

**PENINGKATAN PENGGUNAAN *Mobile Banking* SEBAGAI  
UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH  
BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk  
CABANG SIDOARJO**

**RANGKUMAN TUGAS AKHIR**



Oleh :

**MOCHAMMAD IMANNUDIN**

**NIM : 2013111033**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2016**

**PENGESAHAN RANGKUMAN  
TUGAS AKHIR**

Nama : Mochamad Imannudin  
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 4 Desember 1994  
NIM : 2013111033  
Program Pendidikan : Diploma III  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Keuangan dan Perbankan  
Judul : Peningkatan Penggunaan *Mobile Banking* Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Sidoarjo

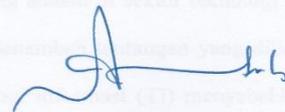
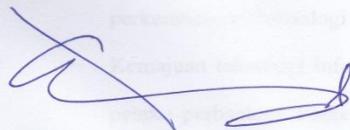
**Disetujui dan Diterima baik oleh :**

Ketua Program Diploma

Dosen Pembimbing

Tanggal : 14-03-2016

Tanggal : 14-03-2016



**Drs. Ec. Mochammad Farid, MM**

**Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si**

## 1. Latar Belakang

Fasilitas *M-Banking* menurut Riswandi, Budi Agus( 2005,31 ) diberikan untuk memudahkan transaksi untuk pada nasabah Bank Rakyat Indonesia cabang sidoarjo, ini merupakan salah satu produk yang transaksi penggunaannya melalui *smartphone*. Untuk mendapatkan layanan *m-Banking* tidaklah sulit karena selain menjadi nasabah Bank Rakyat Indonesia, yang nasabah perlukan hanyalah ponsel *smartphone*. Bahkan nasabah bisa menggunakan untuk pembayaran apapun yang disediakan oleh *m-Banking* dengan begitu nasabah akan merasa mudah dalam melakukan transaksi yang dilakukannya.

Fungsi utama perbankan Indonesia dalam UU RI no.10 tahun 1998 tentang perbankan adalah menghimpun dana salah satu layanan produk yang digunakan oleh bank yaitu *m-Banking*. *m-Banking* adalah pemanfaatan teknologi sebagai media untuk melakukan transaksi perbankan, kegiatan ini menggunakan *smartphone* sebagai perantara atau penghubung antara nasabah bank dan pihak bank. Selain itu, transaksi yang digunakan berbentuk maya atau tanpa memerlukan proses tatap muka antara nasabah dan petugas bank. Salah satu perkembangan teknologi modern sekarang adalah di sektor teknologi informasi. Kemajuan teknologi informasi ini ikut menambah tantangan yang dihadapi oleh pelaku perbankan. Perkembangan teknologi informasi (TI) menyebabkan makin berkembang pesatnya jenis dan kompleksitas produk dan jasa perbankan.

Dukungan TI (teknologi informasi) bagi industri perbankan merupakan sebuah keharusan yang harus dijalankan. Tak dapat dibayangkan jika saat ini industri perbankan bergerak tanpa dukungan teknologi informasi yang memadai. Bank Indonesia menuntut para bankir untuk mengembangkan strategi bisnis dengan lebih banyak memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk meningkatkan daya saing serta efisiensi kegiatan operasional dan mutu pelayanan kepada para nasabahnya.

## **2. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui ketentuan persyaratan yang harus dipenuhi dalam pembukaan m-Banking, mengetahui manfaat m-Banking, mengetahui keunggulan yang diberikan m-Banking, mengetahui prosedur pendaftaran yang digunakan dalam penggunaan m-Banking, mengetahui prosedur penggunaan m-banking, mengetahui upaya peningkatan yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah penggunaan m-Banking, mengetahui hambatan dalam penggunaan m-Banking, dan mengetahui solusi m-Banking dari hambatan yang ada dalam penggunaan m-Banking.

## **3. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu antara lain:

Penelitian ini bermanfaat bagi berbagai pihak, yang pertama bagi penulis. Bagi penulis penelitian ini berguna untuk penyelesaian Tugas Akhir

Program Studi, kemudian selain itu juga dapat menambah pengetahuan mengenai strategi produk mobile banking di bank Rakyat Indonesia.

Kemudian penelitian ini juga bermanfaat bagi bank. Bagi bank penelitian ini dijadikan sebagai bukti yang mendukung dalam mengetahui keefisienan bank dilihat strategi produk *mobile banking* yang disediakan untuk pelayanan jasa pada nasabah di Bank Rakyat Indonesia yang dijalankan.

Manfaat penelitian ini bagi pihak lain, penelitian ini dapat dijadikan referensi oleh pihak lain untuk menambah pengetahuan dan dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian yang lain sehingga dapat membuka peluang untuk lebih menerapkan pengetahuan tentang penelitian ini serta mampu menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi pihak lain.

#### **4. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan memanfaatkan data sekunder, metode wawancara, dan studi pustaka.

#### **5. Ringkasan pembahasan**

##### **Ketentuan pembukaan m-Banking di Bank BRI Cabang Sidoarjo**

Nasabah yang ingin menggunakan m-Banking harus memiliki tabungan di BRI, Harus memiliki smartphone dan mampu mengoperasikan dengan baik, Nasabah hanya boleh mengaplikasikan pada setiap satu smartphone dengan satu nomor telepon.

### **Keunggulan penggunaan *m-Banking* di Bank BRI Cabang Sidoarjo**

Dapat melakukan transfer uang non tunai dan pengecekan saldo, Membayar tagihan bulanan, Isi ulang pulsa elektrik, Pembelian pulsa elektrik untuk ponsel, modem, atau listrik, Pembayaran e-commerce, Informasi kartu kredit atau credit card, Melihat informasi kurs.

### **Prosedur Pendaftaran *m-Banking* di Bank BRI Cabang Sidoarjo**

Nasabah sebagai pendaftar *m-Banking* melakukan pengambilan aplikasi terlebih dahulu melalui *smartphone*, Aktivasi melalui handphone dan operator mengirimkan aktivasi tersebut kepada bank, Bank bagian cs menerima aktivasi yang diajukan oleh provider, Proses transaksi telah teraktivasi.

### **Prosedur penggunaan *m-Banking* BRI**

Untuk mendapatkan layanan *m-Banking* nasabah harus memiliki tabungan BRI yang aktif dan memiliki *smartphone*, Telah melakukan registrasi *m-Banking* BRI dan melalui ATM dan unit kerja BRI untuk dapat melakukan transaksi *financial*, Layanan transaksi *m-Banking*, hanya bisa dilakukan melalui *smartphone* seluler (handphone) yang sudah terdaftar saat pendaftaran ATM atau melalui aplikasi *m-Banking* yang berada pada *smartphone*, Untuk memperoleh pelayanan melalui layanan unduh aplikasi resmi seperti *AppWorld*, dan *GooglePlay*.

### **Upaya Peningkatan *m-Banking* di Bank BRI cabang Sidoarjo.**

Strategi produk : Strategi produk yang dilakukan oleh Bank Rakyat Indonesia ini disesuaikan dengan target market yang ditentukan, Strategi harga: Dukungan *M-*

*Banking* harga yang lebih murah namun menghasilkan kepuasan yang tinggi bagi nasabahnya yaitu hanya dengan Rp. 500/ transaksinya, Strategi lokasi: Mengadakan talkshow dan mengadakan kegiatan sehubungan dengan pengadaan *m-Banking* di setiap outlet dan kantor BRI, Iklan dikoran dan radio, *M-Banking* ikut serta dalam outlet-outlet atau open table, Sosialisasi kepada nasabah pada pembukaan tabungan baru.,Strategi Promosi: Strategi promosi yang dilakukan BRI yaitu menggunakan sistem jemput bola yakni terjun langsung kepada masyarakat.

#### **Hambatan pada *m-Banking* di BRI cabang Sidoarjo**

Hambatan dalam prosedur penggunaan *m-Banking*, Kompabilitas: Nasabah memerlukan *smart phone* untuk dapat menggunakan *m-Banking* secara maksimal dan kurangnya aktivasi yang memudahkan nasabah, Biaya: Biaya data dan SMS serta harus memiliki handphone yang dapat digunakan untuk presentasi *m-Banking*, Hambatan dalam peningkatan jumlah penggunaan *m-Banking*, Promosi yang dilakukan di setiap outlet-outlet Bank Rakyat Indonesia kurang menarik perhatian nasabah, sosialisasi nasabah yang kurang ditingkatkan oleh pihak Bank mengakibatkan sulitnya nasabah mengetahui kegunaan *m-Banking*.

#### **Solusi *m-Banking* di BRI cabang Sidoarjo**

Prosedur Penggunaan *m-Banking*, Pihak bank memberikan cara yang lebih mudah supaya dapat diaplikasikan kedalam handphone meskipun tidak berbasis smartphone, proses aktivasi langsung ada pada layanan smartphone sehingga nasabah lebih merasa dimudahkan atau melakukan aktivasi pada saat pembukaan

rekening dan mencantumkan nomor telepon, Pada biaya agar nasabah terasa dimudahkan, pengambilan denda sebaiknya langsung pada rekening nasabah sehingga nasabah tidak merasa direpotkan dengan adanya biaya pulsa, Peningkatan jumlah penggunaan *m-Banking*, Memberikan cara yang lebih mudah dalam aktivasi *m-Banking* atau kerjasama antara pihak Bank dan Smartphone agar pemakai dapat langsung mengaktifkan *m-Banking* pada smartphonennya, Sebaiknya bank turun tangan kepada masyarakat agar strategi jemput bola yang diinginkan tercapai dan promosi pada saat kegiatan bank diadakan di masyarakat atau dikoran, radio serta ikut serta dalam open table tentang *m-Banking* dengan begitu nasabah akan ada keinginan dalam memakai produk *m-Banking*.

## **6. Kesimpulan dan Saran**

Adapun kesimpulan dan saran dari penelitian ini adalah:

### **6.1 Kesimpulan**

#### **1. Dalam Prosedur penggunaan *m-Banking* BRI Sidoarjo**

Layanan penggunaan yang diperoleh nasabah bank mengijinkan para nasabah untuk mengakses akun bank mereka melalui aplikasi *m-Banking* BRI pada *smartphone*.. Secara khusus *m-Banking* berdampak positif bagi bank itu sendiri, nasabah dan operator telepon seluler.

#### **2. Strategi peningkatan jumlah penggunaan *m-Banking* BRI Sidoarjo.**

Strategi yang digunakan dalam meningkatkan jumlah pengguna Kelengkapan produk layanan yang siap ditawarkan (*one stop service*) lokasi yang strategis, keramahan dan efektivitas pelayanan dan fasilitas yang mendukung kenyamanan konsumen akan membuat konsumen maupun

nasabahnya merasa aman dan nyaman serta nasabah akan lebih berpartisipasi ikut untuk mencoba produk m-Banking.

## **6.2 Saran**

### **1. Dalam Prosedur penggunaan *m-Banking* BRI Sidoarjo**

Hendaknya memberikan cara yang lebih mudah lagi dalam mendapatkan layanan tersebut tanpa melalui beberapa aktivasi melainkan langsung ada dalam layanan *smartphone*.

### **2. Strategi peningkatan jumlah penggunaan *m-Banking* BRI Sidoarjo.**

Hendaknya melakukan promosi secara bertahap untuk mengetahui perkembangan yang telah berlangsung dalam pelaksanaan layanan *m-Banking*.

## DAFTAR RUJUKAN

- Hasibuan Malayu.2002*Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kasmir.2012. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Riswandi, Budi Agus.2005. *Aspek Hukum Internet Banking*. PT. Rajagrafindo Persada
- Sentot Imam Wahyono.2010. *Manajemen Pemasaran Bank*.Yogjakarta
- Jerry C.Olson dan Peter Paul J,2013. *Perilaku Konsumen& Strategi Pemasaran*. Jakarta
- Laporan BRI ,Faktor yang Mempengaruhi Mobile Banking,2011. Pedoman laporan Mobile Banking BRI.
- Buse, Tiwari,2007.” *Kegunaan e-Banking*”.2012. *Automatic Teller Machine e-banking*,(online).(<http://eprints.ums.ac.id/bitstream.pdf> diakses 21 oktober 2015)
- Luciana Spica Almilia, S.E.,Si. dan Antomy Nova Giarta, S.E.2006“*Perspektif Nasabah Perbankan Atas Kehadiran Sms Banking Dan Wap Banking Sebagai Sistem Informasi Perbankan Yang Bernilai Tambah*” ,STIE PERBANAS SURABAYA