

PENGUNAAN MOBILE BANKING SEBAGAI UPAYA MEMPERLANCAR TRANSAKSI ELEKTRONIK NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK

Evi Okli Lailani¹⁾, Tannia Regina²⁾

¹⁾Prodi Administrasi Niaga, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ITB Swadharma

²⁾Prodi Teknik Elektro, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ITB Swadharma

Correspondence author: Tannia Regina, tannia.regina300689@gmail.com, Depok, Indonesia

Abstract

Service quality in banking is very important considering it can affect customer satisfaction and loyalty. Many strategies are used by the bank for service quality, including the dimensions of security service quality related to guaranteeing the confidentiality of customer data, the absence of data manipulation, security using Mobile Banking services, the dimensions of speed of Mobile Banking services related to the provider operator network and quality of network maintenance, dimensions of accuracy related to the suitability of information received by customers, clarity of information received, dimensions of trust related to customer trust in using services, banks gain loyalty from customers for Mobile Banking products, and dimensions of education related to the educational process between the two sides of employees and customers regarding the explanation of information about Mobile Banking service products. The quality of BRI Mobile Banking services through the dimensions of security, speed, accuracy, and trust and education has an important role in customer loyalty in using service products from BRI. In fact in the field of security and education to customers is an important priority in the development of Mobile Banking services. Customers need a sense of security when using Mobile Banking transactions and customers need education from BRI as they experience difficulties when operating. BRI makes efforts to protect customers when conducting online transactions. Strategy is centered on security and education. Security and education are considered quite important because the gate makes customers feel safe and gets rewards from the education system. This element can encourage other elements in meeting the needs of BRI customers.

Keywords: mobile banking, electronic transaction

Abstrak

Kualitas layanan di perbankan sangat penting mengingat dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah. Banyak strategi yang digunakan pihak bank untuk kualitas layanan diantaranya dilihat dari dimensi kualitas layanan keamanan yang berhubungan dengan jaminan kerahasiaan data nasabah, ketiadaan manipulasi data, keamanan menggunakan layanan Mobile Banking, dimensi kecepatan layanan Mobile Banking yang berkaitan dengan jaringan

operator provider dan kualitas maintenance jaringan, dimensi keakuratan yang berhubungan dengan kesesuaian informasi yang di terima nasabah, kejelasan informasi yang diterima, dimensi kepercayaan yang berhubungan dengan kepercayaan nasabah menggunakan layanan, bank mendapatkan loyalitas dari nasabah atas produk Mobile Banking, serta dimensi edukasi terkait proses edukasi antar dua belah pihak karyawan serta nasabah terkait penjelasan informasi mengenai produk layanan Mobile Banking. Kualitas layanan Mobile Banking BRI melalui dimensi keamanan, kecepatan, keakuratan, dan kepercayaan dan edukasi mempunyai peranan penting kepada loyalitas nasabah dalam menggunakan produk layanan dari BRI. faktanya di lapangan keamanan dan edukasi kepada nasabah merupakan prioritas penting dalam pengembangan layanan Mobile Banking. nasabah memerlukan rasa aman saat menggunakan transaksi Mobile Banking serta nasabah memerlukan edukasi dari BRI seperti mereka mengalami kesulitan saat pengoprasian. BRI melakukan upaya untuk melindungi nasabah saat melakukan transaksi online. Strategi di pusatkan pada keamanan dan edukasi. Keamanan dan edukasi dirasa cukup penting karena gerbang membuat nasabah merasa aman dan mendapatkan reward dari sistem edukasi. Element ini dapat mendorong elemen-elemen lain dalam mencapai kebutuhan nasabah BRI.

Kata Kunci: mobile banking, transaksi elektronik

A. PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga keuangan yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menyasikan dan mengembangkan perekonomian dan pembangunan nasional. Kegiatan utama dari perbankan adalah menyerap dana dari masyarakat. Hal ini terutama karena fungsi bank sebagai perantara (*intermediary*) antara pihak-pihak kelebihan dan (*surplus of funds*) dan pihak yang memerlukan dana (*lack of funds*). Sebagai *agent of development*, bank merupakan alat pemerintah dalam membangun perekonomian bangsa melalui pembiayaan semua jenis usaha pembangunan, yaitu sebagai *financial intermediary* (perantara keuangan) yang memberikan kontribusi terhadap pendapatan negara.

Dalam Undang-Undang No.10 tahun 1998 tentang perbankan terdapat beberapa perubahan yang memberikan peluang lebih besar bagi pengembangan perbankan syariah. Bank syariah lahir sebagai salah satu alternatif terhadap persoalan bunga

bank, karena Bank syariah merupakan lembaga keuangan perbankan yang beroperasi dan produknya dengan prinsip dasar tanpa menggunakan sistem bunga dengan menawarkan sistem lain yang sesuai dengan syariah Islam.

Hal mendasar yang membedakan antara lembaga keuangan konvensional dengan syariah adalah terletak pada pengembalian dan pembagian keuntungan yang diberikan oleh nasabah kepada lembaga keuangan yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah. Kegiatan operasional bank syariah menggunakan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*). Bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membedakan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karena bunga merupakan riba yang diharamkan. Pola bagi hasil ini memungkinkan nasabah untuk mengawasi langsung kinerja bank syariah melalui monitoring atas jumlah bagi hasil yang diperoleh. Jumlah keuntungan bank semakin besar maka semakin besar pula bagi hasil

yang diterima nasabah, demikian juga sebaliknya. Jumlah bagi hasil yang kecil atau mengecil dalam waktu cukup lama menjadi indikator bahwa pengelolaan bank merosot. Keadaan itu merupakan peringatan dini yang transparan dan mudah bagi nasabah. Berbeda dari perbankan konvensional, nasabah tidak dapat menilai kinerja hanya dari indikator bunga yang diperoleh. Terlebih lagi bank syariah harus bersaing dengan bank konvensional yang dominan dan telah berkembang pesat di Indonesia. Persaingan yang semakin tajam ini harus didukung oleh manajemen yang baik untuk bisa terus bertahan di industri perbankan.

Prinsip inilah yang membedakan secara prinsipil antara sistem operasional bank syariah dengan bank konvensional. Bagi bank konvensional bunga merupakan hal penting untuk menarik para investor menginvestasikan modalnya pada suatu bank. Semakin tinggi tingkat bunganya semakin tertarik para investor menabung. Tingkat suku bunga merupakan unsur utama dalam sistem perbankan konvensional. Bank syariah yang bekerja menggunakan sistem non bunga melalui transaksi dengan menggunakan sistem *profit and loss sharing* yaitu bagi hasil keuntungan dan kerugian yang terjadi ditanggung oleh kedua belah pihak yaitu *mudharib* dan *shahihul maal*.

Pengelolaan manajemen yang baik dalam suatu bank harus berada dalam pengawasan Bank Indonesia. Dalam hal ini peran Bank Indonesia adalah melakukan analisis kinerja yang bertujuan untuk mengetahui atau memantau apakah bank dalam posisi sehat atau tidak, juga mengawasi apakah bank tersebut dalam posisi tidak membahayakan kelangsungan usahanya.

Kondisi kesehatan maupun kinerja bank dapat kita analisis melalui laporan keuangan. Salah satu tujuan dari pelaporan keuangan adalah untuk memberikan informasi bagi para pengguna laporan keuangan untuk pengambilan keputusan.

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No:3/22/PBI/2001 tentang Transparansi Kondisi Keuangan Bank, bank wajib menyusun dan menyajikan laporan keuangan dengan bentuk dan cakupan sebagaimana ditetapkan dalam peraturan Bank Indonesia ini, yang terdiri dari:

1. Laporan Tahunan.
2. Laporan Keuangan Publikasi Triwulan.
3. Laporan Keuangan Publikasi Bulanan.
4. Laporan Keuangan Konsolidasi.

Laporan keuangan yang diterbitkan diharapkan mencerminkan kinerja bank tersebut yang sebenarnya.

Dari informasi yang bersifat fundamental tersebut dapat dilihat apakah bank tersebut telah mencapai tingkat efisiensi yang baik, dalam arti telah memanfaatkan, mengelola dan mencapai kinerja secara optimal dengan menggunakan sumber-sumber dana yang ada. Bank yang memiliki tingkat kesehatan yang baik dapat dikatakan memiliki kinerja yang baik pula. Dengan memiliki kinerja yang baik masyarakat pemodal akan menanamkan dananya pada saham bank tersebut. Hal ini menunjukkan adanya kepercayaan masyarakat bahwa bank tersebut dapat memenuhi harapannya. Bank yang memperoleh dana dari masyarakat akan secara sadar bahwa memiliki tanggung jawab untuk mengelola aktiva serta sumber-sumber dana yang dimiliki secara profesional.

Kondisi teknologi informasi di Indonesia relatif tertinggal dibandingkan dengan negara lain. Ketertinggalan teknologi itu sendiri bisa dilihat dari ketersediaan infrastruktur teknologi informasi, jumlah komputer yang dimiliki perusahaan, atau akses internet. Sedangkan disisi lain aplikasi teknologi internet mengalami pertumbuhan, khususnya di dunia bisnis.

Karena dalam tiga pilarnya salah satunya adalah mengatur dan mengawasi perbankan di Indonesia. Secara tidak langsung Bank Indonesia membangun

kepercayaan masyarakat terhadap perbankan Indonesia dan memberikan jaminan atas kepercayaan masyarakat tersebut. Sehingga membuat masyarakat merasa tenang dan nyaman untuk menjadi nasabah dalam suatu bank.

Meningkatnya persaingan global di sektor perbankan telah memacu perbankan untuk mencari cara inovatif untuk bisa memenangkan persaingan. Dengan demikian, bank telah menggunakan teknologi baru untuk mendefinisikan kembali pandangan tentang perbankan, salah satunya adalah penggunaan internet. Internet berevolusi dari batasan fixed-line menjadi ponsel, perangkat komunikasi seluler seperti telepon seluler, yang dulunya digunakan untuk membuat panggilan, sekarang digunakan untuk melakukan transaksi perbankan yang kemudian dikenal sebagai mobile banking atau m-banking yang telah mengantarkan era baru di sektor perbankan di seluruh dunia. Dengan demikian bank di seluruh dunia telah menggunakan mobile banking sebagai strategi bertahan hidup dalam beberapa dekade terakhir.

Di industri perbankan online, internet banking merupakan salah satu alat yang sedang diadopsi. Pentingnya perbankan online merupakan bagian dari rencana e-commerce. Seperti di Indonesia, perbankan online mulai diterapkan di bank-bank, karena perkembangan teknologi dan informasi memungkinkan banyak bank untuk beralih menggunakan perbankan online sebagai media transaksional dan informasi. Akibatnya, banyak para nasabah bank yang menggunakan transaksi pembayaran dengan menggunakan internet banking. Hal ini dikarenakan banyak keuntungan yang didapat dari perbankan online baik bagi pihak bank maupun konsumen atau nasabah.

Perkembangan teknologi internet ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanan. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di

Indonesia baik bank pemerintah maupun swasta, karena media internet adalah suatu inovasi yang cukup memberi peluang dan menantang dalam pengembangannya. Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi (*electronic transaction*) dalam bentuk internet banking, mobile banking yang berbasis *handphone* (*phone banking*), penggunaan ATM (*Authomatic Teller Machine*), *Credit Card* dan lain sebagainya merupakan keharusan bagi bank-bank di Indonesia untuk merebut pangsa pasar. Saat ini *internet banking* menjadi perhatian utama dan senjata yang revolusioner strategis operasional bank, untuk delivery maupun untuk persaingan antar bank. Layanan *internet banking* adalah elemen penting untuk kelangsungan hidup bank-bank di dunia. Diperkirakan penggunaan internet banking akan mengalami kemajuan yang pesat beberapa tahun ke depan. Berbagai upaya akan dilakukan agar internet banking mampu bertahan di dunia perbankan. Oleh karena itu, hal ini tidak bisa lepas dari peran para konsumen atau pengguna untuk bersedia menggunakan perbankan online. Meskipun perbankan online masih cukup asing bagi orang di Indonesia, tetapi karena adanya perkembangan teknologi dan jumlah pengguna internet yang cukup tinggi, hal ini tidak begitu menjadi kendala. Online banking diperkenalkan sebagai channel dimana nasabah bank dapat melakukan aktivitas finansial perbankan secara elektronik melalui website bank. Nasabah dapat melakukan transaksi non cash setiap saat dengan mudah dan nyaman dengan mengakses melalui komputer (jaringan internet). Inovasi pelayanan perbankan melalui teknologi internet banking diharapkan dapat menekan transactional cost dan antrian yang terjadi di kantor-kantor bank.

Mobile banking (*m-banking*) berarti pengguna mengadopsi terminal bergerak seperti telepon seluler untuk mengakses layanan pembayaran termasuk penyelidikan

akun, transferensi dan pembayaran tagihan yang lebih maju jika dibandingkan dengan perbankan tradisional. Keuntungan utama dari mobile banking adalah kesia-siaan dan kesegeraan yang artinya, *mobile banking* dapat membebaskan pengguna dari keterbatasan waktu dan ruang, dan memungkinkan mereka untuk melakukan pembayaran kapan saja dan dimana saja.

Mobile banking memungkinkan nasabah untuk menerima pesan teks yang menunjukkan saldo akun mereka. Telah diklaim bahwa *mobile banking* telah menyebar ke seluruh dunia dan telah membawa perubahan positif dari persepsi nasabah. Dengan begitu, penggunaan mobile banking mengalami peningkatan dan salah satu bank terkena dampaknya adalah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.

Menurut undang undang No.10 tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan atau bentuk bentuk lainnya dalam rangka menghidupkan taraf hidup rakyat banyak. Bidang usaha bank BRI meliputi:

1. Britama Britama merupakan salah satu jenis tabungan masyarakat di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. yang penyetorannya dapat dilakukan setiap saat serta frekuensi pengambilannya tidak dibatasi sepanjang saldonya mencukupi dan memenuhi syarat-syarat yang ditentukan. Setoran awal pada saat pembukaan Britama minimal sebesar Rp 100.000.
2. Simpedes Simpedes merupakan simpanan yang masuk dalam kelompok tabungan. Simpedes merupakan simpanan masyarakat pedesaan di BRI unit, yang penyetorannya dapat dilakukan setiap saat dan frekuensi penarikannya tidak dibatasi sepanjang saldo mencukupi. Simpedes dikenalkan kepada masyarakat sejak November 1984, yang bertujuan untuk menghimpun dana dari masyarakat guna menunjang sumber

dana kupedes. Setoran awal pada saat pembukaan tabungan Simpedes minimal sebesar Rp,100.000. Produk Simpedes hanya dilayani di kantor BRI unit.

3. Deposito BRI (Depobri)

Deposito BRI (Depobri) merupakan simpanan berjangka yang dikeluarkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu yang telah diperjanjikan antara nasabah penyimpan dengan pihak bank yang bersangkutan.

Fungsi Bank

Fungsi pokok bank umum yaitu:

1. Menyediakan mekanisme dan alat pembayaran yang lebih efisien dalam kegiatan ekonomi.
2. Menciptakan uang.
3. Menghimpun dana dan menyalurkannya kepada masyarakat.
4. Menawarkan jasa-jasa keuangan lainnya.

E-Banking

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005) *E-Banking* dapat didefinisikan sebagai jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui elektronik, saluran komunikasi interaktif. *E-Banking* meliputi sistem yang memungkinkan nasabah bank, baik individu ataupun bisnis untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau publik, termasuk internet. Nasabah dapat mengakses *E-Banking* melalui piranti pintar elektronik seperti komputer/PC, laptop, PDA, ATM atau telepon. Sesuai dengan peraturan Bank Indonesia No. 5/8/PBI/2003 tanggal 19 Mei 2003 tentang penerapan manajemen resiko bank bagi bank umum (Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 2003 Nomor 56, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4292) serta keputusan direksi Bank Indonesia Nomor 27/164/KEP/DIR tanggal 31 maret tentang

penggunaan teknologi system informasi oleh bank, maka pelaksanaan internet banking diatur oleh Bank Indonesia melalui Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 6/18/DPNP tanggal 20 April 2004. Berdasarkan Surat Edaran Bank Indonesia Nomor : 6/18/DPNP tentang penerapan manajemen resiko pada aktifitas layanan jasa bank melalui internet, sehingga pendirian dan kegiatan internet-only bank tidak diperkenankan.

B. METODE PENELITIAN

Dalam pengumpulan data dan bahan untuk melakukan penelitian ini, digunakan metode-metode pengumpulan data sebagai berikut:

Metode Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka (*Library Research*)
Penelitian yang dilakukan ke perpustakaan beberapa buku-buku ilmiah dan tulisan-tulisan yang berhubungan dengan pembahasan yang dilakukan.
2. Studi Lapangan (*Field Research*)
Penelitian yang langsung objek penelitian di pilih untuk meneliti hasil data primer. Penelitian langsung ke lapangan ini akan dapat membantu penulis untuk melengkapi data yang diperlukan. Adapun cara riset lapangan ini adalah dengan mewawancarai pihak-pihak yang berkepentingan dalam hal ini adalah perusahaan atau instansi terkait.

Metode Analisis Data

Dalam menganalisa data, penulis menggunakan analisis data Kualitatif sebagai metode penelitian yang menjelaskan secara Deskriptif mengenai Penerapan *mobile banking* sebagai upaya emperlancar transaksi elektronik nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Metode analisis ditinjau dari dua praktek yang perlu diterapkan, sehingga dapat diketahui sejauh mana pelaksanaannya. Apakah perbedaan yang timbul menyangkut prinsip dasar

konsep itu sendiri, pertanyaan itu akan terjawab selanjutnya dari hasil analisa itu digunakan sebagai dasar pengambilan kesimpulan dan saran.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. memberikan kebijakan baru yaitu menaikkan limit transaksi harian dan program menarik buat penggunaannya. Ini dilakukan untuk mendukung beragam aktivitas dari rumah terutama transaksi finansial. Saat ini BRI sudah menerapkan perubahan limit tersebut. Langkah ini dilakukan agar masyarakat lebih nyaman melakukan transaksi lewat *e-banking* dari rumah sekaligus mendukung kebijakan pemerintah mengenai *physical distancing*.

Kenaikan limit tersebut bergantung dari varian jenis kartu yang dimiliki nasabah (*classic, gold, dan platinum*). Pada akhir Maret 2020, transaksi *internet banking* BRI diproyeksikan meningkat hingga 38% dibandingkan bulan Februari 2020.

Agar masyarakat semakin betah bertransaksi online dari rumah dan mendapatkan keuntungan, Bank BRI juga memberikan kebijakan dengan mengadakan program program menarik, transaksi ini antara lain, diskon dan potongan hingga 50% di berbagai *e-commerce*. Tak hanya itu, untuk meningkatkan kepedulian dalam mengurangi transaksi tunai, Bank BRI bekerja sama dengan Gojek untuk menggratiskan biaya top up Gopay yang dilakukan melalui semua layanan BRI, baik lewat *mobile banking, internet banking/BRI*mo ataupun di ATM BRI yang saat ini jumlahnya lebih dari 23.000 mesin.

Dengan adanya kebijakan tersebut, Bank BRI juga terus mengimbau masyarakat untuk bertransaksi nontunai melalui *channel* layanan yang di sediakan.

Memperlancar Transaksi Nasabah

Mobile Banking (M-banking) adalah sebuah sistem yang diciptakan oleh bank

untuk nasabah agar dapat melakukan sejumlah aktivitas perbankan melalui ponsel/ *Smartphone*. Penggunaan fasilitas *Mobile Banking* membutuhkan nasabah untuk terkoneksi dengan internet di *Smartphonenya*. Nasabah juga perlu mengunduh (*download*) terlebih dahulu aplikasi *Mobile Banking* dari bank di *app-store Smartphone*. Serupa dengan *Internet Banking*, *mobile banking* juga akan terkait dengan rekening nasabah untuk melakukan transaksi perbankan.

Walaupun *sepintas mobile banking* kelihatan serupa dengan *phone banking/ SMS banking*. Namun sebenarnya *mobile banking* memiliki fitur yang lebih luas dari pada *SMS banking*. Fitur layanan dari *mobile banking* tidak jauh berbeda dengan *Internet Banking*, karena *mobile banking* sebenarnya bagian dari *Internet Banking* yang melalui *Smartphone*.

Mobile banking dapat memperlancar transaksi nasabah karena dengan *Mobile Banking*, nasabah dapat menikmati kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan secara bebas tanpa batas ruang dan waktu. Layanan yang luas dan cakupan yang *global* juga membuat *Mobile Banking* lebih ekonomis dibandingkan transaksi secara konvensional (kunjungi bank langsung).

Meningkatkan Jumlah Nasabah

Dalam meningkatkan jumlah nasabah, Bank BRI memiliki beberapa cara diantaranya:

1. Strategi Produk
Strategi produk yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. ini disesuaikan dengan target market yang ditentukan.
2. Strategi Harga
Dukungan *mobile banking* harga yang lebih murah namun menghasilkan kepuasan yang tinggi bagi nasabahnya yaitu hanya dengan Rp 500/transaksinya.
3. Strategi Lokasi

Mengadakan *talkshow* dan mengadakan kegiatan sehubungan dengan pengadaan *Mobile Banking* di setiap outlet dan kantor BRI, Iklan dikoran dan radio, *Mobile Banking* ikut serta dalam outlet- outlet atau *open table*, Sosialisasi kepada nasabah pada pembukaan tabungan baru.

4. Strategi Promosi

Strategi promosi yang dilakukan BRI yaitu menggunakan sistem jempot bola yakni terjun langsung kepada masyarakat.

Dalam rangka mengembangkan pertumbuhan ekonomi masyarakat, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. menyediakan beberapa macam produk jasa. Salah satu diantaranya adalah penyediaan layanan e-banking kepada setiap masyarakat yang membutuhkan dan memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan oleh bank.

Karena banyaknya variasi browser internet yang ada, sulit untuk menyediakan internet banking yang mengikuti keamanan masing-masing browser. Saat ini BRI hanya menyediakan sarana internet banking yang lebih cocok diakses dengan menggunakan Microsoft Internet Explorer versi 7 ke atas, Mozilla Firefox versi 2.0.0 ke atas atau Safari versi 4.0.3 ke atas. Kebijakan yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang dalam melakukan aktivitas registrasi Internet banking adalah sebagai berikut:

A. Syarat Pendaftaran Internet Banking

1. Untuk menggunakan layanan Internet banking BRI pastinya nasabah terlebih dahulu harus menjadi nasabah BRI dengan cara membuka rekening disana.
2. Telah memiliki ATM BRI.
3. Memiliki ponsel dengan nomor operator partner BRI (telkomsel, indosat, xl, mobile-8 dll).
4. Nasabah memiliki email untuk menerima pemberitahuan setiap transaksi yang dilakukan.(selain verifikasi mtoken ke ponsel).

B. Langkah Pendaftaran

1. Daftar melalui *Customer Service* Pendaftaran dan aktivasi internet banking BRI bisa dilakukan melalui ATM atau langsung pergi ke kantor BRI terdekat dan mendaftar ke *Customer Service*. Nasabah harus membawa ponsel serta nomor yang akan didaftarkan untuk mToken. Nantinya nasabah akan menerima sms verifikasi untuk aktivasi sms banking.
 2. Daftar melalui mesin ATM
 - a. Pergi ke ATM dan masukan ATM kemudian masukan password/PIN
 - b. Pilih menu Lainnya.
 - c. Kemudian pilih menu registrasi.
 - d. Selanjutnya pilih menu *Internet Banking*.
 - e. Kemudian nasabah akan diperintahkan memasukan password baru untuk layanan internet banking berjumlah 6 digit. (password boleh berbeda dengan password ATM).
 - f. Kemudian nasabah akan diminta mengulang password yang anda masukan tadi sekali lagi.
 - g. Apabila pendaftaran internet banking berhasil maka mesin ATM akan memunculkan *USER ID* internet banking nasabah kemudian di cetak di struk yang berisi *USER ID* dan *Password*. Umumnya *USER ID* berupa gabungan nama dan angka tanggal lahir nasabah.
 - h. Selanjutnya jangan lupa untuk mengingat/menyimpan informasi yang di cetak tadi bisa di note hp atau catatan lainya sekiranya tidak lupa.
- ## C. Cara menggunakan Internet Banking BRI
- Untuk mengakses layanan internet banking BRI anda bisa membuka situnya yaitu di <https://ib.bri.co.id>.
1. Masukan *USER ID* dan password yang di dapat dari ATM tadi kemudian klik tombol masuk.
 2. Setelah masuk nasabah akan dihadapkan dengan halaman syarat dan ketentuan layanan Internet Banking BRI, baca dan pelajari. Jika anda setuju silahkan klik tombol setuju.
 3. Kemudian nasabah diarahkan untuk merubah password dari mesin ATM tadi dan diminta memasukan email.
 4. Sampai disini nasabah telah berhasil melakukan pendaftaran internet banking BRI. Perlu diketahui sampai pada tahap tersebut nasabah hanya bisa menggunakan layanan internet banking untuk melakukan cek saldo dan pemindah bukuan saja. Nasabah belum bisa melakukan transfer, pembayaran, dan sejenisnya sampai nasabah mengaktifkan mToken.

D. Aktivasi m-Token BRI

Untuk melakukan aktivasi dan Mendapatkan mToken BRI nasabah harus pergi ke kantor BRI untuk menemui *Customer Service* dengan membawa foto copy KTP, buku tabungan, ATM, dan hp dengan nomor ponsel utama nasabah yang akan di jadikan mToken.

BRI menggunakan 3 (tiga) lapis sistem pengamanan untuk melindungi akses dan transaksi Anda di internet banking BRI yaitu:

a. *Secure Socket Layer (SSL)*

SSL adalah teknologi pengamanan yang mengacak jalur antar komputer sehingga tidak dapat dibaca oleh pihak lain.

b. User ID dan Password

c. m-Token BRI mToken adalah teknologi pengamanan tambahan yang selalu menghasilkan password yang berbeda setiap kali digunakan.

D. PENUTUP

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Dalam Prosedur penggunaan *Mobile Banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., layanan penggunaan yang diperoleh nasabah bank mengizinkan para nasabah untuk mengakses akun bank mereka melalui aplikasi *Mobile Banking* BRI pada *smartphone*. Secara khusus *mobile banking* berdampak positif bagi bank itu sendiri, nasabah dan operator telepon seluler. Dampaknya adalah memberikan keuntungan dimana bank mendapatkan lebih banyak lagi nasabah dan mendapatkan kepercayaan diri nasabah. Untuk nasabah sendiri, mereka mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank karena adanya *Mobile Banking* akan semakin mempermudah para nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.
2. Strategi memperlancar transaksi elektronik nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. 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 yang ditawarkannya kegiatan ini bank berusaha untuk mempromosikan layanan dan jasa yang dimiliki baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank beserta produk-produk yang dimiliki. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh dan menarik dalam mempertahankan nasabahnya, banyak produk dan layanan jasa yang diawarkan oleh bank dalam memberikan pelayanan yang terbaik, seperti tabungan,

giro, deposito, transfer, payment point, m-Banking, sms Banking dan masih banyak lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Dalam Prosedur penggunaan *Mobile Banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Hendaknya memberikan cara yang lebih mudah lagi dalam mendapatkan layanan tersebut tanpa melalui beberapa aktivasi melainkan langsung ada dalam layanan *smartphone* saat nasabah melakukan pembukaan rekening yang mencantumkan nomor telepon, nasabah yang awam cara tersebut sangat efektif. Hendaknya memberikan pelayanan yang lebih praktis lagi dengan cara telepon *Mobile Banking* dengan menyebutkan nomor telepon.
2. Strategi memperlancar transaksi nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. hendaknya melakukan promosi secara bertahap untuk mengetahui perkembangan yang telah berlangsung dalam pelaksanaan layanan *Mobile Banking*. Misalnya: Melakukan promosi setiap akhir bulan atau akhir periode disetiap outlet tertentu.
3. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. mengadakan talkshow dan mengadakan kegiatan sehubungan dengan pengadaan *Mobile Banking* di setiap outlet dan kantor BRI, Iklan dikoran dan radio mengenai *Mobile Banking* BRI, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. ikut serta dalam outlet-outlet atau open table tentang *Mobile Banking*, Sosialisasi kepada nasabah pada pembukaan tabungan baru.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Astuti Santi Dwi. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan

Layanan Internet Banking Di Bank Bukopin. Skripsi Pada Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Telkom.

Griffin. 2005. Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan (Terjemahan). Jakarta. Erlangga.

Kasmir. 2010. Dasar-Dasar Perbankan. Jakarta. Grafindo.

Kotler, Philip and Keller, Kevin. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Erlangga.

Lukitasari, Fakhri. 2011. Analisis EBanking Dalam Meningkatkan Jasa Dan Layanan Perbankan Di Bank Tabungan Negara KCP Sukoharjo. Tugas Akhir Pada Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.

Lupiyoadi. 2004. Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek. Edisi Pertama. Jakarta. Salemba Empat.

Putri Novita Dwi. 2010. Faktor-Faktor Customer Relationship Management Yang Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank BRI Unit Duren Jaya Bekasi.

Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek. Edisi Pertama. Jakarta. Salemba Empat.

Tjiptono, Fandi. 2005. Pemasaran Jasa. Edisi 1. Malang. Bayumedia

Tjiptono, Fandi. 2006. Manajemen Jasa. Yogyakarta. Andi.

Zakaria, Aziz. 2012. Analisis Pengaruh Penerapan Internet Banking Terhadap Kinerja Perbankan Di Indonesia. Skripsi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.