

MANAJEMEN STRATEGI LAYANAN MOBILE BANKING PADA BANK SYARIAH MANDIRI (BSM)

Abdul Hafiz^{1*}

¹Prodi Manajemen Dakwah,
Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi,
UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta
**Email : abdul.hafiz18@uinjkt.ac.id*

Mulkan^{2*}

²Prodi Manajemen Dakwah,
Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi,
UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta
**Email : Mulkan@uinjkt.ac.id*

Abstrak

Artikel ini membahas mengetahui Strategi dengan Analisis SWOT Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah dalam Menunjang Transaksi. Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. Keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi Mobile Banking tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telepon seluler dan internet. Transaksi yang dapat dilakukan melalui Mobile Banking adalah transfer uang, pengecekan saldo, pembayaran, tagihan-tagihan atau biaya pendidikan, informasi rekening, transaksi-transaksi lainnya. Diharapkan dengan adanya layanan mobile banking ini akan semakin banyak masyarakat yang ingin menggunakan atau mengakses transaksi itu.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Proses dan Prosedur Layanan Mobile Banking.

Abstract

This study aims to determine the Strategy with SWOT Analysis of Sharia Banking Mobile Banking Services in Supporting Transactions. Mobile banking is one of the banking services that implements information technology. This service is an opportunity for banks to offer added value to customers. The effectiveness and efficiency of customers to carry out various Mobile Banking transactions will not work, if not supported by cellular phones and the internet. Transactions that can be done through Mobile Banking are money transfers, checking balances, payments, bills or tuition fees, account information, other transactions. It is hoped that with this mobile banking service more and more people will want to use or access the transaction.

Keywords: SWOT Analysis, Mobile Banking Service Processes and Procedures.

PENDAHULUAN

Pada zaman ini teknologi informasi semakin canggih dan berkembang dengan pesat. Adanya teknologi canggih saat ini membantu manusia melakukan transaksi tanpa tatap muka atau bertemu secara langsung. Transaksi tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan sarana media elektronik termasuk mobile banking.

Bank sebagai lembaga keuangan mempunyai tugas yang paling pokok yaitu mengumpulkan dana masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat. (Hermansyah, 2005). Dari waktu ke waktu teknologi informasi mengalami perubahan dan perkembangan yang sangat cepat, dan saat ini sudah menjadi tuntutan masyarakat yang tidak dapat ditawar lagi. Tujuan utama perkembangan teknologi informasi adalah perubahan kehidupan masa depan manusia yang lebih baik, mudah, murah, cepat dan aman. Kemajuan teknologi informasi, telah melahirkan banyak perubahan mendasar dalam kehidupan manusia saat ini, memberikan banyak kemudahan dan membantu pekerjaan manusia.

Mobile banking mulai muncul sebagai salah satu layanan dari Bank. Pelayanan ini mulai menjadi tuntutan dari sebagian nasabah bank, sama halnya dengan layanan ATM dan phone banking atau SMS banking. Adanya tuntutan mobile banking ini pada umumnya datang dari nasabah yang menginginkan layanan cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat dan dapat diakses melalui perangkat mobile yang dimiliki nasabah. Keseluruhan tuntutan ini dapat diberikan oleh layanan mobile banking.

Perbankan adalah suatu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang dan melayani jasa

pengiriman uang. Di dalam sejarah perekonomian kaum muslimin, fungsi bank telah dikenal sejak zaman Rasulullah ﷺ. Fungsi tersebut adalah menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan keperluan bisnis serta melakukan pengiriman uang. (Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, 2010)

Di era yang serba canggih ini, kecenderungan masyarakat untuk menyimpan uang di bank semakin besar. Selain karena faktor keamanan, alasan lain seseorang menggunakan jasa bank adalah karena bank tidak hanya sebagai tempat penyimpanan, namun karena bank memberikan fasilitas-fasilitas lain yang tentunya memberikan kemudahan pada nasabah dalam melakukan aktivitas finansialnya. Dengan fasilitas ini nasabah dengan mudah mengirim uang ke nasabah lain tanpa harus mengeluarkan banyak tenaga dan biaya. Dengan adanya kecenderungan ini, maka akan terjadi ketidakseimbangan antara pihak yang melayani dan pihak yang dilayani.

Jumlah nasabah akan meningkat pesat namun jumlah bank tidak mungkin terus diperbanyak, inilah yang akan menyebabkan terjadinya situasi yang padat di dalam bank pada waktu tertentu. Antrian yang panjang tentunya akan menyita waktu nasabah yang hanya ingin melakukan transaksi misalnya penyetoran dan penarikan. Untuk pihak bank sendiri akan menjadi sangat menyibukkan dan kemungkinan terjadinya suatu kesalahan oleh manusia (human error) akan menjadi semakin besar. Kondisi ini ternyata cukup diatasi dengan diciptakannya mesin ATM, sehingga nasabah tidak perlu lagi datang ke bank untuk melakukan transaksi-transaksi secara langsung di sisi lain nasabah bisa lebih menghemat waktu daripada harus pergi ke bank. Namun masalah kembali muncul ketika pengadaan mesin

ATM juga tidak bisa terus diperbanyak. Ini karena pembangunan mesin ATM memerlukan tempat yang cukup luas, padahal rata-rata tingkat kepadatan wilayah semakin besar. Untuk itu dibutuhkan suatu aplikasi yang bisa menangani transaksi-transaksi perbankan tanpa pergi ke bank (selain ATM tentunya).

Dengan melihat perkembangan penggunaan internet dan telepon seluler yang semakin pesat dan dalam upaya meningkatkan kepuasan terhadap nasabah, bank syariah menciptakan terobosan-terobosan baru, agar masyarakat bisa mudah bersentuhan dengan bank syariah dan dapat terfasilitasi dengan adanya bank syariah. Diantaranya dengan peningkatan kinerja dan layanan bank syariah. Upaya tersebut bisa dilihat dari adanya layanan bank syariah melalui sms (short message system) yang dinamakan Mobile Banking yaitu suatu layanan di mana nasabah dapat melakukan transaksi dan meminta informasi mengenai layanan perbankan via sms melalui telephone cellular atau HP (Handphone). Salah satu bank syariah yang sudah memiliki layanan tersebut itu adalah Bank Syariah Mandiri yaitu layanan M-Banking. Layanan ini bertujuan untuk memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi.

Lalu apakah layanan yang diberikan Bank Syariah mandiri sesuai seperti apa yang diharapkan pihak bank? Apakah layanan tersebut benar-benar aman, efektif dan efisien. Berdasarkan pada pemikiran dan pertanyaan di atas, maka penulis tertarik untuk menjawab, meneliti, mengamati, mengkaji dan menganalisa lebih jauh dan mendalam pertanyaan dan pernyataan tersebut.

KERANGKA TEORI

Kata strategi mempunyai arti “rencana”.(Eko Endarmoko, 2006)
Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi memiliki arti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus yang dituju. (Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa)

Strategi dalam kamus bahasa Indonesia adalah ilmu siasat perang, siasat atau akal untuk mencapai suatu maksud dan tujuan yang telah direncanakan.(Muhammad Ali, 1996)

Secara Etimologi, strategi berasal dari bahasa Yunani Strategos yang berarti Jendral. (George A Stainer, 1997)Strategi pada mulanya dari peristiwa peperangan, yaitu sebagai suatu siasat untuk mengalahkan musuh.Namun pada akhirnya strategi berkembang untuk kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, sosial, budaya dan agama.

Dalam kamus Manajemen istilah Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dan saling hubungan dalam waktu dan ukuran.(B.N Marbun, 2003) Dalam sebuah perusahaan, strategi merupakan salah satu faktor terpenting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik. Strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya usaha suatu organisasi.(Fandy Tjiptono,2002). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan strategi adalah seni atau ilmu yang menggunakan sumber daya untuk melaksanakan kegiatan tertentu.(Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1997) Untuk mengetahui lebih jelas mengenai pengertian strategi, penulis mengedepankan pengertian strategi yang dikemukakan beberapa pakar diantaranya:

*Manajemen Strategi Layanan Mobile Banking
pada Bank Syariah Mandiri (BSM)*

- a. Menurut A.M Kardiman, “Strategi adalah penentuan tujuan utama yang berjangka panjang dan sasaran dari suatu perusahaan atau organisasi serta pemilihan cara-cara bertindak dan mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkan tujuan tersebut”.(A.M Kardiman, 2000)
- b. Menurut Onong Uchyana Efendi, “Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan, akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberikan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya”.(Onong Uchyana Efendi, 1992)
- c. Menurut Sondang Siagian, “Strategi adalah cara yang terbaik untuk mempergunakan dana, daya dan tenaga yang tersedia, sesuai dengan tuntutan perubahan lingkungan.10
- d. Menurut George Stainer dan Jhon Minner, strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi, dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.(George Stainer dan Jhon Minner, 2000)
- e. Menurut William F. Glueck, yang dikutip dalam buku Amirullah, et.Al, Strategi merupakan sesuatu yang dipersatukan, bersifat kompeherensif terintegrasi yang berhubungan atau lembaga terhadap tantangan lingkungan dan dirancang untuk meyakinkan bahwa sejarah dasar perusahaan atau organisasi akan dicapai dengan pelaksanaan yang tepat oleh organisasi yang menerapkannya”.(Amirullah dan Sri Budi Cantika, 2000)

Dari pengertian strategi yang dikemukakan oleh para pakar di atas, penulis menyimpulkan bahwa strategi merupakan suatu cara untuk mencapai suatu tujuan jangka panjang perusahaan atau organisasi, serta program-program yang akan dilaksanakan oleh suatu perusahaan atau lembaga keuangan seperti layanan mobile banking Bank Syariah Mandiri, terlebih dahulu memperhatikan segala kemungkinan yang akan terjadi, dan mempersiapkan segala potensi yang ada. Dengan begitu strategi mempunyai peranan penting untuk keberhasilan program strategi lembaga keuangan pada umumnya, dan layanan pada khususnya.

1. Analisis Internal

Perusahaan harus melakukan analisis Internal. Ia harus meninjau peluang dan kelemahan organisasi/perusahaan dalam melaksanakan tugasnya, khususnya menyangkut sumber daya keuangan, fisik dan manusia. Kemudian analisis harus dilakukan, yang menyangkut peluang-peluang serta ancaman- ancaman yang dihadapi perusahaan (SWOT analysis).

2. Analisis Eksternal

Analisis Eksternal menyangkut analisis kondisi-kondisi yang terdapat di lingkungan eksternal yang dihadapi sebuah organisasi/perusahaan. Analisis eksternal menganalisis situasi jarak jauh, situasi industri dan lingkungan beroperasi perusahaan. Sebuah alat yang sering digunakan untuk menganalisis lingkungan industri adalah model 5 kekuatan (Fife Forces Model) dari Michael Porter. (Jusuf Udaya., 2013)

3. Analisa SWOT

a. Pengertian Analisa SWOT

Analisis SWOT adalah analisis kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats) yang dihadapi perusahaan..(Jusuf Udaya., 2013)

Perencanaan strategis (strategic planner) suatu perusahaan harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) pada kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis Situasi atau populer disebut Analisis SWOT. Dalam menganalisis data digunakan teknik deskriptif kualitatif guna menjawab perumusan permasalahan mengenai apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan yang ada pada objek penelitian dan apa saja yang menjadi peluang dan ancaman dari luar yang harus dihadapinya.

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan- kekuatan (Strengths) dan kelemahan-kelemahan (Weaknesses) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (Opportunities) serta ancaman- ancaman (Threats) dari lingkungan untuk merumuskan strategi perusahaan atau organisasi.

- 1) Strengths (kekuatan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan.
- 2) Weaknesses (kelemahan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi.
- 3) Opportunities (peluang / kesempatan) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang positif.
- 4) Threatss (ancaman) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang negatif.

b. Matrik SWOT

Matrik SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

1. Ifas (Internal Strategic Factors Analysis Summary) adalah ringkasan atau rumusan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses)
2. Efas (External Strategic Factors Analysis Summary) adalah ringkasan atau rumusan faktor-faktor strategis eksternal dalam kerangka kesempatan/peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis sajikan dari hasil wawancara bagaimana prosedur dan proses penerapan mobile banking PT. Bank Syariah Mandiri di bawah ini sebagai berikut:

1. Proses dan Prosedur Pendaftaran / Registrasi BSM Mobile Banking
 - a. Nasabah datang ke cabang terdekat.
 - b. Mengajukan permintaan fasilitas layanan BSM Mobile Banking dan mengisi data pada aplikasi BSM Mobile Banking.
 - c. Menerima kertas Mailer yang berisi kode aktivasi
 - d. Menandatangani lembar tanda terima kertas Mailer yang berisikan kode aktivasi.
2. Proses Download aplikasi BSM Mobile Banking

*Manajemen Strategi Layanan Mobile Banking
pada Bank Syariah Mandiri (BSM)*

Aplikasi BSM Mobile Banking dapat didownload melalui ponsel dengan OS BB, BB 10, Android, IOS: Blackberry App World, Google Play Store, App Store dengan keyword 'BSM Mobile Banking'. Pastikan aplikasi BSM Mobile Banking offered by / publisher / by PT Bank Syariah Mandiri.

3. Proses Aktivasi

Nasabah menginput no HP dan kode aktivasi yang didapat dari cabang pada saat pendaftaran/registrasi. Setelah proses aktivasi berhasil, Nasabah dapat masuk ke menu utama dan menikmati semua fitur BSM Mobile Banking.

4. Persyaratan membuka layanan BSM Mobile Banking⁴

- a. Memiliki rekening tabungan atau giro BSM.
- b. Memiliki BSM Card.
- c. Menggunakan kartu ponsel berbasis GSM dan ponsel dengan fasilitas GPRS/EDGE/3G/4G dan WIFI.
- d. Mengisi formulir permohonan aktivasi BSM Mobile Banking

5. Jenis Layanan BSM Mobile Banking

- a. Transaksi informasi rekening (informasi saldo, daftar mutasi dan tanggal mutasi)
- b. Transaksi pembelian (Voucher HP, PLN Prepaid)
- c. Transaksi pembayaran (PLN, Telepon/HP, Akademik, Tiket, Asuransi, Zakat / Infaq)
- d. Transaksi transfer (transfer real time ke 142 bank, transfer SKN)
- e. Lokasi Kantor cabang dan ATM
- f. BSM Call 14040
- g. Produk dan Promo

h. Jadwal Shalat

i. Hikmah

6. Flow Transaksi

- a. Informasi saldo: Menu informasi rekening → pilih informasi saldo → pilih nomor rekening → masukkan PIN ATM → Konfirmasi biaya cek saldo Rp 500 → saldo rekening ditampilkan
- b. Transfer antar rekening di BSM: Menu transfer → pilih BSM → pilih nomor rekening → masukkan no rekening tujuan → masukkan nominal → masukkan berita (optional) → masukkan PIN ATM → konfirmasi → transaksi berhasil
- c. Transfer online antar bank: Menu transfer → pilih Non BSM → pilih nomor rekening → pilih Bank Tujuan (Syariah Bank, Local Bank, Foreign Bank atau Other) → masukkan no rekening tujuan → masukkan nominal → masukkan berita (optional) → masukkan nomor referensi (optional) → masukkan PIN ATM → konfirmasi → transaksi berhasil
- d. Pembelian token listrik PLN: Menu Pembelian → pilih PLN Prepaid → pilih nomor rekening → pilih menu: pilih nominal atau masukkan nominal → masukkan ID Pelanggan PLN → pilih atau masukkan nominal → masukkan PIN ATM → konfirmasi → transaksi berhasil
- e. Pembayaran Tagihan Telkom Pay: Menu pembayaran → pilih Biller (contoh Telepon/HP) → pilih no rekening → pilih layanan → masukkan kode area + nomor telepon → masukkan PIN ATM → konfirmasi → transaksi berhasil

f. Menu Favorit:

1) Pendaftaran transaksi di menu favorit dapat dilakukan setelah konfirmasi transaksi berhasil. Tersedia menu pilihan Jadikan Favorit (tanda ≡) di screen sebelah kanan atas

2) Cara Penggunaan

- a) Pilih ikon menu favorit (tanda ★)
- b) Pilih jenis transaksi
- c) Masukkan nominal
- d) Masukkan PIN ATM
- e) Konfirmasi
- f) Transaksi Berhasil

g. Menu Share :

Share ke social media dapat dilakukan setelah konfirmasi transaksi berhasil. Tersedia menu pilihan Bagikan (tanda ≡) discreen sebelah kanan atas

7. Prosedur Lainnya Berkaitan dengan PIN (Personal Identification Number)

Apabila nasabah salah memasukkan PIN 3 kali di BSM Mobile Banking atau BSM Card atau keduanya secara berturut-turut maka:

- a. Pada hari yang sama nasabah tidak dapat menggunakan baik fasilitas BSM Mobile Banking maupun BSM Card.
- b. Nasabah dapat menggunakan kembali fasilitas ini pada hari berikutnya dengan catatan nasabah menggunakan PIN yang benar.
- c. Jika nasabah lupa dengan PIN yang benar maka nasabah dapat meminta PIN yang baru ke cabang BSM.

Analisis Strategi Layanan Mobile Banking PT. Bank Syariah Mandiri

Perlunya memahami situasi dan informasi yang ada dengan melihat data internal maupun data eksternal dari strategi layanan mobile banking. Informasi dapat bersifat sebagai data numerik, hasil observasi, atau hasil wawancara.

1. SWOT Layanan Mobile Banking

Analisis SWOT adalah analisis kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats) yang dihadapi perusahaan. (Jusuf Udaya. Manajemen Strategik, 2013)

a. Analisis Internal

1) Strengths (kekuatan)

a) Meminimalisir Layanan Biaya Operasional Bank

Kelebihan untuk pihak bank, yakni dapat meminimalisir biaya operasional bank yang mana selama ini terus menerus minus dari keuntungan memudahkan bank dalam berinteraksi dengan nasabahnya melalui media internet setiap saat dengan fasilitas BSM Mobile Banking. Pihak bank juga dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah, serta bank dapat memblokir rekening nasabah apabila transaksi yang dilakukan ternyata fiktif.

b) Layanan Transaksi dapat dilakukan dimana saja

Kelebihan untuk nasabah, yaitu nasabah bisa langsung melakukan kegiatan perbankan di rumah tanpa harus antri di bank atau di ATM, terutama saat awal bulan, dimana jumlah nasabah yang membutuhkan layanan bank akan

*Manajemen Strategi Layanan Mobile Banking
pada Bank Syariah Mandiri (BSM)*

membludak. Dengan adanya layanan BSM Mobile Banking, nasabah bisa mengecek saldo, melakukan transfer antar bank yang sama atau antar bank yang berbeda.

c) Layanan Efisiensi Waktu bagi Nasabah

BSM Mobile Banking dapat menghemat waktu nasabah agar tidak menghabiskan waktu seharian hanya untuk menyelesaikan berbagai macam kewajibannya di bank. BSM Mobile Banking akan membantu nasabah untuk menghemat waktu, yang jelas dimana nasabah bisa melakukan transaksi saat sedang bekerja, di mobil, ataupun di rumah.

d) Memberikan Kemudahan

Transaksi mudah dilakukan nasabah bank syariah dapat menikmati fasilitas mobile banking bank syariah selama 24 jam 7 hari seminggu untuk melakukan beragam transaksi baik finansial maupun non finansial. Transaksi finansial antara lain transfer dana antar rekening atau antar bank, membayar pengeluaran rutin bulanan seperti zakat, listrik dan telepon/handphone membeli pulsa isi ulang handphone, sampai membayar kartu kredit. Sedangkan transaksi non finansial seperti informasi saldo, mutasi rekening, dan ganti pin. Biaya yang sangat murah dalam melakukan transaksi layanan BSM Mobile Banking setiap bank memberikan kemudahan bagi nasabahnya

.

e) Pertumbuhan Cabang yang Tinggi

Bank Syariah Mandiri memiliki pertumbuhan KC (Kantor Cabang) dan KCP (Kantor Cabang Pembantu) yang tinggi, KC (Kantor Cabang) dengan jumlah 130 dan KCP (Kantor Cabang Pembantu) dengan jumlah 437, di DKI Jakarta jumlah Bank Umum Syariah pertumbuhan KC (Kantor Cabang) dengan

angka 74 dan KCP (Kantor Cabang Pembantu) dengan angka 152, pertumbuhan Bank Syariah Mandiri lebih besar dan tinggi dibandingkan dengan bank syariah lain. 14 Tentu ini dapat menjadi peluang bagi Bank Syariah Mandiri dalam menguasai pangsa pasar dan kepercayaan dari nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking dalam transaksi perbankan baik finansial maupun non finansial.

f). Terdapat Fitur Tambahan

Selain aktivitas perbankan nasabah juga bisa mendapatkan pengetahuan islami dengan menu pilihan hikmah, melakukan transaksi pembayaran untuk pembelian voucher, tiket, membayar zakat, cicilan rumah, dan kartu kredit, juga membayar tagihan lainnya dengan mudah.

g) Layanan Informasi Cepat

Bagi nasabah yang tengah sibuk dan bekerja ataupun sebaliknya. Akses cepat ke perbankan adalah suatu keharusan, lewat BSM Mobile Banking nasabah bisa mengetahui apakah transfer uang sudah masuk atau belum tanpa harus menelpon bank untuk mengkonfirmasi. Nasabah bisa mengecek saldo dan mentransfer uang secepat yang nasabah inginkan.

2) Weaknesses (kelemahan)

a) Rawan akan pembobolan dan keamanan

Hal ini menjadi perhatian banyak pihak kalau dana nasabah sering dibobol orang tak dikenal, dana yang hilang sering tidak dapat dikembalikan dan nasabah menderita kerugian yang cukup besar. Pihak bank sering beranggapan bahwa hal ini terjadi karena nasabah lalai dan tidak menyimpan PIN akses ke BSM Mobile Banking dengan baik.¹⁸

b) Kurangnya Perlindungan Hak Privasi

*Manajemen Strategi Layanan Mobile Banking
pada Bank Syariah Mandiri (BSM)*

Hal ini dikarenakan karyawan bank bisa mengetahui tentang data nasabah dan dana yang tersimpan karena banyak dari mereka yang memiliki akses tersebut, sehingga apabila ada beberapa orang daripihak bank yang memiliki niat buruk terhadap dana nasabah pasti akan di salah gunakan untuk kepentingan pribadi karyawan bank itu.

Hal ini menjadi tindakan yang paling krusial bagi pihak bank apalagi nasabah, karena layanan BSM Mobile Banking jadi salah satu target kejahatan Cyber yang sulit dibuktikan, terutama di Indonesia. Kejahatan Cyber ini banyak mengambil korban tetapi masih belum menjadi prioritas dari pemerintah, termasuk bentuk payung hukum yang melindungi nasabah.

- c) Banyaknya produk yang sejenis yang menawarkan banyak keunggulan.
- d) Banyaknya pilihan produk dari perbankan lain.
- e) Pesaing dari dalam negeri tidak hanya terdiri dari bank-bank konvensional tapi juga bank syariah yang lain.

2. Strategi Layanan Mobile Banking PT. Bank Syariah Mandiri

a. Matrik Analisis Kualitatif SWOT

Untuk mengetahui bagaimana strategi layanan dari Mobile Banking PT. Bank Syariah Mandiri penulis mencoba menyajikan matrik analisis strategi kualitatif SWOT, kemudian menerapkan strategi layanan.

Matrik SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik kualitatif SWOT layanan Mobile Banking.

PT. Bank Syariah Mandiri berdasarkan hasil wawancara penulis sajikan dibawah ini :

Matrik Analisis SWOT

Ifas	Strengths (kekuatan)	Weaknesses (kelemahan)
Efas Opportunities (peluang / kesempatan) 1. Adanya penerapan teknologi-teknologi baru dengan perkembangan IT 2. Mayoritas masyarakat mampu mengakses layanan <i>mobile</i>	Strateg SO (Agresif) 1. Menambah kantor cabang mandiri syariah di provinsi-provinsi yang berpotensi. 2. Mempertahankan dan meningkatkan variasi produk dengan penerapan teknologi-teknologi terbaru. 3. Memperkuat image di masyarakat dengan menekankan prinsip ekonomi	Strategi WO (Turn-around) 1. Menjalin kerjasama dengan bank-bank lain baik itu konvensional maupun syaria'ah untuk pengembangan ATM link. 2. Melakukan sosialisasi di berbagai media tentang prinsip perbankan mandiri syariah sehingga

**Manajemen Strategi Layanan Mobile Banking
pada Bank Syariah Mandiri (BSM)**

<i>banking</i> 3. Masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama islam merupakan pasar potensial yang sangat besar	syariah. 4. Meningkatkan 5. Mempertahankan dan meningkatkan performansi keuangan untuk mendukung pertumbuhan bank di masa yang akan datang.	dapat menarik nasabah sebanyak-banyaknya tidak hanya kalangan umat islam saja. 3. Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia berkompeten di bidang IT ekonomi 4. Meningkatkan fasilitas- fasilitas yang berbasis teknologi sehingga dapat memudahkan akses bagi nasabah.
--	--	--

Sumber: Wawancara dengan Ibu Tina *Manager Operational Support*.

(Senin, 19 Februari 2018. Pukul: 16.10 WIB) dan Wawancara dengan Ibu Purwanti *Customer Service*. (Selasa, 6 Februari 2018. Pukul: 16.00 WIB)

PENUTUP

Dari hasil analisis data yang dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut :

Analisis strategi layanan Mobile Banking

a. Strategi Layanan

1) Strategi SO (Strenghts – Opportunities)

Berdasarkan hal ini maka strategi SO adalah :

a) Menambah kantor cabang mandiri syariah di povinsi-provinsi yang berpotensi.

- b) Mempertahankan dan meningkatkan variasi produk dengan penerapan teknologi-teknologi terbaru.
- c) Memperkuat image di masyarakat dengan menekankan prinsip ekonomi syariah.
- d) Meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah dengan menyuguhkan pelayanan yang profesional oleh tenaga-tenaga yang profesional pula.
- e) Mempertahankan dan meningkatkan performansi keuangan untuk mendukung pertumbuhan bank di masa yang akan datang.

2) Strategi WO (Weakness – Opportunities)

Berdasarkan hal ini maka strategi WO adalah :

- a) Menjalin kerjasama dengan bank-bank lain baik itu konvensional maupun syari'ah untuk pengembangan ATM link.
- b) Melakukan sosialisasi di berbagai media tentang prinsip perbankan mandiri syariah sehingga dapat menarik nasabah sebanyak-banyaknya tidak hanya kalangan umat islam saja.
- c) Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang berkompeten di bidang IT ekonomi perbankan syariah.
- d) Meningkatkan fasilitas-fasilitas yang berbasis teknologi sehingga dapat memudahkan akses bagi nasabah.

3) Strategi ST (Strenght – Threats)

Berdasarkan hal ini maka strategi ST adalah :

*Manajemen Strategi Layanan Mobile Banking
pada Bank Syariah Mandiri (BSM)*

- a) Pemanfaatan dan pengalokasian modal dengan tepat yang digunakan untuk pengembangan teknologi terutama mobile banking seoptimal mungkin.
- b) Mempertahankan ciri khas produk dengan berbasis ekonomi perbankan syariah.
- c) Mengembangkan variasi produk dengan cara benchmarking(membandingkan/tolak ukur).
- d) Membentuk tim Customer Care untuk mengembangkan performansi bank syariah.
- e) Mempertahankan performansi keuangan untuk dapat memenangkan persaingan.

4) Strategi WT (Weakness – Threats)

Berdasarkan hal ini maka strategi WT adalah :

- a) Mengadakan Program-program untuk meningkatkan kompetensi karyawan syariah mandiri dalam bidang IT.
- b) Mempererat kerjasama dengan penanam modal dan bank-bank lain.
- c) Melakukan strategi promosi yang lebih gencar disemua media untuk meningkatkan pangsa pasar.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, ada beberapa saran bagi Bank Syariah Mandiri dalam meningkatkan layanan mobile banking untuk menunjang transaksi perbankan syariah :

1. Bagi masyarakat umum hendaknya dapat lebih memahami layanan mobile banking beserta manfaatnya yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri. Sehingga dapat memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi nasabah untuk memanfaatkan layanan mobile banking yang ada.

2. Dan bagi para praktisi dan ahli perbankan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan menciptakan inovasi-inovasi yang berkaitan dengan produk dan layanan perbankan. Dan lebih mengenalkan kepada masyarakat bagaimana manfaat layanan mobile banking yang telah ada.
3. Untuk civitas akademika diharapkan dapat lebih meningkatkan mutu kurikulum pada bidang perbankan syariah dan mutu pendidikan mahasiswa agar dapat melahirkan alumnus yang handal dan dapat lebih bersaing dengan perguruan tinggi yang lain, dengan harapan para alumnusnya dapat diterima di masyarakat dengan baik.
4. Serta bagi pihak Bank Syariah Mandiri supaya dapat lebih meningkatkan produk-produk dan layanan yang lebih baik sehingga lebih dapat diterima lagi keberadaannya di masyarakat.

Daftar Pustaka

- A. Kerin, Roger. Lau Geok Theng. Marketing in Asia. 2nd edition. (McGraw Hill Companies. 2013)
- Amirullah dan Sri Budi Cantika, Manajemen Strategi, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2000), Cet. Ke-1
- A.M Kardiman, Pengantar Ilmu Manajemen, (Jakarta: Pronhallindo)
- Bambang, Edi Priyono. Manajerial Ekonomi. (Jakarta: Universitas Trisakti. 1995)
- Bharti M. 2016. Impact of Dimensions of Mobile Banking on User Satisfaction. Journal of Internet Banking and Commerce 21(1): 1-22.
- B.N Marbun, Kamus Manajemen, (Jakarta: Pustaka Sinar Harian, 2003)
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997)
- Eko Endarmoko, Tesaurus Bahasa Indonesia, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006)

*Manajemen Strategi Layanan Mobile Banking
pada Bank Syariah Mandiri (BSM)*

- Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Andi, 2002), Ed. Ke-2
Freddy Rangkuti, Measuring Customer Satisfaction: Gaining Relationship
Strategy, (Jakarta, Gramedia, 2006)
- George A. Stainer, Kebijakan dan Strategi Manajemen, (Jakarta: Erlangga, 1997)
Griffin, Jill, "Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan". (Jakarta: Erlangga. 2003)
- Hadi, S. dan Novi. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM. 5(1): 55-67.
- Hermansyah. Hukum Perbankan Nasional Indonesia. (Jakarta: Kencana. 2005)
Jusuf Udaya. Manajemen Strategik. Edisi Pertama. (Graha Ilmu: Yogyakarta. 2013).
- Kashmir. Etika Customer Service. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2005)
Kotler, Philip. Lane Keller, Kevin. Manajemen Pemasaran. Edisi 14. (Jakarta: PT. Prenhalindo. 2012)
- Lovelock, Christopher. dkk. Pemasaran Jasa. Penerjemah: Dian Wulandari. Buku 2. Edisi 7. (Jakarta: Erlangga. 2010)
- Lupiyoadi, Rambat. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. (Jakarta: Salemba Empat. 2013)
- Moenir. Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. (Jakarta: Bumi Aksara. 2002)
- Muhammad Ali, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern, (Jakarta: Pustaka Amani, 1996)
- Muhammad. Metodologi Penelitian Ekonomi Islam. (Jakarta: PT. Rajawali Pers. 2008)
- Onong Uchyana Efendi, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992)
- Otoritas Jasa Keuangan. Bijak Ber-Electronic Banking. (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan. 2015).
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/15/PBI/2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum.
- Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Depdikbud. Kamus Umum Bahasa Indonesia. (Jakarta: Balai Pustaka. 1999)

- Rivai, Veithzal. Arifin, Arviyan. *Islamic Banking : sebuah teori, konsep dan aplikasi*. Ed. 1, Cet. 1. (Jakarta: Bumi Aksara. 2010)
- Sondang Siagian, *Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*, (Jakarta: Gunung Agung, 1986), Cet. Ke-2
- Sutabri, T.. *Sistem Informasi Manajemen (Edisi Revisi)*. Edisi Kedua. Cetakan Pertama. (Yogyakarta: Penerbit Andi. 2016)
- Sumarsono, H.M. Sonny. *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. (Yogyakarta: Graha Ilham. 2004)
- Sumarwan, Ujang. *Pemasaran Strategi: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. (Bogor: IPB Press. 2015)
- Surat Edaran No.6/18/DPNP. „Perihal Penerapan Manajemen Resiko Pada Aktifitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet Banking“. (Jakarta: Bank Indonesia. 2004)
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), Ed. Ke-3
- Tjiptono, Fandy. Chandra, Gregorius. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. (Yogyakarta: Penerbit ANDI. 2011)
- Gibson, C. B., Zellmer-Bruhn, M. E. (2001). Metaphors and meaning: An intercultural analysis of the concept of teamwork. *Administrative Science Quarterly*, 46(2), 274-303.
- Mitroff, I. I., Kilmann, R. H. (1976). On organization stories: An approach to the design and analysis of organizations through myths and stories. Dalam R. H. Kilmann, L. R. Pondy, & D. P. Slevin (Eds.), *The management of organization Design, strategies, and implementation* (hal. 189-207). New York: Elsevier North-Holland.
- Munawaruzaman, A. (2018). Pengaruh teknologi terhadap manajemen dakwah. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 4(1), 101-111.
- Neisser, U. (1967). *Cognitive Psychology*. Englewoods Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Method: Qualitative and Quantitative Approaches (7th Ed.)*. London: Pearson Education Limited.
- Papa, M. J., Daniels, T. D., Spiker, B. K. (2008). *Organizational Communication: Perspective and Trends*. California: Sage Publications, Inc.

- Singh, Rajesh K., Suresh K. Garg, dan S.G. Deshmukh. (2008). Strategy development by SMEs for competitiveness: a review. *Benchmarking: An International Journal*, 15(5): 525-547.
- Walsh, J. P. (1995). Managerial and organizational cognition: Notes from a trip down memory lane. *Organization Science*, 6, 280-321.