

**ANALISIS PERSEPSI NASABAH TERHADAP STRATEGI
PEMASARAN PADA LAYANAN BSI MOBILE (STUDI KASUS
PADA NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR
CABANG JAMBI)**

**ANALYSIS OF CUSTOMER PERCEPTIONS OF MARKETING
STRATEGIES ON BSI MOBILE SERVICES (CASE STUDY ON
CUSTOMERS OF BANK SYARIAH INDONESIA JAMBI BRANCH
OFFICE)**

Dessy Anggraini¹, Dewi Sartika²

UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi

Jl. Jambi-Ma. Bulian KM. 16 Simp. Sei Duren-Jambi 36363

Telp/Fax. (0741) 533187-58118

Website: febi.uinjambi.ac.id

Email: dessyanggraini78@uinjambi.ac.id

Abstract: *The purpose of this research is to find out how customers perceive BSI Mobile Services at BSI KC Jambi and to find out their opinions regarding the marketing strategies implemented in providing BSI Mobile Services at BSI KC Jambi. This research uses a qualitative approach with interviews and documentation of 10 BSI KC Jambi customers. From the results of the research conducted, it is known that customer perceptions of the services provided by mobile banking are relatively good and the BSI mobile application is also very useful for customers. In this case, BSI Mobile emphasizes that the promotional strategy for the BSI Mobile application is setting prices for BSI Mobile Banking products based on customer perceptions, namely that the prices/costs offered by BSI Mobile remain according to standards.*

Keywords: *Customer Perception, Marketing Strategy, Mobile Banking.*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi pelanggan terhadap Layanan BSI Mobile di BSI KC Jambi dan untuk mengetahui pendapat mereka mengenai strategi pemasaran yang diterapkan dalam penyediaan Layanan BSI Mobile di BSI KC Jambi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara dan dokumentasi terhadap 5 nasabah BSI KC Jambi. Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa persepsi nasabah terhadap layanan yang diberikan mobile banking relatif baik dan aplikasi mobile BSI juga sangat bermanfaat bagi nasabah. Dalam hal ini BSI Mobile menekankan bahwa strategi promosi aplikasi BSI Mobile yaitu penetapan harga produk BSI Mobile Banking berdasarkan persepsi nasabah yaitu harga/biaya yang ditawarkan BSI Mobile tetap sesuai standar.

Kata kunci: Persepsi Nasabah, Strategi Pemasaran, Mobile Banking.

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan, khususnya, terus memperoleh manfaat dari kemajuan teknologi informasi yang berkelanjutan karena besarnya populasi umat Islam di Indonesia, maka timbul kesadaran akan perlunya menggalakkan dan memasyarakatkan seluruh aktivitas perbankan syariah di Indonesia. Bank Islam bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua layanan keuangan Islam yang diberikan kepada masyarakat sesuai dengan hukum dan praktik Islam. Menurut Badan Jasa Keuangan, hingga Mei 2019, terdapat 2.251 bank syariah di Indonesia. Seiring dengan semakin ketatnya persaingan di industri perbankan, semakin penting bagi lembaga keuangan untuk memperkenalkan dan memanfaatkan sistem TI yang canggih.¹

Sebagai contoh kemajuan teknologi modern, perhatikan Internet. Saat ini, ini bukan sekadar tempat untuk mencari fakta dan membagikannya di media sosial. Ini juga merupakan tempat perbankan dan jual beli. Sektor perbankan syariah sangat kompetitif dan terus berubah, sehingga memerlukan inovasi dan adaptasi terus-menerus. Perkembangan teknologi informasi dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan industri perbankan Indonesia khususnya bank syariah dan mendorong kemajuan. Menurut studi Global Islamic Finance Report (GIFR) 2021, Indonesia menempati peringkat ketujuh dunia dalam perbankan dan jasa keuangan syariah, di belakang Malaysia, Qatar, Pakistan, dan Arab Saudi. Mobile banking hanyalah salah satu contoh pendekatan inovatif yang digunakan bank syariah di seluruh Indonesia dalam menyediakan layanan keuangan online.²

Dengan memanfaatkan Internet dan jaringan telekomunikasi lainnya, mobile banking memungkinkan konsumen melakukan transaksi perbankan

¹ Al Arif, M. N. R. 2012. *Lembaga Keuangan Syariah*: Jakarta: Rajawali, 20.

² Atmadjati, A. (2018). *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini*. Bandung: Alfabeta, 56.

dengan nyaman kapan saja, siang atau malam. Perbankan online, perbankan seluler, perbankan telepon, dan perbankan layanan pesan singkat (SMS) adalah contoh layanan perbankan elektronik yang ditawarkan oleh bank. Kadence International mencatat pada tahun 2014, bahwa mobile banking adalah bentuk perbankan elektronik yang paling populer dan dicari karena kenyamanan, kemudahan penggunaan, dan kelengkapannya. Tujuan perbankan online adalah memberikan pengguna akses mudah ke data keuangan seperti saldo rekening dan riwayat transaksi. Strategi ini efektif karena pelanggan menghargai layanan yang membantu mereka menghemat uang dan waktu. Program yang dilakukan bank bertujuan untuk mempromosikan produk aplikasi mobile banking dan agar nasabah bank dapat memanfaatkannya secara optimal. Aplikasi mobile banking sebenarnya adalah layanan berbasis web, sehingga iklan tidak akan berfungsi tanpa koneksi internet. Pelanggan dapat mengakses software ini dengan cepat dan mudah melalui Playstore, Android, Smartphone, dan Appsstore. Namun, perangkat lunak mobile banking ini cepat dan mudah diunduh untuk pemilik ponsel cerdas.³

Penilaian konsumen terhadap kinerja suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh kesan mereka terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Jika pelanggan memiliki kesan positif terhadap kualitas layanan, maka kinerja suatu perusahaan akan dinilai positif. Setelah memanfaatkan sepenuhnya layanan yang diberikan, konsumen membentuk opini berdasarkan hasil yang dicapai dibandingkan dengan harapannya. Istilah "persepsi" mengacu pada aktivitas mental di mana seseorang mengkategorikan dan memahami data sensorik untuk memahami lingkungan sekitarnya.⁴

Penggunaan indera manusia sangat penting untuk kemampuan kita memahami dunia di sekitar kita. Persepsi terjadi ketika suatu organ indera

³ Ibid, 14.

⁴ Indonesia, I. B. (2014). *Memahami bisnis bank syariah*. GramediaPustaka Utama.

menerima rangsangan, seperti penglihatan dengan mata, pendengaran dengan telinga, penciuman dengan hidung, pengecapan dengan lidah, dan sentuhan dengan kulit dan telapak tangan. Persepsi terbentuk sebagai respons terhadap dua jenis rangsangan: rangsangan pemasaran dan rangsangan lingkungan, serta perspektif, keyakinan, dorongan hati, minat, pengalaman, harapan, tujuan, dan keadaan seseorang sendiri. Mengingat hal-hal tersebut, pendapat orang terhadap satu sama lain akan berbeda-beda. Oleh karena itu, pentingnya etos pelayanan dalam keberhasilan suatu lembaga tidak dapat diabaikan begitu saja, karena kesan masyarakat terhadap bank konvensional dan bank syariah sebagian besar dipengaruhi oleh bagaimana perasaan nasabah terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank tersebut. Cara kita menyikapi berbagai hal dan pengetahuan yang kita kumpulkan melalui indra kita menentukan reputasi seseorang di mata publik.⁵

Penelitian awal yang dilakukan peneliti di Bank BSI Cabang Jambi menunjukkan bahwa nasabah mempunyai pendapat tersendiri terhadap layanan BSI. Mobile banking memudahkan transfer uang dan melakukan pembelian dengan pulsa. Aplikasi seluler BSI menyederhanakan proses transfer uang dengan memungkinkan pengguna mengirim uang dengan mudah dari perangkat seluler mereka. Nasabah yang saat ini menggunakan aplikasi mobile banking mendapatkan keuntungan dari kemampuan bertransaksi kapanpun dan dimanapun. Meskipun banyak konsumen yang telah memperoleh manfaat dari penggunaan mobile banking, ada pula yang belum mengunduhnya. Sebelumnya, mobile banking diperkirakan bisa diaktifkan secara terpisah dengan memasukkan nomor rekening tabungan dan PIN ATM. Namun pelanggan harus menghubungi langsung layanan pelanggan BSI atau *contact person* untuk menyelesaikan prosesnya. Nasabah tidak menginstal aplikasi *mobile banking* di

⁵ Ibid, 46.

smartphonenya karena menganggap aktivasi tidak praktis dan software tidak penting.⁶

Saat mempromosikan layanan aplikasi mobile BSI, penting untuk memastikan bahwa semua pelanggan dapat menggunakan platform dengan baik. Upaya pemasaran BSI cabang Jambi difokuskan untuk menarik sebanyak mungkin nasabah pada fitur-fitur kemudahan layanan mobile banking. Ketika konsumen semakin dilengkapi dengan kemampuan mobile banking, mereka akan dapat menghubungkan permintaan mereka dengan layanan yang ditawarkan melalui kesederhanaan dan kepraktisan dalam mentransfer uang atau membayar ke rekening giro. Konsumen yang terbiasa dan mengandalkan transaksi seluler memiliki insentif lebih besar untuk melakukan transaksi keuangan melalui layanan perbankan. Untuk menukseskan promosi layanan mobile banking, BSI Cabang Jambi perlu mengatasi kendala-kendala tersebut. Ketika suatu produk atau jasa dipasarkan secara efektif, hal itu dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Pemasaran sangat penting karena dapat membantu atau merugikan bisnis. Oleh karena itu, bank harus melakukan banyak upaya untuk mempopulerkan layanan mobile banking dan membuatnya benar-benar tersedia bagi nasabah.

KAJIAN PUSTAKA

Bank Syariah

Pasal 1 UU No. 21 Tahun 2008 mendefinisikan bank sebagai “badan usaha yang menghimpun uang masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya” dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, baik bank tradisional maupun bank syariah Islam ada. Bank komersial dan serikat kredit

⁶ Hadi, S. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking, 17.

pedesaan termasuk dalam istilah payung "bank konvensional" karena cara standar mereka melakukan bisnis. Lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan syariah dikenal sebagai bank syariah. Bank yang menganut prinsip syariah menganut hukum Islam sebagaimana ditafsirkan oleh badan otoritatif yang mengeluarkan keputusan yudisial yang dikenal sebagai fatwa.

Pasal 2 UU 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah berpedoman pada hukum syariah, demokrasi ekonomi, dan konsep kehati-hatian dalam operasionalnya sehari-hari. Selain itu, pasal 3 menjelaskan bahwa tujuan akhir perbankan syariah adalah membantu terwujudnya pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, persatuan, dan pemerataan untuk kesejahteraan seluruh rakyat. Perbankan terutama memerlukan dua tugas: mengumpulkan dan mendistribusikan uang, dengan penyediaan layanan tambahan yang sebagian besar berfungsi untuk memfasilitasi yang pertama. Pada dasarnya bank syariah dan bank konvensional adalah sama-sama lembaga keuangan yang menjalankan aktivitas bisnis dan mengedepankan keuntungan. Namun dalam tataran filosofis dan aplikasinya, sesungguhnya kedua bentuk sistemkeuangan ini mempunyai perbedaan yang sangat signifikan.

Perbankan Islam Indonesia telah maju secara signifikan berkat perubahan baru-baru ini dalam undang-undang dan peraturan negara itu. Berdasarkan peraturan saat ini, tampaknya memiliki dampak positif pada industri perbankan Islam. Pada awalnya, kerangka hukum perbankan Islam yang ditetapkan oleh UU No. 7 tahun 1999 tidak cukup jelas apa yang dimaksud dengan "pembagian keuntungan" dibawah aturan ini yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah. Pada tahun-tahun berikutnya, konsep panduan ini dimodifikasi dalam UU No. 10 tahun 1998, direvisi dalam hukum No. 23 tahun 1999 yang berkaitan dengan Bank Indonesia, dan akhirnya direvisi sekali lagi dalam hukum No. 3 tahun 2004. Dengan mengikuti pedoman yang diletakkan turun dalam undang-undang ini, bank konvensional dapat

mendirikan cabang Syariah atau berubah menjadi lembaga keuangan Islam.

Mobile Banking

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014), *mobile banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler GSM (*Global System For Mobile Communication*) dengan menggunakan *Short Message Service* (SMS). Jenis transaksi *Mobile Banking* antara lain :

- a. Transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, dan informasi nilai tukar.
- b. Pembayaran premi asuransi, biaya listrik, telepon, seluler.
- c. Pembelian pulsa isi ulang, tiket penerbangan, dan kereta api

Beberapa hal yang perlu diperhatikan demi keamanan transaksi *Mobile Banking* antara lain :

- a. Wajib mengamankan Personal Identification Number (PIN) *mobile banking*.
- b. Bebas membuat pin sendiri dan segera melakukan perubahan PIN jika diketahui oleh orang lain.
- c. Jika kartu SIM hilang, dicuri, atau dialihkan ke pihak ketiga, segera beri tahu bank lokal Anda atau segera hubungi call center bank Anda.

Di perbankan biasanya nasabah mengunjungi bank untuk melakukan transaksi. Konsumen harus mengunjungi bank secara langsung, mengisi formulir transfer, dan mengantri untuk mentransfer uang ke rekening lain. Pendekatan ini sangat tidak efisien karena transfer saja memerlukan banyak waktu. Keputusan bank untuk menawarkan layanan mobile banking sebagian dimotivasi oleh alasan ini. Menggunakan aplikasi mobile banking seharusnya lebih nyaman dan tidak memakan waktu lama dibandingkan metode tradisional. Melanjutkan pemenuhan kebutuhan masyarakat akan teknologi informasi mutakhir merupakan tantangan yang terus menerus. Alat-alat yang tersedia melalui media seluler dan online tetap mutakhir, begitu pula fitur-fitur yang disediakan oleh pengembang saluran komunikasi ini. Agar industri

perbankan dapat berkembang, industri perbankan harus memanfaatkan teknologi data. Penggunaan teknologi yang tepat mengurangi risiko operasional dan meningkatkan efisiensi bank.

Lembaga keuangan dan layanan yang mereka berikan kini dianggap "sangat diperlukan" oleh masyarakat umum. Produk Mobile Banking disediakan untuk membantu nasabah dalam berbagai aktivitas perbankan. Banyak nasabah dan mitra bank yang dapat memperoleh manfaat dari mobile banking. Konsumen menghargai akses informasi perbankan yang tepat waktu sehingga mereka dapat menyelesaikan transaksi keuangan dengan waktu tunggu yang minimal. Produk yang mendukung teknologi data memungkinkan bank dengan mudah mengurangi jumlah teller dan pegawai lain yang berinteraksi dengan nasabah. Teknologi data telah memungkinkan berkembangnya layanan keuangan yang dapat diakses dari perangkat seluler. Opsi ini memungkinkan bank untuk menawarkan nilai kepada nasabahnya.

M-Banking adalah singkatan dari "Mobile Banking" dan merupakan layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan untuk memungkinkan pelanggan mengakses layanan perbankan dengan mudah saat bepergian. Kemampuan nasabah dalam memproses berbagai transaksi M-Banking dengan cepat dan mudah bergantung pada ketersediaan telepon seluler dan Internet. Selama Anda memiliki ponsel, Anda dapat menggunakan layanan ini untuk berbisnis kapan saja dan dimana saja karena kemudahan penggunaannya, diharapkan nasabah akan puas dengan layanan bank. Salah satu kelemahan m-banking adalah memerlukan jaringan seluler operator agar dapat berfungsi. Layanan M-Banking tidak dapat diuji jika terdapat gangguan area bebas atau jaringan. Faktanya, masalah ini adalah tanggung jawab penyedia telepon seluler dan penyedia layanan internet pelanggan, bukan bank. Dengan integrasinya ke dalam inovasi perbankan untuk mengejar persaingan ekonomi global di Indonesia, mobile banking bukan lagi sebuah konsep baru. Oleh karena itu, bank

berupaya menjamin kepuasan nasabah dengan menawarkan pilihan perbankan yang nyaman seperti mobile banking yang memungkinkan mereka bertransaksi dan beroperasi saat bepergian.

Nasabah

Nasabah didefinisikan sebagai nasabah tetap atau calon nasabah bank dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Pelanggan tidak terbatas pada mereka yang melakukan bisnis dengan lembaga keuangan. Konsumen yang membayar premi asuransi sering disebut sebagai "pelanggan" oleh perusahaan asuransi. Para ahli juga memiliki cara yang berbeda dalam mendefinisikan nasabah. Seseorang yang menggunakan jasa keuangan, seperti bank atau perusahaan asuransi, dengan demikian adalah seorang nasabah. Beberapa arti "pelanggan" yang dihitung oleh ahli disediakan di bawah ini. Individu dan organisasi yang menggunakan atau menerima layanan perbankan dianggap sebagai nasabah oleh Otoritas Jasa Keuangan.

Nasabah Sesuai dengan Undang-Undang Perbankan No.10 Tahun 1998. Nasabah didefinisikan sebagai "pihak yang menggunakan jasa Bank" dalam Pasal 1 Ayat 16. Berikut pengertian tersebut. Ada dua (dua) kategori konsumen yang berbeda:

1. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan;
2. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Persepsi

Persepsi adalah cara individu memandang dan memahami lingkungan sekitarnya. Berdasarkan definisi tersebut, jelas terdapat perbedaan pendapat yang signifikan. Sesuatu membentuk cara pandang seseorang, baik internal maupun eksternal. Semua jenis media massa berpotensi mempengaruhi pemirsanya untuk berpikir dan merasakan hal yang sama.⁷

Persepsi adalah tindakan dimana seseorang memilih dan mengatur informasi yang diperoleh dari masukan sensorik, dan kemudian menarik kesimpulan tentang makna informasi tersebut. Sistem sensorik manusia terdiri dari panca indera (mata, telinga, hidung, mulut, dan kulit) yang memungkinkan kita menerima dan menafsirkan informasi sensorik yang masuk. Definisi persepsi menurut Alex Sobur (2014) sangat sempit. Ini hanya mengacu pada pengalaman visual seseorang. Sebaliknya, asumsi dapat didefinisikan secara lebih luas sebagai segala jenis pemikiran atau penafsiran, terutama pandangan individu terhadap suatu situasi.⁸ Persepsi, menurut banyak definisi ini, adalah transformasi mental yang mengubah masukan sensorik menjadi pengetahuan yang dapat digunakan.

Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut :

- 1) Pengalaman masa lalu mampu mempengaruhi seseorang karena seseorang pada umumnya akan menarik kesimpulan yang sama dengan yang dirasakan, didengar dan dilihatnya.
- 2) Keinginan mampu memberikan pengaruh terhadap persepsi seseorang dalam membuat keputusan.
- 3) Pengalaman yang bersumber dari teman, dimana mereka akan bercerita mengenai pengalamannya.

⁷ Simbolon, M. (2007). Persepsi dan Kepribadian. *Jurnal ekonomis*,1(1), 52-66.

⁸ Ibid, 76.

Pemasaran dan Strategi Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan atau inginkan melalui pengembangan dan pemeliharaan produk. Merumuskan jenis produk yang diinginkan konsumen, mencari tahu apa permintaannya, mencari tahu bagaimana cara mendistribusikan produk tersebut kepada konsumen, dan mengetahui berapa harga yang harus dibayar untuk produk tersebut dengan mempertimbangkan situasi konsumen, mencari cara untuk mempromosikan produk, berkomunikasi dengan konsumen, dan mengalahkan persaingan yang dihadapi bisnis adalah bagian dari pemasaran.

Tujuan Pemasaran "Strategi pemasaran adalah sikap pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran," kata Philip Kotler (2004). Rencana pemasaran menggambarkan kelompok sasaran, posisi produk di pasar, materi iklan yang akan digunakan, dan anggaran iklan. Salah satu langkah pertama dalam mengembangkan strategi pemasaran yang sukses adalah mengidentifikasi audiens target anda. Sederhananya, strategi pemasaran adalah rencana jangka panjang yang komprehensif untuk mencapai tujuan pemasaran tertentu melalui serangkaian upaya yang terkoordinasi. Mengembangkan strategi pemasaran adalah langkah pertama dalam mengembangkan rencana pemasaran dan merupakan aspek penting dari sistem pemasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif sebagai pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif sering kali melibatkan komunikasi gagasan dan wawancara penelitian terkait dengan data yang dikumpulkan dari orang yang diteliti, dibandingkan penggunaan perhitungan numerik. Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif

ini adalah untuk memberikan gambaran yang jelas dan ringkas sesuai dengan data partisipan.

Penelitian ini juga memenuhi kriteria penelitian lapangan karena berfokus pada permasalahan dan situasi konkret dibandingkan pertimbangan teoritis yang terkandung dalam tulisan dan esai yang belum teruji. Penelitian ini dapat diterapkan pada situasi dunia nyata karena partisipasi peneliti dalam pencapaian yang sedang dipelajari di BSI KC Jambi, penyelidikan semacam ini juga dikenal sebagai penelitian lapangan. Penelitian tersebut menetapkan bahwa "kelompok sasaran penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia KC Jambi", yaitu orang-orang yang akan dianalisis. "Populasi target dalam penelitian ini adalah semua nasabah dari cabang Jambi Bank Syariah Indonesia," sebagai orang yang akan dianalisis. Populasi dalam penelitian ini adalah 10 Nasabah dari cabang BSI KC Jambi karenanya ukuran sampel dan karakteristik yang dicerminkan diambil dari subset populasi tersebut.

Para peneliti menggunakan metode yang disebut "pengambilan sampel insidental" untuk mendapatkan tanggapan dari peserta. Dalam metode pengambilan sampel yang dikenal sebagai "pengambilan sampel insidental," siapa pun yang diteliti oleh peneliti secara kebetulan memenuhi syarat untuk dimasukkan jika mereka dianggap sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan.

PEMBAHASAN DAN HASIL

1. Persepsi Nasabah Pada Layanan BSI *Mobile*

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu bank syariah di Indonesia yang didirikan sebagai hasil penggabungan bank-bank anak perusahaan milik negara antara lain BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri. Bank BSI memiliki layanan mobile banking bernama BSI *Mobile*. BSI *Mobile* merupakan aplikasi *Mobile banking* perbankan syariah yang berfungsi

untuk memberikan kemudahan transaksi layanan perbankan melalui *smartphone* dengan cara yang aman, cepat dan mudah serta dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Hasil penelitian menjelaskan kemudahan bertransaksi bagi nasabah yang menggunakan layanan mobile banking. Layanan transaksi mobile banking seperti pembelian pulsa, pembayaran listrik, pembayaran asuransi, dll. Oleh karena itu, pelanggan tidak perlu khawatir dalam bertransaksi. Dengan kemudahan transaksi, biaya transfer, bebas administrasi dan lain-lain, serta mengatasi jaringan yang tidak stabil, nasabah kini memiliki operator jaringan yang kuat untuk memberikan update pada aplikasi mobile banking mereka.

Kemudahan layanan yang ditawarkan BSI Mobile kepada nasabahnya melalui aplikasi mobile banking mempermudah proses pengiriman dan penerimaan transaksi serta mudah diakses dimanapun berada. Prasyarat untuk ini adalah koneksi jaringan yang baik. Zaman sudah banyak berubah dan penggunaan teknologi sudah semakin maju, sehingga setiap orang perlu mengikuti perkembangan zaman. Aplikasi mobile banking membuat transaksi jauh lebih mudah tanpa harus ke ATM atau bank. Aplikasi mobile banking ini membantu nasabah dengan mudah mentransfer uang ke nasabah lain dan melakukan pembayaran serta pembelian online dengan uang elektronik. Kemudahan dari aplikasi mobile banking ini adalah kemudahan untuk mentransfer uang, melihat saldo akhir, membayar pesanan di e-commerce, membeli token listrik PLN, melakukan pembelian pulsa, dan memesan kartu debit tambahan. Kemudahan lainnya, penggunaan aplikasi BSI *Mobile* juga dapat melakukan penarikan uang tunai tanpa membawa kartu ATM dan juga dapat melakukan transfer antar bank. Kemudahan pada aplikasi BSI *Mobile* dapat memudahkannya untuk melihat sisa saldo dan sebagainya.

Bank BSI KC Jambi telah melakukan beberapa inisiatif untuk menawarkan kepada nasabahnya penggunaan aplikasi mobile BSI, antara lain:

Memberikan promosi dan informasi secara langsung kepada pelanggan yang telah memiliki akun maupun yang akan membuka akun. Nasabah dapat membuka tabungannya secara online melalui aplikasi BSI mobile, sehingga nasabah selanjutnya hanya datang ke bank untuk mengambil rekening tabungannya. Nasabah dapat dengan mudah melakukan operasional perbankan seperti tarik tunai melalui aplikasi tanpa menggunakan kartu ATM, memiliki tabungan emas, dan juga memiliki fasilitas untuk melakukan kegiatan sosial seperti Zakat, Infak, sedekah, Wakaf, dll yang ada. BSI Mobile juga memiliki rencana sholat dan lokasi masjid yang memudahkan umat Islam untuk melaksanakan sholat.

Nasabah Bank BSI KC Jambi menambah kemudahan lagi pada BSI Mobile. Artinya, kemampuan melakukan layanan transfer, pembelian, dan pembayaran tagihan online tanpa harus ke bank. BSI Mobile juga menyediakan layanan kurban dan layanan aqiqah yang belum tentu dimiliki aplikasi *Mobile banking* lain. Dengan menggunakan aplikasi mobile banking ini, nasabah akan dapat memanfaatkan berbagai fitur yang ditawarkan dalam aplikasi dan juga dapat mengontrol pengeluaran serta pendapatan. Seperti yang disebutkan sebelumnya aplikasi ini sangat berguna dan sangat membantu dalam melakukan berbagai aktivitas kehidupan sehari-hari. Nasabah juga dapat melakukan transaksi transfer uang dan mengirimkan uang ke nasabah lain dalam waktu singkat.

Nasabah Bank BSI merasa nyaman melakukan pembelian secara online tanpa harus bertemu langsung dengan pembeli atau penjual. Aplikasi mobile BSI dapat diakses kapanpun dan dimanapun melalui ponsel Android maupun iOS. Nasabah Bank BSI menikmati proses transaksi yang cepat dan nyaman kapanpun dan dimanapun, selama koneksi jaringan stabil. Nasabah juga merasa puas karena dapat memberikan kemudahan bertransaksi yaitu meliputi informasi rekening, transfer, pembayaran, pembelian, QRIS, E-mas, tarik tunai,

favorit, layanan islami, berbagi ziswaf, waktu sholat, pembukaan rekening online, pembiayaan dan BSI Keyboard. Dapat melakukan segara transaksi di ATM tanpa harus membawa kartu ATM.

2. Persepsi Nasabah Terhadap Strategi Pemasaran Pada Layanan BSI Mobile

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara, kami menemukan bahwa minat nasabah masih tergolong tinggi. Sebagian besar nasabah menjadikan BSI Mobile sebagai penyedia pilihan mereka untuk melakukan transaksi perbankan. Hal ini dikarenakan nasabah yang telah menggunakan layanan BSI Mobile merasa puas dengan fitur-fitur yang tersedia di BSI Mobile dan merasa didukung. Namun, Bank Syariah Indonesia tetap menyediakan produk alternatif kepada para nasabah selain layanan BSI *Mobile* yaitu *SMS banking* yang lebih ditujukan kepada nasabah yang belum memiliki *smartphone* dan adanya *internet banking* yang lebih ditujukan kepada perusahaan yang bekerja sama dengan pihak Bank BSI KC Jambi atau nasabah dengan dana besar.

Fitur yang tersedia pada BSI Mobile antara lain informasi informasi rekening, tarik tunai, transfer uang, transaksi, dan lokasi cabang Bank BSI terdekat. Nasabah juga dapat melakukan pembelian emas dan aktivasi akun BSI mobile melalui aplikasi. Hal ini tentunya sangat memudahkan nasabah. Yang membedakan BSI Mobile dengan mobile banking lainnya adalah tersedianya layanan bersama seperti zakat, infaq, dan wakaf, selain layanan Islami seperti waktu sholat, lokasi masjid, dan petunjuk arah kiblat. Penggunaan aplikasi BSI mobile ditujukan untuk semua kalangan, sehingga siapapun dapat menggunakannya. Beberapa nasabah percaya bahwa penggunaan BSI Mobile meningkatkan status sosial mereka di komunitas masing-masing.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara, sebagian besar nasabah berpendapat bahwa dengan menggunakan BSI Mobile dapat

meningkatkan status sosialnya, terutama di lingkungan sosialnya, kemudian di kalangan nasabah, dan kemudian di dalam keluarganya. Seiring berkembangnya teknologi, BSI Mobile telah menjadi cara baru dalam bertransaksi perbankan bagi nasabah. Mayoritas nasabah setuju bahwa penggunaan BSI Mobile telah menjadi gaya hidup baru mereka dalam melakukan transaksi perbankan. Saat bertransaksi dengan BSI Mobile, nasabah dikenakan biaya yang merupakan bagian dari pendapatan bank. Semakin banyak orang yang menggunakan BSI Mobile, maka semakin banyak pula pendapatan bank dari aplikasi tersebut. Konsistensi nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI mobile tentunya menjadi keinginan dan tujuan Bank BSI KC Jambi.

Untuk menjaga konsistensi nasabah, bank secara berkala menawarkan program, harga, dan fitur yang menarik nasabah agar tidak bosan saat bertransaksi. Bank berkomitmen untuk memastikan sistem mobile banking yang dimilikinya dengan memberikan pelayanan terbaik dan selalu tersedia bagi nasabah sehingga merasa nyaman dan terdukung saat bertransaksi dengan BSI Mobile dan tidak perlu berpindah ke bank lain sistem mobile banking kami untuk mempertahankan operasi yang baik. Dalam menyikapi pasar dan bersaing dengan kompetitor, BSI KC Jambi, *President of Bank*, mengatakan "*Sebagai bank syariah, kami cukup yakin dengan situasi di wilayah mayoritas muslim, khususnya di wilayah yang mayoritas penduduknya beragama Islam pada kenyataan bahwa Anda memiliki. Saya optimis tidak akan sulit untuk menyebarkan produk Bank BSI KC Jambi ke masyarakat*".

Berdasarkan data yang didapatkan melalui wawancara, hampir seluruh nasabah menyatakan tidak ada paksaan oleh pihak bank karena nasabah tentunya diberikan kebebasan oleh pihak bank terkait penggunaan layanan BSI *Mobile*. Dalam meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan BSI *Mobile*, pihak Bank BSI KC Jambi melakukan berbagai usaha pemasaran sebagai berikut:

1. Bank BSI KC Jambi menawarkan dan menyarankan setiap nasabah yang

membuka rekening dianjurkan untuk mendownload aplikasi *Mobile banking* yakni BSI *Mobile*.

2. Pihak bank akan memperkenalkan apa saja fitur-fitur yang ada di dalam BSI *Mobile*.
3. Pihak bank menyediakan layanan untuk memenuhi kebutuhan nasabah melalui BSI *Mobile* seperti transfer, pembelian-pembelian dan pembayaran, *top up* dompet digital dansebagainya.
4. Pihak bank memberikan informasi mengenai keunggulan transaksi dengan BSI *Mobile*.
5. Pihak bank secara rutin menawarkan program-program, hadiah-hadiah, serta fitur-fitur yang menarik minat masyarakat agar tidak jemu bertransaksi.

Strategi yang ditetapkan pada layanan BSI *Mobile* adalah menguasai pasar melalui media sosial dan memenangkan persaingan pasar dengan mengikuti perkembangan saat ini. BSI *Mobile Banking* sendiri memberikan layanan terbaik kepada nasabahnya dan memungkinkan mereka melakukan transaksi tanpa gangguan. BSI *Mobile* juga memiliki strategi pemasaran yang menggabungkan produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik (7P) yang cukup efektif untuk menarik perhatian pelanggan. Bank juga selalu menawarkan kepada nasabahnya bahwa nasabah BSI atau pengguna bank lainnya dapat membuka rekening tabungan di BSI dan menggunakan BSI *Mobile* yang nantinya akan dibuat oleh bank tersebut. BSI *Mobile Banking* kini juga dapat terhubung dengan *e-commerce*, transaksi *fintech* dan layanan digital lainnya.

Menurut responden 1 yaitu jenis-jenis produk keunggulan yang dihasilkan oleh layanan BSI *Mobile* pada aplikasi BSI *Mobile* seperti Bagi hasil, dan tabungan bisnis dan sebagainya. Menurut responden 2 yaitu BSI *Mobile* mempunyai produk keunggulan seperti pembayaran BPJS, Indihome, top up, dan lainnya. Menurut responden 3 yaitu produk keunggulan yang dihasilkan oleh layanan BSI *Mobile* pada aplikasi BSI *Mobile* transfer dan pembayaran/ top

up online dan lainnya. Menurut responden 4 yaitu fitur dan layanan yang dapat membantu transaksi para nasabahnya. Fitur-fitur tersebut antara lain seperti pengecekan saldo rekening, transfer dana, dan berbagai pembayaran lainnya. Menurut responden 5 yaitu produk e-emas, contohnya untuk memudahkan nasabah dalam cicil emas tanpa harus pergi ke bank, tabungan haji dan bisnis juga demikian.

PENUTUP

Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Persepsi pelanggan terhadap penggunaan BSI Mobile adalah positif. Dengan BSI Mobile, nasabah merasakan kemudahan dan keuntungan sehingga puas dan dapat melakukan transaksi dalam waktu lebih singkat, cepat, akurat dan mudah. Pelanggan menggunakan layanan mobile banking untuk mempermudah transaksi. Mobile banking menyediakan layanan transaksi seperti pembelian pulsa, pembayaran listrik, pembayaran asuransi, dll. Oleh karena itu, pelanggan pengguna tidak perlu khawatir dalam bertransaksi.
2. Strategi pemasaran dan periklanan mendapat tanggapan yang beragam, terutama karena nasabah yang berkunjung ke bank ditawari penggunaan BSI Mobile Banking untuk mempermudah transaksinya, dan ini ditangani langsung oleh bank. Survei juga menemukan bahwa nasabah memiliki persepsi berbeda terhadap harga produk di BSI Mobile Banking. Sebagian responden menyatakan bahwa tarif yang diberikan BSI Mobile masih standar dan relatif murah, sementara sebagian responden lainnya menilai tarif yang dikenakan tinggi karena perbedaan ekonomi pelanggan. BSI juga telah menerapkan sistem pemasaran yang memberikan akses langsung kepada nasabah yang datang untuk membuka rekening tabungan. Bank Syariah

Indonesia (BSI) KC Jambi juga mengadakan promosi berupa hadiah bagi nasabah yang ingin menggunakan aplikasi mobile banking. BSI Mobile mampu meningkatkan loyalitas nasabahnya, khususnya yang menggunakan BSI Mobile di Bank BSI KC Jambi, karena kemudahan transaksi yang ditawarkan bank kepada nasabahnya. Bahkan pelanggan yang tidak menggunakan layanan BSI Mobile tetap menjadi pelanggan setia BSI KC Jambi. Hal ini merupakan hasil dari respon Bank yang akurat dan proaktif terhadap kebutuhan nasabah.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Perbankan Syariah

Bank wajib untuk selalu melakukan sosialisasi secara berkesinambungan melalui pendekatan kepada nasabah, seperti mengunjungi nasabah secara mingguan atau bulanan, terutama yang tinggal di daerah terpencil, dan menyampaikan informasi melalui aplikasi mobile BSI. Hal ini memungkinkan peningkatan sosialisasi dilakukan untuk membangkitkan minat nasabah dan meningkatkan loyalitas terhadap bank. Dalam meningkatkan layanan BSI mobile, sebaiknya perbankan lebih memperhatikan sistem jaringan aplikasi BSI mobile. Saat menyelidiki hambatan dalam penggunaan BSI Mobile melalui survei, temuan paling umum adalah sistem jaringan yang bermasalah. Oleh karena itu, perbankan perlu lebih proaktif dalam mengatasi permasalahan tersebut, terutama dalam mengatasi permasalahan terkait jaringan aplikasi mobile banking untuk menjamin kelancaran transaksi nasabah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya harus dapat menambahkan variabel dan indikator baru pada penelitiannya untuk menciptakan gambaran baru yang lebih

komprehensif mengenai masalah penelitian yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. N. R. 2012. *Lembaga Keuangan Syariah*: Jakarta: Rajawali.
- Andespa, R. 2016. Strategi Industri Perbankan di Sumatera Barat: Pemilihan Segmentasi Pasar untuk Menciptakan Pelayanan yang Memuaskan. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 1(1), 47-62.
- Aniga, S., & Hariyanto, E. 2016. Pengaruh Jenis Nasabah Dan Frekuensi Pencairan Pembiayaan Terhadap Profit Margin Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Sarana Prima Mandiri Pamekasan. *Iqtishadia Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 3(1), 87-99.
- Atmadjati, A. 2018. *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini*. Bandung: Alfabeta.
- Bungin, B. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial & ekonomi: Format-format kuantitatif dan Kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran*. Bandung: Refika Adiama.
- Bungin, P. D. H. B., & Sos, S. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*: Bandung : Alfabeta.
- Cahyani, P. D. 2016. Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 151-162.
- Fadillah, D., Rahmayanti, D., & Syifa, I. F. 2020). Studi Literatur Manajemen dan Risiko Kepatuhan pada Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 17(01), 38-41.
- Faesal, S. 2009. *Penelitian Kualitatif, Dasar-Dasar dan Aplikasinya*. Malang: Yayasan Asih Asah Asuh (Y A3).
- Fatoni, A. 2006. *Metodologi Penelitian dan Penyusunan Skripsi*.
- Fatoni, A., & Sidiq, S. 2019). *Analisis Perbandingan Stabilitas Sistem Perbankan Syariah dan Konvensional di Indonesia*. Ekspansi: Jurnal Ekonomi,

Keuangan, Perbankan, dan Akuntansi, 11(2), 179-198.

- Filomeni, S. & Kok, S. K., 2021. The holding behavior of Shariah financial assets within the global Islamic financial sector: A macroeconomic and firm-based model. *Global FinanceJournal*, 50, 100557
- Ghofur, A. 2017. *Strategi Pemasaran Bank Madina Syariah Bantul Yogyakarta Tahun 2016/2017* (Doctoral dissertation, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Gofur, A. 2019. *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan*. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 37- 44.
- Hamdani, H., Parman, P., & Inna, N. 2019. *Analisis Penyelenggaraan Pasar Sehat TAC Kota Jambi Tahun2019*. Scientia Journal, 8(1), 175-190.
- Hadi, S. 2011. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking.