sangat bertanggung jawab dalam melaksanakan tugasnya. Alangkah baiknya melakukan rotasi pekerjaan agar setiap karyawan lebih paham dengan tugasnya masing-masing.

REFERENSI

- Bryson, John. 2001. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Conny R. Semiawan. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Grasindo.
- Dermawan Wibisono, Ph. D, 2006, *Manajemen Kinerja*, Erlangga.
- M. Sobry Sutikno, (2009) *belajar dan pembelajar, prospect*, Bandung, 2009. Drs. H. Malayu S.P. Hasibuan. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*,
- Elizabeth B. Hurlock. 2004. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Hasibuan, melayu SP. 2006. *Organisasi dan motivasi; dasar peningkatan produktivitas*. Cetakan keempat. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nyayu Khadijah, *Psikologi Pendidikan*, (jakarta : Rajawali Pers, 2014). Oetomo. Budi Sutedjo Dharma. 2002. *Perencanaan dan Pengembangan Sistem Informasi*. Edisi I. Andi Yogyakarta.
- Pearre, Robinson, 2008, *Manajemen Strategi (formulasi, Implementasi, dan Pengendalian)*, penerbit selemba empat, jakarta.
- Rangkuty, Freddy. 2001. *Analisis Swot Teknik Membelah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuty, freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Slameto (2012). *Belajar dan Faktor faktor yang Mempengaruhi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukardi. 2013. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompentasi dan Praktiknya*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Sutarto, (2006). *Dasar dasar Organisasi*. Penerbit Gajah Mada University press. Yogyakarta.
- Wibisono. (2006). *Visi dan Misi Perusahaan*. <http://utomokdl.blogspot.com/2007/11/merumuskan-visi-dan-misi.html>. diakses 4 Oktober 2010.