



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK *MOBILE MASLAHAH* (STUDI
KASUS BANK BANTEN JAWA BARAT SYARIAH KCP CILEDUG KOTA
TANGERANG)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi
Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Perbankan Syariah

Disusun oleh :

Nama : **RIZKY ROMADHON**

NPM : **2015570046**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**

1440 H/2019 M

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “**Strategi Pemasaran Produk *Mobile Masalah* (Studi Kasus pada Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug Kota Tangerang)**” yang disusun oleh **Rizky Romadhon, Nomor Pokok Mahasiswa: 2015570046** Program Studi Manajemen Perbankan Syariah disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta, 28 Februari 2019 M

Pembimbing



Dina Febriani S.E, M.M

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizky Romadhon
NPM : 2015570046
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Agama Islam
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk *Mobile Masalah* (Studi Kasus pada Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug Kota Tangerang)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul di atas secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan. Apabila ternyata di kemudian hari terbukti skripsi saya merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan ketentuan undang-undang dan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Jakarta ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tidak ada paksaan.

Jakarta, 23 Jumadil tsani 1440 H
28 Februari 2019 M

Yang Menyatakan



Rizky Romadhon

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI






Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk *Mobile Maslahah* (Studi Kasus pada Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug Kota Tangerang)” yang disusun oleh Rizky Romadhon, Nomor Pokok Mahasiswa: 2015570046. Telah diujikan pada hari/tanggal: Kamis, 28 Februari 2019. Telah diterima dan disahkan dalam sidang skripsi (Munaqasyah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,



Rini Fatma Kartika, S.Ag, M.H

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Rini Fatma Kartika, S.Ag, M.H</u> Ketua		13/02 2019
<u>Drs. Tajudin, M.A</u> Sekretaris		11-03-2019
<u>Dina Febriani, S.E, M.M</u> Dosen Pembimbing		13/3 2019
<u>Dr. Oneng Nurul Bariyah, M.Ag</u> Anggota Penguji I		11-03-2019
<u>Drs. Anshori, M.A</u> Anggota Penguji II		12-3-2019

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Program Studi Manajemen Perbankan Syariah

Skripsi 28 Februari 2019

Rizky Romadhon

2015570046

Strategi Pemasaran Produk *Mobile Maslahah* (Studi Kasus pada Bank Banten Jawa Barat Syariah, KCP Ciledug Kota Tangerang)

XI+ 73 Halaman + 11 Lampiran

ABSTRAK

Layanan *Mobile Banking* merupakan salah satu bentuk inovasi yang dikeluarkan oleh pihak perbankan untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi. Namun dalam sosialisasi yang dilakukan kepada nasabah sering kali terdapat adanya masalah ketidakefektifan dalam penyusunan strategi yang dirancang oleh pihak perbankan. Salah satunya permasalahannya masih banyak nasabah yang masih belum tau sehingga mengakibatkan belum percaya sepenuhnya untuk menggunakan layanan *Mobile Banking* dalam bentuk keamanan data mereka salah satunya yang terjadi di Bank Banten Jawa Barat KCP Ciledug melalui layanan *Mobile Maslahah*.

Tujuan penelitian ini diadakan untuk mengetahui seberapa efektif sosialisasi layanan *Mobile Maslahah* dalam penerapannya kepada nasabah Bank Jawa Barat Banten Cabang Ciledug. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dan hasil wawancara serta studi dokumen sebagai penguat hasil penelitian penulis. Tentu dalam skripsi yang penulis susun akan menjabarkan secara terperinci terkait penyusunan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Banten Jawa Barat KCP Ciledug untuk mensoalisasikan layanan *Mobile Maslahah* yang disesuaikan dengan teori pemasaran dari Philip Kotler yaitu segmentasi, *targeting*, *positioning* dan *marketing mix*.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, *Mobile Maslahah*.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat hidayah dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang ditentukan sebagai persyaratan mutlak untuk kelulusan pendidikan Sarjana Satu Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Tidak sedikit kendala yang dihadapi oleh penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini, namun karena bimbingan serta arahan dari berbagai pihak baik berbentuk moril maupun non moril, kendala tersebut menjadi tidak berarti. Untuk itu penulis mengucapkan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Syaiful Bahri, S.H, M.H, Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Rini Fatma Kartika, S.Ag, M.H, Dekan Fakultas Agama Islam Univeritas Muhammadiyah Jakarta.
3. Nurhidayat, S.Ag, M.M, Ketua Prodi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
4. Dina Febriani, S.E, M.M, Dosen Pembimbing penulis yang telah mencurahkan segala waktu dan ilmunya selama dalam proses bimbingan.
5. Ruly Akmal Nugraha, *Supervisor Operasional* dan seluruh jajaran di Bank Jawa Barat Banten Cabang Ciledug yang telah membantu memberi izin sebagai tempat penelitian dan memberi dukungan data.
6. Seluruh pegawai Bank Jawa Barat Banten Cabang Ciledug terkhusus *Customer Service, Teller Dan Security* yang telah menjadi bahan observasi penelitian penulis. Tanpa bantuan mereka maka mustahil skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, yang telah memberikan pelayanan serta ilmunya dalam proses belajar untuk merengkuh gelar sarjana.

8. Orang tua penulis yaitu Joko Sutrisno dan Suci yang telah memberikan dorongan moril dan dorongan materil sehingga memperlancar keberhasilan studi.
9. Teman-teman dari Manajemen Perbankan Syariah Kelas B 2015, Badan Eksekutif Mahasiswa periode 2018/2019 serta Himpunan Mahasiswa Prodi Manajemen Perbankan Syariah periode 2017/2018, terimakasih atas segala ilmunya dan motivasinya selama bangku sampai dengan skripsi dapat terselesaikan.
10. Maulvi Ramadhani yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan memberikan dorongan moril dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

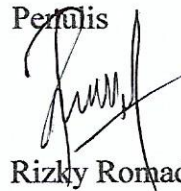
Atas segala bantuan dan bimbingan serta kerjasama yang baik yang telah diberikan selama penulisan skripsi ini, maka penulis mengucapkan terimakasih dan hanya dapat memanjatkan doa semoga kebaikan tersebut dibalas dengan pahala yang berlipat ganda dan meruapakan suatu amal kebaikan disisi Allah SWT.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini pula masih terdapat kekurangan-kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak.

Akhir kata penulis berharap agar upaya ini dapat mencapai maksud yang diinginkan dan dapat menjadi tulisan yang berguna bagi semua pihak.

Tangerang Selatan. 12 Maret 2019

Penulis



Rizky Romadhon

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang masalah.....	1
B. Fokus dan Sub Fokus Penelitian.....	7
C. Perumusan Masalah.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Deskripsi Konseptual Fokus dan Sub Fokus Penelitian

1. Strategi Pemasaran

- a. Pengertian Strategi 10
- b. Pengertian Pemasaran..... 11
- c. Pengertian Strategi Pemasaran..... 12

2. Strategi Pemasaran Bank

- a. Langkah-langkah Strategi Pemasaran..... 14
- b. Tujuan Pemasaran Bank..... 16

3. *Mobile Banking*

- a. Pengertian *Mobile Banking*..... 17
- b. Sejarah dan Perkembangan *Mobile Banking*..... 19
- c. Keunggulan *Mobile Banking*..... 21
- d. Kekurangan *Mobile Banking*..... 23
- e. Dampak Penerapan *Mobile Banking* 24

4. *Mobile Masalah*

- a. Pengertian *Mobile Masalah*..... 25
- b. Keunggulan *Mobile Masalah*..... 25
- c. Fitur *Mobile Masalah*..... 26
- d. Syarat dan Ketentuan *Mobile Masalah* 26
- e. Spesifikasi *Mobile Masalah*..... 27

f. Registrasi <i>Mobile Masalah</i>	27
g. Aktivasi <i>Mobile Masalah</i>	28
h. Tips Aman Menggunakan <i>Mobile Masalah</i>	29
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian.....	32
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
C. Latar Penelitian.....	32
D. Metode dan Prosedur Penelitian.....	33
E. Data dan Sumber Data.....	35
F. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data.....	36
G. Teknik Analisis Data.....	38
H. Validitas Data.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug Kota Tangerang.....	42
B. Hasil Temuan Penelitian	
1. Strategi Pemasaran Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug dalam Produk <i>Mobile Masalah</i>	62

C. Pembahasan Temuan Penelitian

1. Strategi Pemasaran Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP

Ciledug dalam Produk *Mobile Masalah*64

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan..... 71

B. Saran.....72

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN.....

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1	Pengakses Internet Di Indonesia.....	2
GAMBAR 4.1	Layanan Informasi Saldo dan Produk pada Mobile Maslahah	53
GAMBAR 4.2	Layanan Transfer pada Mobile Maslahah.....	54
GAMBAR 4.3	Layanan Pembayaran pada Mobile Maslahah.....	55
GAMBAR 4.4	Layanan Pembelian pada Mobile Maslahah	56
GAMBAR 4.5	Layanan Admin pada Mobile Maslahah.....	57
GAMBAR 4.6	Tampilan Layanan Transaksi pada Mobile Maslahah.....	67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan salah satu perusahaan yang mengadopsi teknologi informasi terbesar diantara perusahaan lainnya baik efisiensi manajemen internal ataupun untuk kepentingan nasabah. Hal tersebut membuat industri perbankan dituntut untuk dapat menerapkan teknologi informasi dalam setiap produknya, yang saat ini lebih dikenal dengan istilah *Elektronik Banking (E-Banking)*.¹

Elektronik Banking sendiri mempunyai beberapa jenis dalam tujuannya untuk memenuhi seluruh aspek kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat seperti *Mobile Banking, SMS Banking* Dan *Internet Banking*.

Untuk mensosialisasikan semua bentuk produk perbankan tersebut, industri perbankan harus dapat memperhatikan beberapa unsur-unsur yang terdapat di dalam sebuah pemasaran. Salah satu unsur yang biasa digunakan pihak marketing perbankan dalam mensosialisasikan semua produk yang mereka miliki yaitu unsur bauran pemasaran.

¹ Muhammad Yusuf S.Barusman, "Pemanfaatan *E-Banking* Dalam Industri Perbankan Dari *Structure-Conduct-Performance Paradigm* Di Indonesia", Dalam *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 1, No.1, 2010, h 3-4

Bauran pemasaran sendiri mempunyai arti yaitu sebuah alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan dengan baik.²

Oleh karena itu dengan seiring berjalannya sebuah produk perbankan yang disematkan dengan sebuah teknologi, maka banyak lembaga survey yang melakukan penelitian atas hal penggunaan teknologi yang dilakukan oleh masyarakat. Hal ini penting dilakukan agar sebuah teknologi yang diciptakan dapat diharapkan untuk berjalan beriringan sehingga terus memenuhi kebutuhan masyarakat terkait keuangan mereka yang dipermudah dengan akses teknologi yang memadai.



² Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba 4, 2013), h.70

(Sumber: inet.detik.com)

Gambar 1.1

Pengakses Internet di Indonesia

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social* yang bekerjasama dengan *Hootsuite*, menyebutkan bahwa total populasi Indonesia mencapai 265,4 juta jiwa, sedangkan pengguna internetnya setengah dari populasi, yakni sebesar 132,7 juta.³

Sedangkan untuk jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan tembus 175 juta pada 2019, atau sekitar 65,3% dari total penduduk 268 juta. Peningkatan pengguna internet terutama ditopang oleh semakin meluasnya penggunaan ponsel pintar (smartphone).⁴

Hal tersebut membuat perbankan dituntut untuk segera menyusun strategi yang tepat untuk mensosialisasikan produk yang berbasis teknologi kepada nasabah. Dikarenakan saat ini hal tersebut digunakan sebagai persaingan oleh semua pihak perbankan untuk mempertahankan nasabah sebagai fasilitator keuangan mereka.

³ Agus Tri Haryanto, "130 Juta Orang Indonesia Tercatat Aktif di Medsos", diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos>, pada tanggal 12 Januari 2019 Pukul 14:29

⁴ Abdul Muslim, "2019, Pengguna Internet Tembus 175", diakses dari <https://id.beritasatu.com/telecommunication/2019-pengguna-internet-tembus-175-juta/184148>, pada tanggal 26 Januari 2019 pukul 20:28.

Dalam usaha memenangkan persaingan tersebut, maka Bank Jawa Barat Banten Syariah juga mulai bersaing dan berupaya untuk mengembangkan dan mengenalkan produk mereka yang berbasis teknologi yaitu *Mobile Banking*.

Mobile Banking pada Bank Jawa Barat Banten Syariah sendiri memang dikeluarkan sebagai salah satu produk unggulan di bank tersebut, dalam hal penamaan pula terdapat hal yang menonjol yaitu *Mobile Masalah*. Penamaan tersebut diyakini mempunyai tujuan untuk memperluas akses layanan bank tanpa kantor dan juga sebagai alat untuk memperluas pangsa pasar mereka sebagai lembaga fasilitator keuangan bagi masyarakat.⁵

Selain itu dalam kemunculannya, segala transaksi nasabah dalam *Mobile Banking* dapat dilakukan dimana saja, dibelahan bumi manapun, selama masih ada jaringan layanan data dan dapat berakses. Transaksi dapat dilakukan 24 jam serta *real-time*.⁶

Dengan pernyataan tersebut, pihak Bank Jawa Barat Banten Syariah berusaha untuk membangun dan menjaga hubungan atau ikatan jangka panjang dengan nasabahnya melalui mudahnya akses bagi nasabah untuk melakukan aktivitas transaksi mereka seperti menabung dan mengambil uang agar tidak terhambat oleh mengantri, harus datang ke bank dan istilah

⁵ Lingga Permesti, "*BJB Syariah Luncurkan Layanan 3 in 1*", diakses dari <https://republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/13/10/23/mv4a9p-bjb-syariah-luncurkan-layanan-3-in-1-masalah> pada tanggal 28 Februari 2019 Pukul 17:01

⁶ Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan* (Yogyakarta: ANDI, 2017), h.65

lainnya. Selain itu kemudahan untuk tidak membawa uang *cash* secara berlebihan bagi nasabah adalah salah satu cara untuk mengurangi tingkat kejahatan yang sering kali terjadi jika nasabah masih saja dituntut untuk mendatangi *counter* bank hanya sekedar untuk bertransaksi.

Akan tetapi jika tidak diimbangi dengan proses sosialisasi yang tepat kepada nasabah, maka layanan *Mobile Maslahah*. ini serasa kurang menguntungkan bagi pihak Bank Jawa Barat Banten Syariah dikarenakan tidak semua masyarakat memiliki pengetahuan yang lebih akan sebuah kemajuan teknologi sehingga diperlukan kembali sebuah bauran pemasaran yang tepat agar dampak kemajuan teknologi ini dapat digunakan oleh seluruh lapisan nasabah tanpa terkecuali.

Selain itu di dalam proses pengembangan diharuskan setiap perbankan memiliki software yang matang agar memang tidak mengganggu mobilitas nasabah dalam penggunaan jasa perbankannya dan tidak tembus dengan perbuatan *fraud* oleh pihak luar.

Fraud sendiri mempunyai arti tindakan penyimpangan atau pembiaran yang sengaja dilakukan untuk mengelabui, menipu atau memanipulasi bank, nasabah, atau pihak lain, yang terjadi di lingkungan Bank dan/atau menggunakan sarana Bank sehingga mengakibatkan bank, nasabah, atau pihak lain menderita kerugian dan/atau pelaku *fraud*

(kecurangan) memperoleh keuntungan baik secara langsung maupun tidak langsung.⁷

Oleh karena itu dengan adanya layanan *Mobile Maslahah* ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi pihak perbankan dalam strategi pemasarannya untuk dapat bersaing dengan perbankan lainnya dalam hal menarik sebanyak-banyaknya nasabah yang sebagaimana dalam salah satu ayat Al-Qur'an yaitu surah Al-Insyirah ayat 5:⁸

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya di dalam kesukaran ada sebuah kemudahan“.

Dengan berbagai pernyataan tersebut, untuk meningkatkan jumlah nasabah melalui sosialisasi produk *Mobile Maslahah* maka sangat penting bagi saya untuk melakukan sebuah penelitian yang diberikan judul **STRATEGI PEMASARAN PRODUK *MOBILE MASLAHAH* (STUDI KASUS BANK BANTEN JAWA BARAT KCP CILEDUG KOTA TANGERANG).**

⁷ Surat Edaran Bank Indonesia no 13/28/DPNP Tentang *Penerapan Strategi Anti Fraud*, Pasal 1 Ayat 2

⁸ Kementerian Agama, *Terjemah Al-Qur'an Al-Karim* (Semarang: CV. Asy-Syifa, 2017). h. 478

B. Fokus dan Subfokus Penelitian

Berdasarkan atas latar belakang yang telah di paparkan, sehingga dapat diidentifikasi bahwa fokus dalam penelitian ini adalah dengan banyaknya pihak perbankan yang mengeluarkan produk *Mobile Banking*, maka diperlukan sebuah strategi khusus di setiap perbankan kepada nasabahnya seperti salah satunya yang dilakukan oleh Bank Banten Jawa Barat Syariah dalam produk *Mobile Maslahah* agar dapat menambahkan kepercayaan mereka kepada pihak perbankan sebagai fasilitator keuangan mereka dan bersaing dengan produk *Mobile Banking* lainnya.

Dengan fokus penelitian berikut maka diperlukan adanya sub fokus penelitian agar terarah dan tekonsentrasi ke dalam satu hal yaitu penyusunan strategi pemasaran yang dilakukan Bank Banten Jawa Barat Syariah yang lebih terkonsentrasi hanya kepada KCP Ciledug saja. Selain itu dalam strategi pemasarannya, peneliti menghubungkannya dengan teori pemasaran dari Philip Kotler yaitu segmentasi, *targeting*, *positioning* dan *marketing mix*.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan fokus dan subfokus penelitian yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

Bagaimana strategi yang dilakukan oleh Bank Jawa Barat Banten Syariah KCP Ciledug dalam memasarkan layanan *Mobile Maslahah* kepada nasabah?

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini terdapat manfaat teoritis dan manfaat praktis yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian tersebut dapat menambah ilmu sekaligus informasi terkait strategi yang dilakukan oleh pihak Bank Jawa Barat Banten Syariah KCP Ciledug dalam memasarkan layanan *Mobile Maslahah* kepada nasabahnya.

2. Manfaat Praktis

Dari penelitian yang dibuat oleh penulis tentunya diharapkan bagi pembaca dapat memberikan kontribusi atau saran kepada Bank Jawa Barat Banten Syariah KCP Ciledug terkait bentuk sosialisasi dan pemasaran yang baik serta bentuk software yang baik pula untuk menghindari kasus *fraud*. Dengan demikian baik itu dari pihak Bank Jawa Barat Banten Syariah KCP Ciledug dapat menjadikannya sebagai acuan dalam mengatasi masalah tersebut sehingga menjadi lebih baik.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas hasil penelitian yang penulis lakukan, maka penulis uraikan materi-materi pada laporan skripsi yang penulis

susun ke dalam kelompok sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan yang mendeskripsikan mengenai latar belakang masalah, fokus dan subfokus penelitian, perumusan masalah, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan teori atau tinjauan kepustakaan yang menguraikan terkait penjelasan mengenai arti dari strategi pemasaran, Strategi Pemasaran Bank, *Mobile Banking* dan *Mobile Masalah*.

Bab III: Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian skripsi ini diantaranya mendeskripsikan dari tujuan penelitian, tempat dan waktu penelitian, latar penelitian, metode dan prosedur penelitian, data dan sumber data, teknik dan prosedur pengumpulan data, teknik analisis data dan validitas data.

Bab IV: Hasil penelitian dan pembahasan yang menguraikan gambaran umum dari objek penelitian yaitu Bank BJB Syariah KCP Ciledug dan temuan analisis serta pembahasannya terkait masalah yang dibicarakan dalam penelitian ini yaitu strategi Bank BJB Syariah Cabang Pembantu Ciledug dalam memasarkan layanan *Mobile Masalah* yang dikorelasikan dengan teori strategi pemasaran dari Philip Kotler.

Bab V: Kesimpulan dari permasalahan yang menjadi topik pembicaraan dan diakhiri dengan saran sebagai bahan masukan serta penutup.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Deskripsi Konseptual Fokus Dan Subfokus Penelitian

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi

Strategi sendiri berasal dari bahasa Yunani yaitu Strategia (Stratos = militer, ag= memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. ¹ Selain itu dapat juga diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana suatu perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.² Strategi merupakan daya kreatifitas dan daya cipta (inovasi) serta merupakan cara pencapaian tujuan yang sudah ditentukan oleh pemimpin puncak perusahaan sedangkan fokus pemasaran dilakukan oleh manajer pemasaran.³

¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2002), h.3

² Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012) h.33

³ Agus Hermawan, *Ibid*, h.34

Dari berbagai definisi di atas, penulis menyimpulkan bahwa strategi adalah suatu rencana yang dilakukan pimpinan perusahaan untuk mencapai tujuan berdasarkan sumber-sumber perusahaan yang ada serta lingkungan yang akan dihadapi.

b. Pengertian Pemasaran

Pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.⁴ Menurut W.Y Stanton, pemasaran adalah suatu yang meliputi seluruh system yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bias memuaskan kebutuhan pembeli aktual dan potensial.⁵

Pengertian pemasaran saat ini bukan sekedar untuk menjual dengan dimensi jangka pendek akan tetapi memasarkan dalam dimensi jangka panjang.

⁴ Philip Kotler, Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008) h.6

⁵ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012) h.33

c. Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Tull dan Kahle, strategi pemasaran adalah sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.⁶

Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran dan biaya bauran pemasaran.

Bygrave mendefinisikan strategi pemasaran sebagai kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (produk, harga, promosi dan distribusi) dengan peluang pasar guna mencapai sasaran usaha. Dalam bahasa yang lebih sederhana, suatu strategi pemasaran pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran yang dicapai.⁷

⁶ Fandy Tjiptono, op.cit, h.6

⁷ Ismali Yusanto dan M. Karabel Widjayakusuma, *Menggepai Bisnis Islam*, (Jakarta: GIP, 2002) h.169

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam keberhasilan tujuan perusahaan, karena di dalamnya berisi gambaran atau pedoman yang jelas dan terarah apa yang dilakukan dalam menggunakan kesempatan dan peluang pada beberapa pasar sasaran.

2. Strategi Pemasaran Bank

Pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan bank dengan cara memberikan kepuasan.⁸

Dalam menghadapi pasar sasaran yang ada, perbankan menghadapi banyak kesulitan seperti munculnya bank-bank baru, pembaharuan teknologi, kemudahan bertransaksi dan sebagainya. Untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah, stabilitas dan kemampuan laba, maka pemasaran bank dapat dilakukan dengan dua cara yaitu tetap fokus pada pasar yang sudah ada dan bank juga harus memperhatikan kemungkinan-kemungkinan untuk membuka cabang-cabang baru atau mendirikan di berbagai tempat strategis bagi pengembangan organisasi.

⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010) h.61

a. Langkah-Langkah Strategi Pemasaran Bank

1) Segmentasi

Segmentasi adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang membedakan dengan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran secara terpisah.⁹

2) *Targetting*

Setelah menentukan segmentasi, maka perlu menargetkan pasar. Pasar sasaran terdiri dari sekumpulan pembeli yang mempunyai kebutuhan atau karakter yang sama, yang ingin dilayani oleh perusahaan.¹⁰

Yang dilakukan dalam menargetkan pasar adalah mengevaluasi segmen pasar, meliputi ukuran dan pertumbuhan segmen seperti data usia nasabah, pendapatan dan jenis kelamin.

3) *Positioning*

Memposisikan produk bank syariah sangatlah penting guna mengetahui bagaimana nasabah dalam mempersepsikan produk bank ditengah pesaing yang berimplikasi terhadap kemampuan inovasi. Sebab persaingan memperebutkan nasabah tidak dilakukan di pasar tetapi di benak konsumen.

⁹ Philip Kotler, Gary Amstrong, Op.cit, h.225

¹⁰ Philip Kotler, Gary Amstrong, Ibid, h.233

4) *Marketing Mix*

Bauran pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya, kegiatan ini dilakukan secara bersamaan diantara elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix*. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa ada dukungan dari elemen lain. Kotler menyebutkan konsep bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi/tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).¹¹

a) Produk (*Product*)

Produk perbankan adalah perangkat yang dibeli atau dijual oleh bank. Produk yang dibeli oleh bank sangat banyak jumlahnya, karena bank dapat menciptakan berbagai jenis produk dengan memperhatikan system, prosedur dan layanan yang disesuaikan dengan keinginan nasabah, adanya jaminan dari bank dan dukungan teknologi serta peralatan yang memadai.

b) Harga (*Price*)

Harga menjadi salah satu aspek yang penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat

¹¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2015) h.187-191

penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa.

c) Tempat (*Place*)

Tempat yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran.

d) Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan (bank) tersebut. Sarana promosi yang biasa dilakukan oleh bank adalah periklanan dan promosi penjualan.

b. Tujuan Pemasaran Pada Bank

Dalam melakukan suatu tindakan, perusahaan atau badan usaha tentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Dimana penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan pihak manajemen perusahaan tersebut. Secara umum tujuan pemasaran bank adalah:

- 1) Memaksimalkan konsumsi sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- 2) Memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
- 3) Memaksimalkan pilihan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
- 4) Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan kemudahan kepada nasabah sehingga kepuasan pelanggan bersifat menyeluruh yang artinya nasabah akan merasa puas bila komponen kepuasan tersebut dapat terpenuhi secara lengkap.¹²

3. *Mobile Banking*

a. *Pengertian Mobile Banking*

Pengertian *Mobile Banking* sendiri menurut Riswandi Budi Agus adalah suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan *pengguna* kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*.¹³

¹² Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2015) h.66-67

¹³ Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005) h. 83

Melalui *smartphone*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual seperti dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank yang dapat menghemat waktu dan biaya.

Selain itu dengan adanya *Mobile Banking* pula bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan juga bisa lebih memanfaatkan media *handphone* yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis atau bertransaksi.¹⁴

Mobile Banking sendiri menawarkan beberapa jasa di dalamnya yang diyakini dapat menarik minat nasabah untuk menggunakannya agar terpenuhi segala kebutuhannya dalam bertransaksi.

Oleh karena itu jasa yang ditawarkan dibagi ke dalam dua jenis yakni jasa *pull-based* dan jasa *push-based*. Jasa *pull-based* merupakan jasa yang ditawarkan sedangkan untuk jasa *push-based* mempunyai arti yang sama dengan jasa *pull-based* akan tetapi yang membedakan jasa ini harus berdasarkan persetujuan pihak bank terlebih dahulu kepada nasabahnya dimana bank akan mengirimkan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh nasabah secara berkala atau berdasarkan aturan tertentu.¹⁵

¹⁴ Budi Agus Riswandi, *Ibid.*, h. 84

¹⁵ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011). h. 130

Contoh jasa *pull-based* yang diterapkan oleh bank-bank Indonesia adalah transfer dana, pembayaran tagihan (listrik, telepon, air dan lain sebagainya), pembelian voucher ataupun perdagangan saham. Selain jasa-jasa berdasarkan transaksi di atas, jasa ini juga mencakup permintaan informasi saldo dan catatan transaksi.

Sedangkan untuk jasa *push-based* biasanya merupakan notifikasi deposit/penarikan dalam jumlah tertentu, notifikasi saldo minimum dan notifikasi pembayaran tagihan yang akan jatuh tempo.¹⁶

Selain itu dapat juga menghindari tabungan nasabah disalahgunakan jika kartu *ATM* hilang tanpa sengaja. Kemudian nasabah akan mendapatkan notifikasi bahwa terdapat adanya penarikan uang tanpa otoritasnya dan dapat memblokir *ATM*-nya sebelum tabungannya habis dibobol.

b. Sejarah Dan Perkembangan *Mobile Banking*

Mobile Banking pertama kali diluncurkan oleh perusahaan *Excelcom* pada akhir tahun 1995 yang mendapatkan berbagai macam respon.

¹⁶ Wiji Nurastuti, *Ibid.*, h. 130

Kemunculannya ini disebabkan oleh bank-bank yang saat itu ingin mendapatkan kepercayaan lebih dan meningkatkan eksistensi mereka di kalangan masyarakat.¹⁷

Proses munculnya *Mobile Banking* ini tidak hanya berhubungan dengan institusi perbankan saja akan tetapi dengan operator seluler selaku penyedia jasa data untuk mengakses layanan tersebut. Hal ini pun membuat keberadaannya menguntungkan berbagai pihak baik institusi perbankan, operator seluler bahkan sampai kepada nasabah yang menggunakannya.

Dari waktu ke waktu semakin banyak insitusi perbankan yang menggunakan layanan *Mobile Banking* agar tetap bisa bersaing dalam menarik nasabah dan meningkatkan kepercayaannya di kalangan sesama institusi perbankan yang lainnya. Oleh karena itu dibuat Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 tentang Penerapan Manajemen Resiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum.

¹⁷ Irna Putriansyah, “*Mengulik Sejarah Mobile Banking*”, diakses dari <https://kreditgogo.com/artikel/Digital-Banking/Mengulik-Sejarah-Mobile-Banking.html>, pada tanggal 15 Januari pukul 20:21

Peraturan tersebut berisi batasan-batasan penggunaan teknologi dalam seluruh transaksi institusi perbankan yang hal tersebut demi mencapai efisiensi dan kemanfaatan oleh nasabah yang menggunakannya.¹⁸

Kemajuan sebuah teknologi pula membuat masyarakat saat ini tidak bisa lepas dari *gadget* yang hal tersebut membuat layanan *Mobile Banking* mempunyai potensi untuk terus berkembang yang memang harus diiringi dengan proses pemasaran yang baik serta peningkatan kualitas *software* yang baik pula.

c. Keunggulan *Mobile Banking*¹⁹

1) Tidak Perlu Antri Dan Repot

Nasabah bisa langsung melakukan kegiatan perbankan di rumah tanpa harus antri di bank, terutama saat bulan muda dimana jumlah nasabah yang membutuhkan layanan bank akan membludak. Nasabah bisa mengecek saldo, melakukan transfer dan bank baik antar bank yang sama atau bank yang berbeda tanpa repot.

¹⁸ Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 tentang *Penerapan Manajemen Resiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum*, h. 1

¹⁹ Novi Syamsul Hadi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *Mobile Banking*", Dalam *Jurnal Universitas Islam Indonesia*, Vol. 1, No.1, 2015, h. 58.

2) Hemat Waktu

Nasabah tidak perlu menghabiskan waktu seharian hanya untuk menyelesaikan berbagai kewajiban di bank. *Mobile Banking* akan menolong nasabah menghemat waktu. Bahkan nasabah bisa melakukan transaksi saat sedang bekerja, di mobil ataupun rumah.

3) Alat Transaksi Pembayaran

Selain aktivitas perbankan yang telah disebutkan, nasabah juga bisa melakukan transaksi pembayaran untuk pembelian tiket, membayar cicilan rumah dan kartu kredit, juga bayar membayar tagihan lainnya dengan mudah.

4) Murah

Internet saat ini sudah masuk dalam kategori murah karena ada belasan provider internet yang bisa ditemui dan semua menawarkan layanan termurah. Kalau dibandingkan dari segi biaya yang nasabah keluarkan untuk datang ke bank, kemacetan dan tenaga, *Mobile Banking* dapat membuat semuanya lebih murah dan efisien.

5) Cepat

Buat nasabah yang sibuk dan bekerja, akses cepat perbankan adalah suatu keharusan. Lewat *Mobile Banking* nasabah bisa tahu transfer uang proyek semisalnya sudah

masuk tanpa harus menelpon ke bank untuk mencari tahu. Nasabah juga bisa mengecek saldo dan mentransfer uang secepat yang nasabah inginkan hanya dengan menggunakan jari.

d. Kekurangan *Mobile Banking*²⁰

1) Rawan Kebobolan

Ini menjadi perhatian banyak pihak jika dana nasabah sering dibobol oleh orang yang tidak dikenal. Dana yang hilang sering kali tidak dapat dikembalikan dan nasabah menderita kerugian. Pihak bank sering beranggapan bahwa nasabah lalai dan tidak menyimpan PIN akses untuk ke *Mobile Banking*-nya dengan baik.

2) Kurang Privasi

Karyawan bank bisa mengetahui terkait data nasabah dan dana yang tersimpan karena banyak dari mereka mempunyai akses tersebut dan digunakan sebagai tindak kejahatan pencurian uang tanpa diketahui oleh nasabah.

²⁰ Sujadi dan Edi Purwo Saputro, *E-Banking: Urgensi Aspek Trust Di Era E-Service* (Jakarta: Raja Grafindo, 2006), h. 70-71

3) Target Dari Cybercrime

Layanan *Mobile Banking* jadi salah satau target kejahatan *cyber* yang sulit untuk dibuktikan. Kejahatan *cyber* ini banyak mengambil akses berbagai data pribadi nasabah yang sampai saat ini belum ada bentuk payung hukum yang jelas terkait hak perlindungan data nasabah pada sebuah layanan dan jasa pada perbankan.

e. Dampak Penerapan *Mobile Banking*

Secara khusus penggunaan layanan *Mobile Banking* ini dapat berdampak positif kepada berbagai pihak diantaranya:

1). Bank

Dampak positif yang didapat oleh bank adalah memberikan keuntungan bagi bank dengan mendapatkan lebih banyak lagi nasabah serta kepercayaan nasabah yang makin tinggi oleh institusi perbankan itu sendiri.

2). Nasabah

Dampak positif yang didapat oleh nasabah adalah semakin mempermudah mereka dalam mobilitas transaksi yang mereka inginkan.²¹

²¹ Budi Agus Riswandi, *loc.cit.*, h. 84

3). Operator Seluler

Dampak positif yang didapat oleh operator seluler adalah mendapatkan keuntungan finansial dari konsumen yang aktif menggunakan layanan tersebut. Dikarenakan jika ingin menggunakan layanan tersebut harus menggunakan data internet yang menggunakan pulsa agar bisa melakukan sebuah transaksi di layanan *Mobile Banking*.

4. *Mobile Masalah*²²

a. Pengertian *Mobile Masalah*

Mobile Masalah merupakan layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah yang memiliki Kartu *ATM* melalui telepon selular/*handphone* dengan menggunakan jaringan komunikasi data.²³

b. Keunggulan *Mobile Masalah*

- 1) Biaya koneksi sangat murah.
- 2) Dapat diakses dimanapun selama ada sinyal jaringan komunikasi data operator ponsel yang digunakan maupun menggunakan jaringan *Wifi*.
- 3) Transaksi *real time online* dan 24 Jam.

²² Bank Banten Jawa Barat Syariah, "*Mobile Banking*", diakses dari <http://www.bjbsyariah.co.id/perbankan-elektronik/mobile-banking/>, pada tanggal 28 Januari 2019 pukul 21:35

4) Registrasi yang mudah, simpel dan aman.

5) Fitur transaksi lengkap dan terus berkembang

c. Fitur *Mobile Masalah*

1) Informasi (Cek saldo, 5 transaksi terakhir, Informasi Produk dan Simulasi, *Call Center*).

2) Transfer antar rekening Bank BJB syariah maupun antar bank (*ATM Bersama*).

3) Pembayaran tagihan rutin.

4) Pembelian *Voucher*.

5) Ganti Bahasa, ganti *Password Login*, Kotak Masuk.

d. Syarat Dan Ketentuan *Mobile Masalah*

1) Memiliki rekening simpanan berupa tabungan dan giro perorangan dan Memiliki kartu *ATM* di Bank BJB Syariah dengan status aktif.

2) Memiliki *handphone* dengan spesifikasi tertentu.

3) Memiliki *simcard* dari operator seluler tertentu dengan fasilitas komunikasi data seluler yang telah diaktifkan sebelumnya dan dalam status aktif ataupun perangkat *mobile* yang telah dilengkapi *Wifi receiver*.

4) Melakukan instalasi aplikasi *Mobile Masalah* dan Pendaftaran yang dilakukan melalui aplikasi *Mobile Masalah* terlebih dahulu.

5) Memahami semua persyaratan dan ketentuan yang telah tercantum dalam website *www.bjbsyariah.co.id*.

6) Nasabah akan dikenakan biaya *SMS (short message service)* pada saat registrasi sesuai dengan ketentuan masing-masing operator seluler yang digunakan.

e. Spesifikasi Ponsel *Mobile Masalah*

1) *Operating System: Java, Blackberry OS 5 ++, Android OS 2.1 ++, iOS 4.3+.*

2) *Java Framework: MIDP 2.0 CLDC 1.0*

3) *Network Connection: Semua koneksi data GSM dan CDMA beserta Wifi.*

4) *Browser: Mobile browser*

f. Registrasi *Mobile Masalah*

1) Jika aplikasi sudah terinstall, buka aplikasi dan akan masuk ke layar selamat datang lalu lakukan registrasi.

2) Masukkan data-data nomor telepon seluler (harus sama dengan data yang ada di bank) dan data nomor kartu *ATM* yang akan digunakan.

3) Klik *Disclaimer* (Pernyataan persetujuan penggunaan layanan *Mobile Masalah* secara umum).

- 4) Lakukan persetujuan, apabila nomor telepon seluler yang digunakan untuk registrasi berbeda dengan yang tercatat di sistem, maka tahapan registrasi tidak dapat dilanjutkan.
 - 5) Setelah berhasil, maka dapat dilanjutkan dengan membuat akses login dengan cara membuat *User Id*, terdiri dari 8 karakter dengan kombinasi 7 huruf alfabet dan 1 angka (contoh: abcdefg9) dan membuat *Password*, terdiri dari 6 digit.
 - 6) Jika tahapan selesai, selanjutnya sistem akan memberikan notifikasi berhasil/tidaknya pembuatan akses *login* dan tahapan registrasi tersebut.
 - 7) Jika berhasil, maka langsung dapat melakukan akses layanan *Mobile Maslahah* untuk layanan *non transaksional*.
- g. Aktivasi Transaksi *Mobile Maslahah*
- 1) Buka aplikasi *Mobile Maslahah* dan lakukan *Login* dengan memasukan *User Id* dan *Password* pada saat registrasi.
 - 2) Setelah masuk ke menu utama aplikasi *Mobile Maslahah*, pilih menu Admin kemudian pilih *Sub Menu Aktivasi Transaksional*.
 - 3) Masukan data-data yang diperlukan untuk *aktivasi* yang terdiri dari Nomor Telepon Seluler, merupakan nomor yang sama digunakan untuk registrasi dan sama yang terdaftar di sistem, Nomor Kartu *ATM*, nomor kartu *ATM* yang digunakan terdiri dari

16 *digit* angka dan PIN *Mobile Maslahah*, terdiri dari 6 *digit* angka dan sama dengan PIN *ATM*.

4) Kemudian klik *disclaimer*/ pernyataan persetujuan aktivasi layanan *transaksional*.

5) Klik *agree*, maka akan dikirim *Passcode* untuk aktivasi melalui *SMS* ke telepon seluler nasabah. Pada aplikasi akan muncul layar konfirmasi *Passcode*.

6) Kemudian masukan kembali nomor telepon dan *passcode*, tekan *submit*. Untuk meminta pengiriman *passcode* kembali disediakan menu *resend passcode*.

7) *Aktivasi* berhasil, dan sistem akan mengirimkan *SMS* notifikasi konfirmasi aktivasi layanan *transaksional Mobile Maslahah*.

8) *Mobile Maslahah* dapat digunakan baik fitur *non-transaksional* maupun fitur *transaksional*

h. Tips Aman Menggunakan *Mobile Maslahah*

1) Pastikan ponsel anda mendukung sesuai spesifikasi yang telah ditetapkan pihak bank.

2) Simpan ponsel di tempat yang aman, jika terjadi kehilangan ponsel, segera laporkan kepada pihak bank untuk dilakukan pemblokiran sementara layanan *Mobile Maslahah*.

- 3) Jangan beritahukan kepada siapaun mengenai kode akses *Login Layanan Mobile Masalah* anda dan jangan menuliskan kode akses di fasilitas ponsel anda.
- 4) Buatlah kode akses yang unik dan tidak mudah ditebak orang lain.
- 5) Ganti Password *Login* secara berkala.

B. Hasil Penelitian Yang Relevan

1. Penelitian dari Wina Sri Lestari pada tahun 2016 dengan judul *Penggunaan Fasilitas E-Banking Dalam Menarik Nasabah Pada PT. Bank Muamalat, TBK KCP SM. Raja Medan*. Dilaksanakannya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja saluran *E-Banking* yang ada pada Bank Muamalat Cabang SM. Raja Medan serta hambatan apa saja yang terjadi dalam penggunaan *E-Banking* pada Bank Muamalat Cabang SM. Raja Medan.²⁴
2. Penelitian dari Dwitya Pratiwi Wulandari pada tahun 2018 dengan Judul faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* pada Bank Syariah Mandiri Cabang Lubuk Pakam. Dilaksanakannya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa

²⁴ Wina Sri Lestari, "Penggunaan Fasilitas E-Banking Dalam Menarik Nasabah Pada PT. Bank Muamalat, TBK KCP SM. Raja Medan", *Skripsi Minor Prodi Perbankan Syariah*, (Medan: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2016), h 6. t.d

saja yang membuat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* dan bagaimana proses pemasaran dari layanan *Mobile Banking* ini.²⁵

3. Penelitian dari Jumaini pada tahun 2012 dengan Judul sistem layanan *Mobile Banking* dalam menarik nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pekanbaru ditinjau dari Ekonomi Islam.

Dilaksanakannya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan layanan *Mobile Banking* di bank tersebut dan tinjauan ekonomi islam terkait layanan *Mobile Banking* ini.²⁶

Dari penelitian tersebut jika di bandingkan dnegan penelitian yang akan penulis buat, terdapat beberapa hal yang membedakan diantaranya:

1. Strategi yang disusun oleh Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug dipastikan berbeda dalam memasarkan produk *Mobile Banking* mereka dengan memanfaatkan situasi pengguna internet yang semakin tahun semakin tinggi.
2. Terjadi masalah dalam pengembangan layanan *software* produk *Mobile Banking* di dunia perbankan seperti di produk *Mobile Maslahah* yang hanya terbatas dengan *smartphone* sistem *Android* dan *I-Phone* saja.

²⁵ Dwitya Pratiwi Wulandari, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Lubuk Pakam”, *Skripsi Minor Prodi Perbankan Syariah*, (Medan: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2018), h 4. t.d

²⁶ Jumaini, “Sistem Layanan Mobile Banking Dalam Menarik Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pekanbaru Ditinjau Dari Ekonomi Islam”, *Skripsi Minor Prodi Ekonomi Islam*, (Riau: Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2012), h 7. t.d

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh Bank Jawa Barat Banten Syariah KCP Ciledug dalam memasarkan layanan *Mobile Maslahah* kepada nasabah.

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan secara langsung ke objek penelitian yaitu nasabah dan pihak PT. Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug yang bertempat di Jl. HOS Cokroaminoto No.38A, Karang Timur, Ciledug, Kota Tangerang, Banten. 15151. Dan untuk waktu penelitian dilakukan dari pembuatan proposal penelitian sampai kepada tahap akhir penelitian dimulai bulan September 2018 – Februari 2019.

C. Latar Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Bank Jawa Barat Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciledug, yang bertempat di Jl. HOS Cokroaminoto No.38A, Karang Timur, Ciledug, Kota Tangerang, Banten. 15151.

Dalam observasi yang penulis lakukan, penulis memperoleh informasi secara garis besar yaitu dalam *Mobile Maslahah*, terdapat berbagai fitur yang membedakan dengan *Mobile Banking* lainnya seperti adanya informasi lokasi *ATM* terdekat, layanan admin, layanan berita dan promo serta tidak adanya biaya sms saat *login* ke aplikasi. Hal tersebut dapat apakah dapat menjadi salah satu faktor keunggulan yang dimanfaatkan oleh Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug dalam produk *Mobile Maslahah* dalam proses mensosialisasikannya kepada nasabah.

D. Metode Dan Prosedur Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan oleh penullis dalam penelitian tersebut adalah metode kualitatif yang diartikan sebagai cara atau upaya lebih menekunkan pada aspek pemahaman secara mendalam pada suatu permasalahan. Penelitian kualitatif adalah penelitian riset yang bersifat deskripsi dan cenderung menggunakan analisis terkait masalah yang akan dibicarakan.¹

Melihat dari sisi perbedaan akan layanan *Mobile Maslahah* milik Bank Jawa Barat Banten Syariah dibandingkan layanan *Mobile Banking* lainnya dengan mendeskripsikan yang terjadi di lapangan. Objek yang akan penulis

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017),

teliti yaitu dari sisi pihak Bank Jawa Barat Banten Syariah KCP Ciledug dalam mensosialisasikan layanan *Mobile Masalah* kepada nasabah.

Maka penulis dapat mengetahui berjalan baik atau tidak strategi yang telah disusun Bank Jawa Barat Banten Syariah KCP Ciledug dalam mensosialisasikan layanan *Mobile Masalah*. Kemudian dari metode tersebut, penulis akan membuat langkah penelitian yaitu:

1. Tahap deskripsi atau tahap orientasi

Pada tahap ini penulis mendeskripsikan penelitian yang dibuat dari hasil observasi yang penulis lakukan. Adapun informasi yang penulis peroleh dari hasil observasi yaitu adanya beberapa perbedaan dalam layanan *Mobile Masalah* dengan layanan *Mobile Banking* lainnya. Hal tersebut dapat menjadi salah satu faktor menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan tersebut.

2. Tahap Reduksi

Tahap dimana penulis akan memfokuskan permasalahan pada strategi yang dilakukan Bank Jawa Barat Banten Syariah KCP Ciledug dalam mensosialisasikan layanan *Mobile Masalah* setelah mengetahui beberapa perbedaan dengan layanan *Mobile Banking* lainnya.

Kemudian mencari responden yang tepat dalam memberikan jawaban atas apa yang penulis butuhkan dalam penelitian. Sehingga penelitian yang penulis lakukan tidak akan meluas akan tetapi terbatas dengan masalah yang penulis ingin teliti nantinya.

Sehingga penulis dapat memperoleh hasil terkait strategi yang disusun Bank Jawa Barat Banten Syariah KCP Ciledug dan penerapan dari strategi tersebut dalam mensosialisasikan layanan *Mobile Masalah*.

3. Tahap Seleksi

Penelitian yang dilakukan menggunakan wawancara dengan mengambil sumber yang dibutuhkan dalam penelitian. Kemudian memilah dari hasil wawancara yang dirasa penting atas hasil informasinya terhadap penelitian yang penulis lakukan. Dengan melihat beberapa komponen-komponen yang dibutuhkan dalam penelitian.

E. Data Dan Sumber Data

Adapun penulis pertimbangkan dalam memilih masalah penelitian dengan ketersediaan sumber data yang ada. Dalam penelitian kualitatif sumber data bersifat memahami terhadap fenomena atau gejala sosial yakni pihak Bank Jawa Barat Banten Syariah KCP Ciledug yaitu bagian *Supervisor Operasional* sebagai subjek dalam penelitian.

Jika melihat dari sumber data, maka dalam pengumpulan data yang akan penulis lakukan dapat berupa data primer dan data sekunder. Data primer yang penulis peroleh ialah bersumber dari hasil wawancara dan lampiran dokumen-dokumen pendukung terkait informasi yang penulis peroleh langsung dari sumbernya.

Kemudian pada data sekunder, penulis peroleh dari berbagai referensi seperti buku, artikel, berita serta dokumen-dokumen yang berkaitan dalam penelitian penulis lakukan.

F. Teknik Dan Prosedur Pengumpulan Data

Menurut Patta Bundu, untuk teknik yang digunakan dalam pengumpulan data terdapat tiga metode yang dapat digunakan seperti tes, observasi dan wawancara.² Akan tetapi penulis hanya menggunakan metode observasi dan metode wawancara. Adapun dilakukannya studi dokumen pula sebagai bahan penguat dan pendukung dalam penelitian ini. Dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Observasi

Proses peneliti dalam melihat situasi penelitian. Dalam prosesnya peneliti hanya menggunakan teknik observasi tak berstruktur dikarenakan hanya menggunakan proses observasi sebagai jawaban sementara dari penglihatan penulis terkait letak perbedaan fitur yang disediakan layanan *Mobile Maslahah* dibandingkan dengan layanan *Mobile Banking* lainnya. Selain itu metode observasi dalam penelitian ini digunakan dalam proses

² Patta Bundu, *Asesmen Pendidikan* (Padang: Hayfa Press, 2008), hal 9

berjalannya strategi yang telah disusun pihak Bank Jawa Barat Banten Syariah KCP Ciledug dalam memasarkan layanan *Mobile Maslahah* melalui *Customer Service*, *Teller* dan *Security*.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data atau informasi tertentu yang dilaksanakan dengan tanya jawab secara lisan. Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara bagian *Supervisor Operasional* Bank Jawa Barat Banten Syariah KCP Ciledug dengan maksud untuk mengumpulkan informasi terkait strategi yang disusun dalam memasarkan layanan *Mobile Maslahah* KCP Ciledug dan informasi tambahan mengenai keunggulan layanan *Mobile Maslahah* dibandingkan *Mobile Banking* lainnya.

Wawancara dilakukan pada tanggal 17 Januari 2019 pada pukul 15:00 setelah proses operasional perbankan telah ditutup. Proses wawancara dilaksanakan dalam ruangan bagian *Supervisor Operasional* dengan berbagai pertanyaan yang disiapkan oleh penulis.

3. Studi Dokumen

Teknik pengumpulan data ini dilakukan sebagai bahan pendukung atau penguat dari penelitian yang penulis lakukan.

Dengan mengumpulkan berbagai informasi terkait layanan *Mobile Maslahah* melalui *website* Bank Jawa Barat Banten Syariah

terkait pengertian, prosedur pembukaan dan spesifikasi *Smartphone* yang dapat menggunakan layanan ini.

G. Teknik Analisis Data

Adapun data yang dianalisis mempunyai tujuan bahwa data yang diperoleh haruslah data riil dan dapat dipertanggung jawabkan hasilnya.

Maka prosedur yang akan dilakukan yaitu:

1. Pengumpulan data yang diambil dari:
 - a) Wawancara dengan pihak Bank Jawa Barat Banten Syariah KCP Ciledug yaitu Bapak Ruly Akmal Nugraha menjabat sebagai *Supervisor Operasional*.
 - b) Observasi mengenai fitur yang disediakan layanan *Mobile Masalah* dan proses strategi mensosialisasikan layanan tersebut.
 - c) Studi dokumen mengenai pengertian, prosedur pembukaan dan spesifikasi *Smartphone* yang dapat menggunakan layanan *Mobile Masalah*.
 - d) Dokumentasi mengenai bukti wawancara.
2. Pemeriksaan kejelasan dan kelengkapan instrumen (editing), guna data yang telah dikumpulkan penulis dapat menjadi data yang dapat dipercaya nantinya.
3. Proses identifikasi dan klarifikasi dari setiap pertanyaan yang sesuai dengan mana permasalahan mengenai strategi pemasaran yang

dilakukan oleh Bank Jawa Barat Banten Syariah KCP Ciledug dalam produk *Mobile Masalah* dapat terjawab setelah diperolehnya hasil penelitian yang telah dilakukan.

4. Entri data ke tabel induk (tabulating), dimana memasukan data yang berupa data mentah yaitu hasil wawancara dan hasil observasi ke dalam data induk yaitu hasil rangkaian kata deskriptif yang tersusun menjadi sebuah informasi.
5. Pengujian validitas dan realibilitas instrumen dari hasil pengumpulan data agar sebuah informasi yang telah disusun dapat dikatakan valid.
Data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan dengan data yang sesungguhnya pada objek penelitian.³

H. Validitas Data

Pengecekan keabsahan data merupakan bagian yang penting dalam penelitian kualitatif untuk mengetahui dan mengecek kebenaran data yang diperoleh. Untuk melihat tingkat keabsahan data hasil penelitian dapat digunakan beberapa kriteria yaitu dengan kepercayaan (*Credibility*), keteralihan (*Transfability*), kebergantungan (*Dependability*) dan kepastian (*Confirmability*).⁴

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), h.38

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung: CV Alfabeta, 2006), hal 87

1. Kepercayaan (*Credibility*)

Tingkat kepercayaan dari penelitian ini bagi penulis dapat dikatakan kredibel. Sebab penulis mengambil subjek penelitian yang terpercaya bagi proses pengambilan informasi dalam penelitian ini yaitu bapak Bapak Ruly Akmal Nugraha bagian *Supervisor Operasional* dari Bank Jawa Barat Banten Syariah KCP Ciledug. Selain itu hasil penelitian yang penulis peroleh memang real adanya dari apa yang penulis ambil informasinya.

2. Keteralihan (*Transfability*)

Dari hasil penelitian yang penulis teliti, maka akan ditransfer ke dalam konteks hasil dari penelitian dengan penjelasan secara rinci. Terincinya hasil penelitian yang penulis paparkan meliputi hasil jawaban dari subjek penelitian serta kondisi lapangan yang akan di deskripsikan secara jelas dengan lampiran bukti studi dokumen. Kemudian penjelasan dengan menarik kesimpulan yang menjadi garis besar jawaban yang penulis peroleh dari hasil penelitian dan analisa.

3. Kebergantungan (*Dependability*)

Penulis memastikan bahwa penelitian yang dilakukan tetap pada konteks yang sama dengan melakukan pemeriksaan secara berkala dari dosen pembimbing dalam penelitian yang telah dilakukan. Sehingga mencegah konteks dari penelitian yang berubah-ubah dan penelitian yang dilakukan dapat sangat dipercaya.

4. Kepastian (*Confirmability*).

Dalam konfirmasi hasil yang penulis buat, maka penulis akan membuatnya dalam bukti yang konkrit terkait penelitian tersebut. Dengan menyertakan hasil dokumentasi bahwa telah melakukan wawancara dan fitur yang membedakan layanan *Mobile Masalah* dibandingkan dengan layanan *Mobile Banking* lainnya. Serta mendokumentasikan terkait dua hal tersebut. Sehingga bukti keabsahan akan hasil penelitian penulis dapat terlihat dari dokumentasi yang terlampir.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Jawa Barat Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciledug Kota Tangerang.

Lokasi penelitian yang penulis lakukan di PT. Bank Jawa Barat Banten Syariah KCP Ciledug, TBK yang bertempat di Jl. HOS Cokroaminoto No.38A, Karang Timur, Ciledug, Kota Tangerang, Banten. 15151.

Bank BJB Syariah dibentuk dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Jawa Barat yang terus tumbuh keinginannya untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Tidak hanya di Jawa Barat, di seluruh Indonesia memang akhir-akhir ini keinginan masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah terus bertambah dari hari ke hari. Langkah yang dilakukan oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk dan PT Banten Global Development merupakan langkah yang sangat tepat untuk memenuhi keinginan masyarakat akan bank umum syariah.¹

Untuk menunjang bisnis serta mencapai visi Bank BJB Syariah, maka Bank BJB Syariah terus melakukan pengembangan, diantaranya yaitu dengan mendirikan jaringan kantor, meningkatkan layanan terhadap nasabah dan lain

¹ Bank Banten Jawa Barat, "*Sekilas BJB Syariah*", diakses dari <http://bjbsyariah.co.id/tentang-bjb-syariah/sekilas-bjb-syariah/> pada tanggal 14 Desember 2018 pukul 18:24

sebagainya. Bank BJB Syariah berkantor pusat di Bandung, tepatnya di Jalan Braga No 135. Hingga saat ini Bank BJB Syariah telah memiliki beberapa kantor cabang, kantor cabang pembantu dan jaringan ATM yang tersebar di daerah Provinsi Jawa Barat, Banten dan DKI Jakarta. Untuk ATM Bank BJB Syariah juga dapat digunakan di puluhan ribu jaringan ATM Bersama di seluruh Indonesia.

Kali ini Bank BJB Syariah membuka jaringan kantor secara serempak di lima kota sekaligus, yakni Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ciledug, KCP Cikampek, KCP BSD, KCP Cibinong dan KCP Pondokgede, Selasa (15/05). Untuk KCP Ciledug dan KCP Cikampek, sebelumnya telah dilakukan soft opening dan mulai beroperasi lebih dulu pada tanggal 10 Mei 2012. bank bjb syariah sampai dengan saat ini telah 8 Kantor Cabang, 55 Kantor Cabang Pembantu, 2 Gedai Syariah, 2 *Payment Point* dan 1 Kantor Kas.²

Grand Launching 5 Kantor Cabang Pembantu (KCP) ini, diresmikan oleh masing-masing Pemimpin Cabang induk dari masing-masing KCP di bawahnya, yaitu Bapak Anwar Munawar (Kantor Cabang Bekasi) yang meresmikan langsung pembukaan KCP Cikampek dan KCP Pondokgede, Bapak Bagja Widyana (Kantor Cabang Bogor) meresmikan KCP Cibinong dan

² Bank Banten Jawa Barat, "*Jaringan Kantor*". diakses dari www.bjbsyariah.co.id/jaringan/jaringan-kantor/ pada tanggal 12 Desember 2018 pukul 17:43

Bapak Yunus (Kantor Cabang Serang) yang meresmikan KCP BSD dan Ciledug. Selain itu hadir juga pejabat setempat dan para undangan lainnya.³

Acara yang berlangsung pada pagi dan siang hari itu, diadakan sederhana dan berlangsung dengan khidmat, yang diawali dengan tilawatul quran, pengguntingan pita sebagai simbolis diresmikannya pembukaan KCP dan diakhiri dengan do'a bersama. Mudah-mudahan dengan dibukanya 5 Kantor Cabang Pembantu (KCP) ini dapat membantu perkembangan bisnis dan kemajuan Bank BJB Syariah.⁴

Seiring dengan semakin banyaknya perluasan kantor bank yang dilakukan oleh pihak Bank BJB Syariah, haruslah diiringi pula dengan produk-produk yang dapat memenuhi segala kebutuhan masyarakat terkait fasilitator keuangan mereka. Produk yang ditawarkan oleh Bank BJB Syariah diantaranya ada Produk Penghimpunan Dana, Produk Pembiayaan, *Alt Delivery Channel*, Jasa Dan Layanan, Program Bank BJB Syariah dan Perbankan Elektronik. Dengan rincian produk diantara lain:⁵

³ Bank Banten Jawa Barat, "*Produk Dan Jasa*", diakses dari www.bjbsyariah.co.id/ pada tanggal 20 Januari 2019 pukul 19:26

⁴ Bank Banten Jawa Barat, Ibid.

⁵ Bank Banten Jawa Barat, Ibid.

1. Produk Penghimpunan Dana⁶

a. Tabungan iB Masalahah

Tabungan iB Masalahah merupakan produk simpanan yang menggunakan prinsip Al-Wadiah Yadh Dhamanah dan Mudharabah Mutlaqah, yang diperuntukkan bagi perorangan dan badan hukum (Perseroan Terbatas, Yayasan, Koperasi) serta Badan Usaha (CV dan Firma) yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati.

b. Giro iB Masalahah

Kemudahan dan kenyamanan dalam berbisnis kini dengan mudah Anda dapatkan melalui Giro iB Masalahah. Fasilitas simpanan dana dalam mata uang rupiah ini memungkinkan Anda melakukan penarikan sewaktu-waktu, menggunakan cek atau bilyet giro.

Pengelolaan dana Giro iB Masalahah menggunakan prinsip Al-Wadiah Yadh Dhamanah yang memberlakukan dana giro Anda sebagai titipan yang harus dijaga dan dijamin keamanan serta ketersediaan dananya setiap saat, guna kelancaran transaksi bisnis Anda.

⁶ Bank Banten Jawa Barat, Ibid.

c. Deposito iB Masalahah

Deposito iB Masalahah merupakan investasi dengan prinsip Mudharabah Mutlaqah (bagi hasil) dalam mata uang rupiah, yang penarikannya dilakukan sesuai dengan pilihan jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan.

Dana yang telah Anda investasikan akan kami kelola secara produktif dan profesional ke dalam bentuk pembiayaan untuk masyarakat atau dalam bentuk harta produktif lainnya, sesuai dengan prinsip syariah. Hasil usaha yang diperoleh akan dibagikan antara Anda dan Bank sesuai dengan porsi bagi hasil (nisbah) yang telah disepakati sebelumnya.

d. Tabungan Haji iB Masalahah

Merupakan produk tabungan khusus untuk persiapan biaya ibadah haji, yang dikelola secara profesional dan aman, sesuai syariah. Dilengkapi dengan Layanan OnLine Siskohat (Sistem Koordinasi Haji Terpadu), memungkinkan Anda mendapatkan kepastian keberangkatan dari Departemen Agama setelah saldo Tabungan Haji Anda telah memenuhi nominal persyaratan.

e. Simpanan Pelajar iB Masalah

Simpanan Pelajar iB yang selanjutnya disebut SimPel iB adalah simpanan berupa tabungan perorangan yang diperuntukkan siswa dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Adapun siswa dimaksud yakni siswa PAUD, TK, SD, SMP, SMA, Madrasah (MI, MTs, MA) atau sederajat, yang berusia di bawah 17 tahun dan belum memiliki KTP dalam mata uang Rupiah dengan Prinsip syariah Mudharabah Mutlaqah.

2. Produk Pembiayaan⁷

a. Pembiayaan Produktif

1) Pembiayaan Modal Kerja

Merupakan Fasilitas Pembiayaan yang diberikan perusahaan yang memerlukan pembiayaan modal kerja.

2) Pembiayaan Investasi

Merupakan Fasilitas Pembiayaan yang diberikan untuk pembelian barang modal beserta jasa yang diperlukan untuk pendirian proyek baru, rehabilitasi, modernisasi, ekspansi atau relokasi proyek yang sudah ada.

⁷ Bank Banten Jawa Barat, Ibid.

b. Pembiayaan Konsumtif

1) Dana Talangan Haji iB Masalah

2) Pembiayaan Pemilikan Kendaraan Bermotor iB Masalah

Merupakan Fasilitas Pembiayaan yang diberikan kepada nasabah individu (perorangan) untuk membeli kendaraan bermotor (mobil/motor).

3) Pembiayaan Pemilikan Rumah iB Masalah

Merupakan Fasilitas Pembiayaan yang diberikan kepada perorangan untuk membeli, membangun dan atau renovasi (termasuk ruko, rukan, apartemen dan sejenisnya).

4) Pembiayaan Serbaguna iB Masalah

Adalah Fasilitas pembiayaan bersifat konsumtif yang diberikan kepada perorangan untuk berbagai keperluan. Berdasarkan sifatnya, Pembiayaan Serbaguna dibagi dua, yaitu: Pembiayaan Multijasa dan Pembiayaan Multiguna.

Pembiayaan Multiguna Merupakan fasilitas Pembiayaan yang diberikan Bank kepada Nasabah untuk tujuan membiayai kebutuhan nasabah dalam rangka memperoleh benda/barang diluar kendaraan bermotor, mobil tanah dan/atau bangunan, dan logam mulia.

Pembiayaan Multijasa Merupakan Fasilitas Pembiayaan yang diberikan Bank kepada Nasabah untuk membiayai kebutuhan nasabah dalam rangka memperoleh manfaat atas suatu jasa. Pembiayaan

Multijasa digunakan untuk tujuan Biaya perjalanan Ibadah Haji, Biaya perjalanan Ibadah Umrah, Biaya Kesehatan, Biaya Pendidikan, dan membiayai jasa-jasa lainnya yang halal.

Struktur Pembiayaan Secara umum Plafond Pembiayaan Maksimal plafond pembiayaan serbaguna yang diberikan kepada nasabah adalah mulai dari Rp 5.000.000,00 (Lima juta rupiah) sampai dengan Rp. 200.000.000,00 (Dua ratus juta rupiah) dengan maksimum pembiayaan sebesar 90% dari harga perolehan barang atau manfaat layanan jasa.

5) Mitra Emas iB Masalah

Adalah produk qardh beragun emas dimana Bank memberikan fasilitas pembiayaan kepada nasabah dengan agunan berupa emas perhiasan, emas batangan/lantakan (logam mulia) atau koin emas dari nasabah yang bersangkutan dengan mengikuti prinsip qardh dan rahn. Barang emas dimaksud ditempatkan dalam penguasaan dan pemeliharaan Bank dan atas pemeliharaan tersebut Bank mengenakan biaya sewa atas dasar prinsip ijarah.

6) Pembiayaan Kepemilikan Emas iB Masalah

Adalah produk pembiayaan dimana Bank memberikan fasilitas pembiayaan kepada Nasabah untuk melakukan pembelian barang berupa emas batangan/ lantakan atau perhiasan, dengan cara diangsur. Barang emas dimaksud ditempatkan dalam penguasaan dan pemeliharaan Bank, sebagai agunan.

3. *Alt Delivery Channel*

- a. *Cash Management System* (CMS) merupakan salah satu fasilitas elektronik *delivery channel* yang ditunjukkan untuk memudahkan perusahaan/institusi untuk bertransaksi dan memonitoring transaksi perusahaannya.

4. Jasa Dan Layanan⁸

- a. Transfer

Di Bank BJB syariah, kami memiliki beberapa Kantor Cabang yang tersebar di beberapa tempat di Indonesia, dan kami pun memiliki Beberapa *ATM* yang tentunya memberikan kemudahan kepada masyarakat luas untuk melakukan transfer ke sesama nasabah Bank BJB Syariah maupun kepada nasabah bank lain. Kami hadir untuk kemudahan maka kami pun menyediakan layanan yang memang dibutuhkan, karena kami ingin yang terbaik bagi masyarakat.

⁸ Bank Banten Jawa Barat, Ibid.

b. Kliring

Merupakan layanan pembayaran untuk memperlancar transaksi pertukaran warkat (bisa berupa cek, giro/bilyet, nota debit/kredit dan lainnya) atau data keuangan elektronik antar peserta (bank) kliring baik atas nama peserta (bank) maupun atas nama nasabah peserta yang perhitungannya diselesaikan pada waktu tertentu, di mana lokasi bank yang ditarik warkatnya berada di dalam satu wilayah kliring.

Untuk jasa penagihan atas warkat bank lain milik nasabah yang tidak dapat diselesaikan dengan cara pengihan karena warkat tersebut dimiliki oleh bank yang berada di luar wilayah kliring, saat ini dapat dilakukan melalui jasa layanan intercity kliring, yaitu warkat luar kota penyelesaiannya dapat dilakukan melalui wilayah kliring apabila bank tertarik merupakan anggota intercity kliring.

c. Layanan Jemput iB Masalah

Merupakan suatu bentuk layanan yang diberikan oleh bank BJB Syariah untuk memenuhi kebutuhan calon nasabah dengan cara mendatangi langsung tempat calon nasabah. Jemput iB Masalah menggunakan aplikasi yang terintegrasi berbasis *web based*.

d. Layanan PPOB

PPOB (*Payment Point Online Bank*) adalah sistem pembayaran tagihan Biller secara online dengan pihak bank sebagai penyelenggara

sekaligus penampung dana yang dikelola oleh perorangan, atau badan usaha yang telah bermitra kerja dengan Bank BJB Syariah.

e. Card Masalah

Merupakan fasilitas kartu *ATM* yang diberikan kepada para nasabah yang melakukan pembukaan rekening tabungan iB Masalah yang berfungsi selain sebagai bukti kepemilikan rekening juga dapat digunakan sebagai kartu transaksi.

5. Perbankan Elektronik

a. *Mobile Masalah*⁹

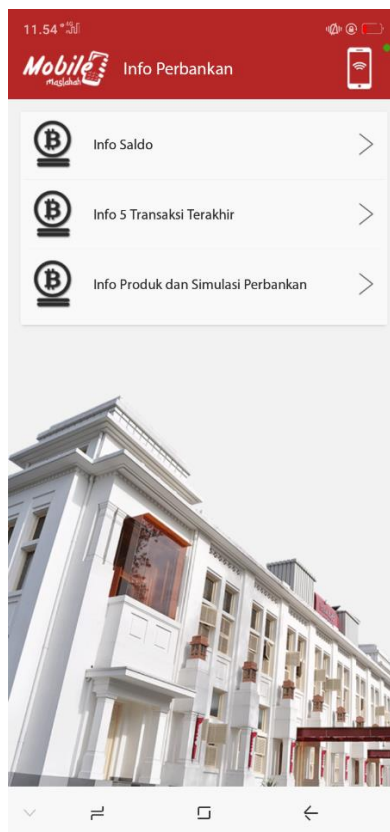
Mobile Masalah merupakan layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah yang memiliki Kartu *ATM* melalui telepon selular/*handphone* dengan menggunakan jaringan komunikasi data.

1) Keunggulan *Mobile Masalah*

- a) Biaya koneksi sangat murah.
- b) Dapat diakses dimanapun selama ada sinyal jaringan komunikasi data operator ponsel yang digunakan maupun menggunakan jaringan *Wifi*.
- c) Transaksi *real time online* dan 24 Jam.
- d) Registrasi yang mudah, simpel dan aman.

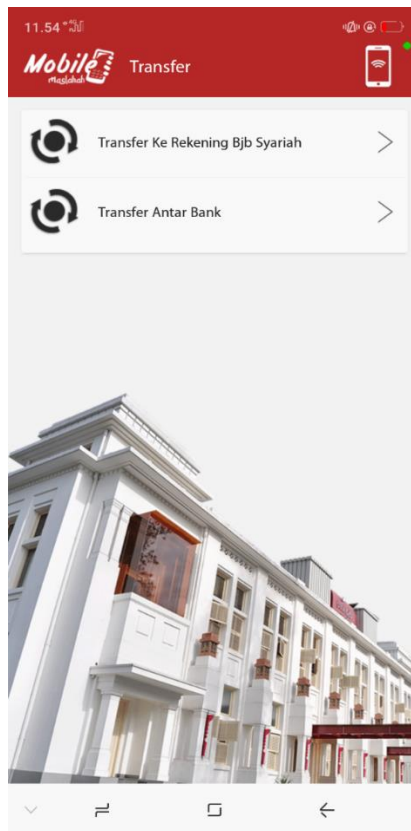
⁹ Bank Banten Jawa Barat Syariah, "*Mobile Banking*", diakses dari <http://www.bjbsyariah.co.id/perbankan-elektronik/mobile-banking/>, pada tanggal 28 Januari 2019 pukul 21:35

- e) Fitur transaksi lengkap dan terus berkembang
- 2) *Fitur Mobile Maslahah*
- a) Informasi (Cek saldo, 5 transaksi terakhir, Informasi Produk dan Simulasi, *Call Center*).
 - b) Transfer antar rekening Bank BJB syariah maupun antar bank (*ATM Bersama*).
 - c) Pembayaran tagihan rutin.
 - d) Pembelian *Voucher*.
 - e) Ganti Bahasa, ganti *Password Login*, Kotak Masuk.



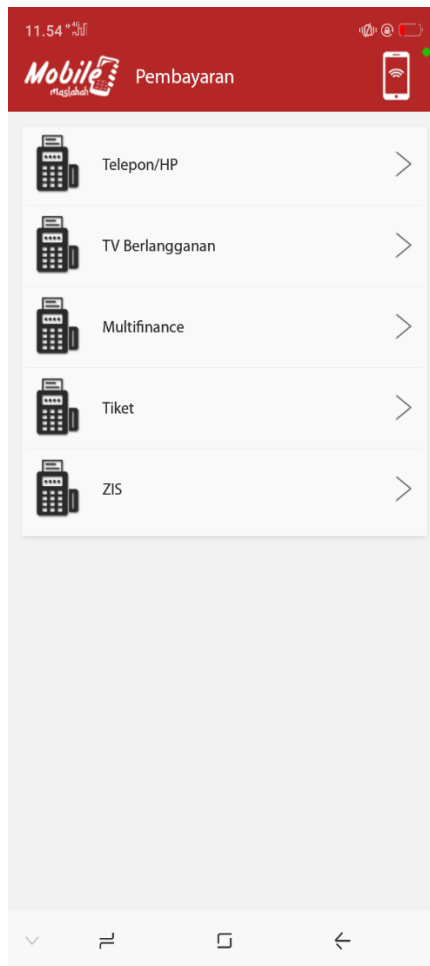
Gambar 4.1

Layanan Informasi Saldo Dan Produk Pada Mobile Maslahah



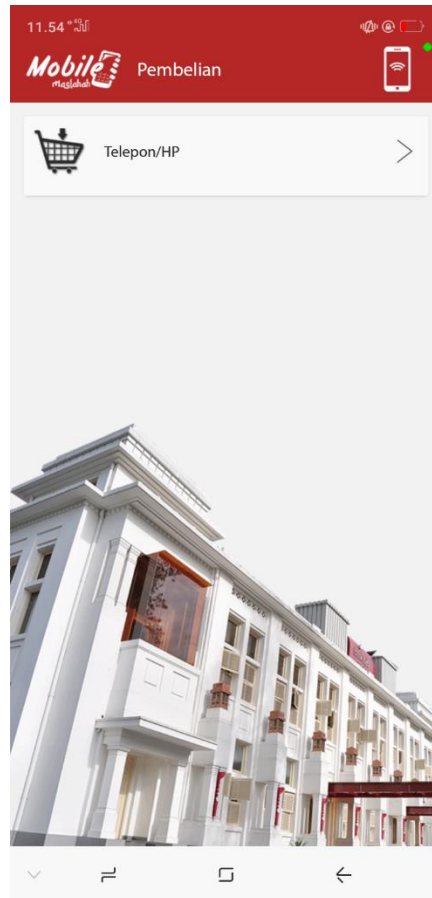
Gambar 4.2

Layanan Transfer Pada Mobile Maslahah



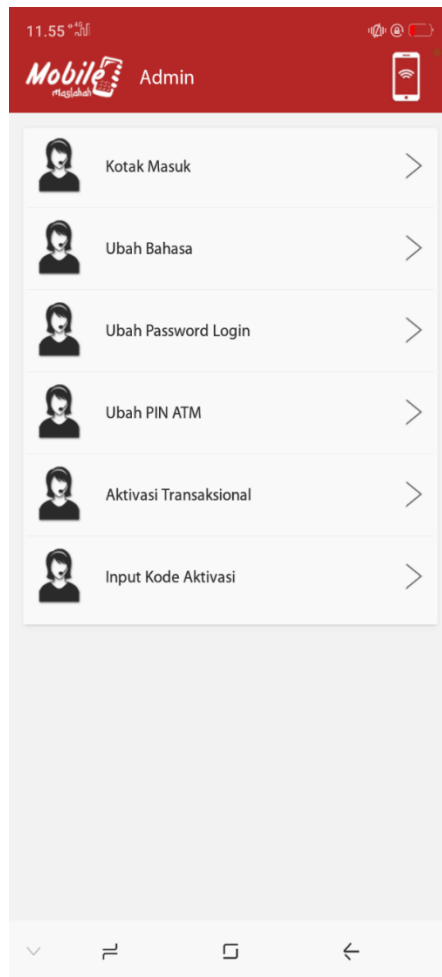
Gambar 4.3

Layanan Pembayaran Pada Mobile Maslahah



Gambar 4.4

Layanan Pembelian Pada Mobile Maslahah



Gambar 4.5

Layanan Admin Pada Mobile Maslahah

3) Syarat Dan Ketentuan *Mobile Masalah*

- a) Memiliki rekening simpanan berupa tabungan dan giro perorangan dan Memiliki kartu *ATM* di Bank BJB Syariah dengan status aktif.
- b) Memiliki *handphone* dengan spesifikasi tertentu.
- c) Memiliki *simcard* dari operator seluler tertentu dengan fasilitas komunikasi data seluler yang telah diaktifkan sebelumnya dan dalam status aktif ataupun perangkat *mobile* yang telah dilengkapi *Wifi receiver*.
- d) Melakukan instalasi aplikasi *Mobile Masalah* dan Pendaftaran yang dilakukan melalui aplikasi *Mobile Masalah* terlebih dahulu.
- e) Memahami semua persyaratan dan ketentuan yang telah tercantum dalam website *www.bjbsyariah.co.id*.
- f) Nasabah akan dikenakan biaya *SMS (short message service)* pada saat registrasi sesuai dengan ketentuan masing-masing operator seluler yang digunakan.

4) Spesifikasi Ponsel *Mobile Masalah*

- a) *Operating System: Java, Blackberry OS 5 ++, Android OS 2.1 ++, iOS 4.3+.*
- b) *Java Framework: MIDP 2.0 CLDC 1.0*
- c) *Network Connection: Semua koneksi data GSM dan CDMA beserta Wifi.*
- d) *Browser: Mobile browser*

5) Registrasi *Mobile Masalah*

- a) Jika aplikasi sudah terinstall, buka aplikasi dan akan masuk ke layar selamat datang lalu lakukan registrasi.
- b) Masukkan data-data nomor telepon seluler (harus sama dengan data yang ada di bank) dan data nomor kartu *ATM* yang akan digunakan.
- c) Klik *Disclaimer* (Pernyataan persetujuan penggunaan layanan *Mobile Masalah* secara umum).
- d) Lakukan persetujuan, apabila nomor telepon seluler yang digunakan untuk registrasi berbeda dengan yang tercatat di sistem, maka tahapan registrasi tidak dapat dilanjutkan.
- e) Setelah berhasil, maka dapat dilanjutkan dengan membuat akses login dengan cara membuat *User Id*, terdiri dari 8 karakter dengan kombinasi 7 huruf alfabet dan 1 angka (contoh: abcdefg9) dan membuat *Password*, terdiri dari 6 digit.
- f) Jika tahapan selesai, selanjutnya sistem akan memberikan notifikasi berhasil/tidaknya pembuatan akses *login* dan tahapan registrasi tersebut.
- g) Jika berhasil, maka langsung dapat melakukan akses layanan *Mobile Masalah* untuk layanan *non transaksional*.

- 6) Aktivasi Transaksi *Mobile Masalah*
 - a) Buka aplikasi *Mobile Masalah* dan lakukan *Login* dengan memasukkan *User Id* dan *Password* pada saat registrasi.
 - b) Setelah masuk ke menu utama aplikasi *Mobile Masalah*, pilih menu Admin kemudian pilih *Sub Menu Aktivasi Transaksional*
 - c) Masukkan data-data yang diperlukan untuk *aktivasi* yang terdiri dari Nomor Telepon Seluler, merupakan nomor yang sama digunakan untuk registrasi dan sama yang terdaftar di sistem, Nomor Kartu *ATM*, nomor kartu *ATM* yang digunakan terdiri dari 16 *digit* angka dan PIN *Mobile Masalah*, terdiri dari 6 *digit* angka dan sama dengan PIN *ATM*.
 - d) Kemudian klik *disclaimer/* pernyataan persetujuan aktivasi layanan *transaksional*.
 - e) Klik *agree*, maka akan dikirim *Passcode* untuk aktivasi melalui *SMS* ke telepon seluler nasabah. Pada aplikasi akan muncul layar konfirmasi *Passcode*.
 - f) Kemudian masukan kembali nomor telepon dan *passcode*, tekan *submit*. Untuk meminta pengiriman *passcode* kembali disediakan menu *resend passcode*.

- g) *Aktivasi* berhasil, dan sistem akan mengirimkan *SMS* notifikasi konfirmasi aktivasi layanan transaksional *Mobile Maslahah*.
 - h) *Mobile Maslahah* dapat digunakan baik fitur *non-transaksional* maupun fitur *transaksional*.
- 7) Tips Aman Menggunakan *Mobile Maslahah*¹⁰
- a) Pastikan ponsel anda mendukung sesuai spesifikasi yang telah ditetapkan pihak bank.
 - b) Simpan ponsel di tempat yang aman, jika terjadi kehilangan ponsel, segera laporkan kepada pihak bank untuk dilakukan pemblokiran sementara layanan *Mobile Maslahah*.
 - c) Jangan beritahukan kepada siapaun mengenai kode akses *Login* Layanan *Mobile Maslahah* anda dan jangan menuliskan kode akses di fasilitas ponsel anda.
 - d) Buatlah kode akses yang unik dan tidak mudah ditebak orang lain.
 - e) Ganti Password *Login* secara berkala.

¹⁰ Ruly Akmal Nugraha, *Supervisor Operasional* Bank BJB Syariah KCP Ciledug, Wawancara Pribadi, Ciledug, 17 Januari 2019.

B. Hasil Temuan Penelitian

1. Strategi Pemasaran Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug dalam Produk *Mobile Masalah*¹¹

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Ruly Akmal Nugraha dengan jabatan *Supervisor Operasional* mengenai strategi pemasaran dalam salah satu produknya yaitu *Mobile Masalah*. Menurutnya strategi yang dilakukan dalam perencanaannya agar dapat tercapainya keberhasilan di dalam proses pemasarannya menggunakan metode *segmentasi, targeting, positioning* dan dengan bauran pemasaran (*marketing mix*).

Dalam metode *segmentasi*, Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug mengelompokkan jenis usia dari nasabah agar mudah untuk menemukan metode yang paling tepat dalam bentuk mensosialisasikan produk *Mobile Masalah* sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Untuk metode *targeting*, Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug dalam memasarkan produk *Mobile Masalah* mempunyai target semua kalangan usia dan golongan nasabah baik dari golongan atas, menengah bahkan sampai kepada ke bawah.

¹¹ Ruly Akmal Nugraha, *Supervisor Operasional* Bank BJB Syariah KCP Ciledug, Wawancara Pribadi, Ciledug, 17 Januari 2019.

Selanjutnya dalam metode *positioning*, Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug memposisikan dirinya sebagai mitra usaha yang aman dan memposisikan dirinya sebagai lembaga keuangan yang memberikan solusi terbaik dalam memberikan berbagai produk dan jasa kepada masyarakat.

Untuk yang terakhir dalam metode *marketing mix*, Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug juga menggunakan konsep bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi/tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).

C. Pembahasan Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian yang penulis lakukan baik itu melalui studi dokumen, wawancara dengan Bapak Ruly Akmal Nugraha dengan jabatan *Supervisor Operasional* dan observasi lapangan sebagai akhir dari tahap penelitian penulis. Maka penulis dapat menguraikan hasil temuan yang penulis peroleh dalam penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug dalam Produk *Mobile Masalah*¹²

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Ruly Akmal Nugraha dengan jabatan *Supervisor Operasional* mengenai strategi pemasaran dalam salah satu produknya yaitu *Mobile Masalah*.

Menurutnya strategi yang dilakukan dalam perencanaannya agar dapat tercapainya keberhasilan di dalam proses pemasarannya menggunakan metode yang umum yang dilakukan di dunia perbankan menurut Philip Kotler yaitu *segmentasi, targeting, positioning* dan dengan bauran pemasaran (*marketing mix*).¹³

Dalam metode *segmentasi*, Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug mengelompokkan jenis usia dari nasabah menjadi dua bagian yaitu di bawah 40 tahun dan di atas 40 tahun. Untuk yang dibawah 40 tahun ke bawah masyarakat yang istilahnya sudah *mobile*, jarang ke bank dan mempunyai aktivitas yang cukup banyak mereka sudah merasa terbantu dan adanya *Mobile Masalah*. Sedangkan untuk nasabah berusia di atas 40 tahun diperlukan strategi khusus kembali yang saat ini belum direncanakan dikarenakan merasa masih ada yang sebagian dari mereka yang belum membutuhkan.

¹² Ruly Akmal Nugraha, *Supervisor Operasional* Bank BJB Syariah KCP Ciledug, Wawancara Pribadi, Ciledug, 17 Januari 2019.

¹³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010) h.61

Untuk metode *targeting*, Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug dalam memasarkan produk *Mobile Masalah* mempunyai target semua kalangan usia dan golongan nasabah baik dari golongan atas, menengah bahkan sampai kepada ke bawah dengan media pemasarannya yaitu bagian *Customer Service, Teller* dan *Security* untuk mensosialisasikan produk tersebut di kalangan nasabah yang datang.

Selanjutnya dalam metode *positioning*, Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug memposisikan dirinya sebagai mitra usaha yang aman dan memposisikan dirinya sebagai lembaga keuangan yang memberikan solusi terbaik dalam memberikan berbagai produk dan jasa kepada masyarakat dengan menjadikan produk *Mobile Masalah* menjadi produk unggulan dari Bank BJB Syariah Cabang Pembantu Ciledug. Karena saat ini sudah era *digital banking* dimana nasabah tidak perlu datang ke bank hal tersebut membuat *traffic* nasabah diharapkan dapat berkurang dalam berkunjung ke bank dan mempermudah mereka dalam bertransaksi.

Untuk yang terakhir dalam metode *marketing mix*, Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug juga menggunakan konsep bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi/tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).

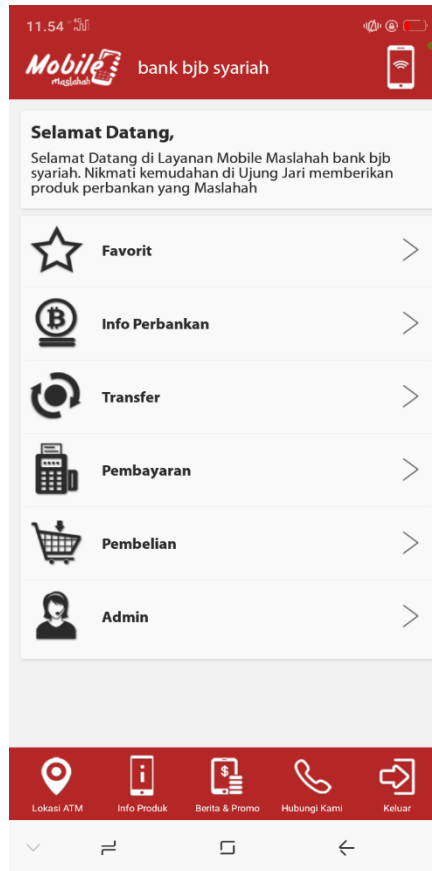
a. Strategi Produk (*Product*)¹⁴

Penerapan strategi pemasaran pada produk *Mobile Masalah* Bank Banten Jawa Barat Syariah Mandiri KCP Ciledug adalah menampilkan mutu dan kelebihan produk tersebut.

Seperti fitur di dalam *Mobile Masalah* yang pertama itu ada pengecekan saldo kemudian ada fitur untuk transfer lalu ada fitur untuk pembelian misalnya untuk pembelian pulsa handphone selanjutnya yang terakhir ada fitur pembayaran misalnya untuk pembayaran telepon pasca bayar atau pembayaran listrik itu ada di dalam *Mobile Masalah*.

Kemudian terdapat fitur produk yang mempunyai fungsi untuk menginformasikan kepada nasabah terkait seluruh produk lain yang ada di Bank Banten Jawa Barat Syariah. Selain itu ada fitur lokasi ATM yang nasabah diberitahukan lokasi terdekat untuk mengambil atau melakukan transaksi melalui ATM sesuai dengan lokasi nasabah tersebut. Hal tersebut menandakan bahwa adanya perbedaan fitur yang disediakan oleh Bank Banten Jawa Barat Syariah dalam produk *Mobile Masalah* sehingga dapat menjadi suatu keunggulan dibandingkan dengan produk *Mobile Banking* lainnya.

¹⁴ Ruly Akmal Nugraha, *Supervisor Operasional* Bank BJB Syariah KCP Ciledug, Wawancara Pribadi, Ciledug, 17 Januari 2019.



Gambar 4.6

Tampilan Layanan Transaksi Pada Mobile Maslahah

b. Strategi Harga (*Price*)¹⁵

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi antara produk dan pelayanan yang menyertainya. Suatu tingkat harga dapat memberikan pengaruh yang

¹⁵ Ruly Akmal Nugraha, *Supervisor Operasional* Bank BJB Syariah KCP Ciledug, Wawancara Pribadi, Ciledug, 17 Januari 2019.

tidak sedikit, baik di dalam perekonomian maupun didalam perusahaan. Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penetapan strategi pemasaran dalam produk *Mobile Maslahah* dari segi harga ditetapkan bahwa dalam pendaftaran *Mobile Maslahah* ataupun untuk biaya *SMS* yang digunakan sebagai verifikasi dan pemberitahuan transaksi yang dilakukan oleh nasabah dapat dinikmati secara gratis oleh nasabah.

c. Tempat (*Place*)¹⁶

Setelah perusahaan berhasil menciptakan barang atau jasa yang dibutuhkan dan menetapkan harga yang layak, tahap berikutnya menentukan metode penyampaian produk atau jasa ke pasar melalui rute-rute yang efektif hingga tiba pada tempat yang tepat, dan harapan produk atau jasa tersebut berada ditengah-tengah kebutuhan dan keinginan konsumen yang membutuhkan produk tersebut.

Hal tersebut yang sebagaimana yang dilakukan oleh Bank Banten Jawa Barat Syariah dalam menyediakan produk *Mobile Maslahah* dalam *handphone* nasabah berbentuk sebuah aplikasi. Aplikasi yang disediakan pun dijamin tidak akan tertembus oleh pihak luar karena sudah teruji, adapun kasus-kasus yang terjadi biasanya pada *ATM* dikarenakan nasabah memberikan berbagai informasi terkait pin-nya

¹⁶ Ibid.

kepada pihak luar. Pihak bank sendiri bahkan tidak mengetahui pin yang dimiliki oleh nasabah karena user id dan password antara Mobile Maslahah dengan ATM berbeda, hal itu membuat kita memiliki beberapa lapis tingkat keamanan yang digunakan.

d. Strategi Promosi (*Promotion*)¹⁷

Aspek ini berhubungan dengan berbagai usaha untuk memberikan informasi pada pasar tentang produk atau jasa. Promosi juga merupakan kegiatan untuk penyebarluasan informasi tentang barang atau jasa yang dijual dengan maksud untuk merubah pola perilaku konsumen. Empat sarana yang dapat digunakan dalam mempromosikan produk oleh Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug meliputi yaitu periklanan (*advertising*) dan penjualan pribadi (*personal selling*).

1) Periklanan (*advertising*)

Periklanan merupakan alat utama bagi Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug dalam mempengaruhi nasabahnya untuk menggunakan layanan *Mobile Maslahah*.

Sedangkan media yang digunakan dalam melakukan periklanan produk *Mobile Maslahah* adalah melalui menyebarkan brosur dan media internet.

¹⁷ Ruly Akmal Nugraha, *Supervisor Operasional* Bank BJB Syariah KCP Ciledug, Wawancara Pribadi, Ciledug, 17 Januari 2019.

a) Menyebarkan Brosur

Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug menyediakan dan memberikan brosur yang berisikan produk yang ditawarkan yaitu *Mobile Masalah* kepada para calon nasabah atau yang sudah menjadi nasabah.

b) Media Internet

Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug menginformasikan layanan *Mobile Masalah* melalui website pribadi mereka yaitu www.bjbsyariah.co.id/perbankanelektronik/mobile-banking/.

2) Penjualan pribadi (*Personal selling*)

Disamping promosi lewat iklan dan spanduk, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan. Penjualan pribadi adalah penyajian lisan dalam pembicaraan yang dilakukan oleh Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug melalui *Customer Service*, *Teller* dan *Security* dengan calon nasabah ataupun yang sudah menjadi nasabah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dalam Strategi yang disusun untuk memasarkan produk *Mobile Masalah*, pihak Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug menggunakan metode yang umum yang dilakukan di dunia perbankan yaitu *segmentasi, targeting, positioning* dan bauran pemasaran (*marketing mix*).

Berdasarkan metode tersebut, pihak Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug mensosialisaikan produk *Mobile Masalah* dengan memposisikan bahwa produk tersebut merupakan salah satu produk unggulan di Bank mereka.

Dengan segala keunggulan yang ada dalam produk tersebut, maka pihak Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug melakukan strategi promosi ke semua kalangan nasabah akan tetapi digolongkan menjadi dua bagian yaitu untuk usia di bawah 40 tahun dan di atas 40 tahun.

Untuk yang di bawah 40 tahun dalam strateginya mensosialisasikannya melalui *Customer Service*, biasanya kalau *Customer Service* terlewat maka bisa diinformasikan oleh *Teller* ataupun bagian *Marketing* juga dalam setiap transaksi yang dilakukan oleh nasabah dan kebanyakan dari mereka memang sadar terhadap dirinya sendiri untuk menggunakan produk tersebut terlepas dari strategi yang telah disusun oleh pihak Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP

Ciledug sedangkan untuk yang di atas 40 tahun yang rata-rata gagap akan teknologi belum ada strategi khusus untuk mensosialisasikannya dikarenakan belum efektifnya bentuk strategi di atas seperti tidak diinformasikannya layanan *Mobile Masalah* melalui *teller* ataupun *customer service* berdasarkan hasil observasi penulis.

Selain itu dalam memasarkannya Bank Banten Jawa Barat Syariah KCP Ciledug pula menggunakan media periklanan seperti brosur dan media website bank untuk menginformasikan produk tersebut seperti keunggulan, tata cara dalam pembukaannya dan spesifikasi *handphone* dalam menggunakan produk tersebut.

B. Saran

Dengan segala keunggulan dan manfaat yang diberikan *Mobile Masalah*. Sudah seharusnya pihak Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug diharuskan untuk terus merubah paradigma nasabah yang hanya percaya saja akan keunggulan dan manfaat dalam penggunaan *Mobile Masalah* akan tetapi harus dibuktikan dengan mereka mencoba secara langsung layanan tersebut di depan nasabah sambil meminta waktu sebentar untuk menjelaskan secara rinci terkait *Mobile Masalah* detailnya seperti mensosialisasikan segala bentuk keuntungan dan sedikit memberikan isi fitur di dalamnya bahkan sampai kepada memberikan bentuk bingkisan jika

menggunakan layanan tersebut dapat dipastikan layanan ini dengan segala kemudahan di dalamnya dapat menarik minat nasabah untuk menggunakannya.

Kemudian harus adanya evaluasi lapangan khususnya yang dilakukan *Supervisor Operasional* terhadap bagian *Customer Service* dan *Teller* agar terus melakukan sosialisasi bertahap kepada nasabah untuk selalu menggunakan layanan *Mobile Maslahah* sehingga tidak perlu datang ke bank itu sendiri dan dapat membantu fleksibilitas kegiatan yang mereka lakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agama, Kementrian. 2017. *Terjemah Al-Qur'an Al-Karim*. Semarang: CV. Asy Syifa.
- Assauri, Sofian. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Bundu, Patta. 2008. *Asesmen Pendidikan*. Padang: Hayfa Press.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. 2010. *Dasar Perbankan*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. 2015. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, Ahmad. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba 4.
- Nurastuti, Wiji. 2011. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Riswandi, Budi Agus. 2005 *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujadi dan Saputro, Edi Purwo. 2006. *E-Banking: Urgensi Aspek Trust di Era E Service*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Supriyono, Maryanto. 2017. *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

- Yusanto, Ismali dan Widjayakusuma, M. Karabel. 2002. *Menggapai Bisnis Islam*. Jakarta: GIP.
- Barusman, Muhammad Yusuf S. “Pemanfaatan E-Banking dalam Industri Perbankan dari Structure-Conduct-Performance Paradigm di Indonesia, *Dalam Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.Lampung: t.d. 2010.
- Hadi, Novi Syamsul. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *Mobile Banking*”. *Dalam Jurnal Universitas Islam Indonesia*. Yogyakarta: t.d. 2015.
- Jumaini. “Sistem Layanan Mobile Banking dalam Menarik Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pekanbaru Ditinjau dari Ekonomi Islam”, *Skripsi Minor Prodi Ekonomi Islam pada Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau*. Riau: t.d. 2012.
- Lestari, Wina Sri. “Penggunaan Fasilitas E-Banking dalam Menarik Nasabah pada PT. Bank Muamalat, TBK KCP SM. Raja Medan”. *Skripsi Minor Prodi Perbankan Syariah Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan*: t.d. 2016.
- Wulandari, Dwitya Pratiwi. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking pada Bank Syariah Mandiri Cabang Lubuk Pakam”, *Skripsi Minor Prodi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara*. Medan: t.d. 2018.
- Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 tentang *Penerapan Manajemen Resiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum*. Jakarta: Bank Indonesia. 2007.
- Surat Edaran Bank Indonesia No 13/28/DPNP Tentang *Penerapan Strategi Anti Fraud*. Jakarta: Bank Indonesia. 2011.
- UU. No 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.
- Bank Banten Jawa Barat Syariah. “*Jaringan Kantor*”. [Online]. www.bjbsyariah.co.id/jaringan/jaringan-kantor/. [12 Desember 2018].
- Bank Banten Jawa Barat Syariah. “*Mobile Banking*”. [Online]. <http://www.bjbsyariah.co.id/perbankan-elektronik/mobile-banking/>. [28 Januari 2019].
- Bank Banten Jawa Barat, “*Sekilas BJB Syariah*”. [Online]. <http://bjbsyariah.co.id/tentang-bjb-syariah/sekilas-bjb-syariah/>. [14 Desember 2018].

- Haryanto, Tri Agus. 2018. "130 Juta Orang Indonesia Tercatat Aktif di Medsos". [Online]. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos>. [12 Januari 2018].
- Muslim. Abdul. 2018. "2019, Pengguna Internet Tembus 175". [Online]. <https://id.beritasatu.com/telecommunication/2019-pengguna-internet-tembus-175-juta/184148>. [26 Januari 2019].
- Putriansyah, Irna. 2015. "Mengulik Sejarah Mobile Banking". [Online] <https://kreditgogo.com/artikel/Digital-Banking/Mengulik-Sejarah-Mobile-Banking.html>. [15 Januari 2019].
- Permesti, Lingga. 2013. "BJB Syariah Luncurkan Layanan 3 in 1". [Online] <https://republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/13/10/23/mv4a9p-bjb-syariah-luncurkan-layanan-3-in-1-maslahah> [28 Februari 2019].
- Nugraha, Ruly Akmal. 2019. *Wawancara Pribadi*. Kantor BJB Syariah Cabang Pembantu Ciledug.

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pedoman Observasi
- Lampiran 2 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 3 : Catatan Lapangan Hasil Observasi
- Lampiran 4 : Catatan Lapangan Hasil Wawancara
- Lampiran 5 : Dokumentasi
- Lampiran 6 : Hasil Analisis Data
- Lampiran 7 : Surat Permohonan Bimbingan Skripsi
- Lampiran 8 : Surat Permohonan Riset/Penelitian
- Lampiran 9 : Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 10 : Lembar Konsultasi Penulisan Skripsi
- Lampiran 11 : Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 1

PEDOMAN OBSERVASI

PEDOMAN OBSERVASI

STRATEGI PEMASARAN PRODUK *MOBILE MASLAHAH* (STUDI KASUS BANK BANTEN JAWA BARAT KCP CILEDUG KOTA TANGERANG)

Pengamatan	Variabel	Indikator
Pihak PT. Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug	<i>Mobile Mashlahah</i>	A. Fitur Di Dalamnya B. Sosialisasi Produk <i>Mobile Mashlahah</i> yang dilakukan oleh <i>Customer Service, Teller Dan Security</i>

LAMPIRAN 2

PEDOMAN WAWANCARA

PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI PEMASARAN PRODUK *MOBILE MASLAHAH* (STUDI KASUS BANK BANTEN JAWA BARAT KCP CILEDUG KOTA TANGERANG)

Ditujukan Untuk Pihak PT. Bank Jawa Barat Banten Cabang Pembantu Ciledug:

1. Apa Saja Fitur Yang Disediakan Dalam *Mobile Maslahah* Pada Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug?
2. Apakah Yang Menjadi Keunggulan Layanan *Mobile Maslahah* Pada Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug Jika Dibandingkan Dengan Bank Lainnya?
3. Bagaimana Penerapan Layanan *Mobile Maslahah* Kepada Nasabah Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug?
4. Bagaimana Strategi Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug Dalam Mensosialisasikan Layanan *Mobile Maslahah* Kepada Nasabah?
5. Apakah Ada Masalah Dalam Sosialisasi Layanan *Mobile Maslahah* Pada Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug?
6. Apakah Dengan Adanya *Mobile Maslahah* dapat meminimalisir Kegiatan Nasabah Di Counter Kantor Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug?

7. Bagaimana Pendapat Pihak Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug Terkait Adanya Kasus Pencurian Data Nasabah?
8. Bagaimana Strategi Pihak Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug Dalam Mengurangi Kasus Pencurian Data Nasabah?
9. Apakah Dengan Adanya Layanan *Mobile Maslahah* Pada Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug Dapat Menarik Nasabah Lebih Banyak?

LAMPIRAN 3

CATATAN LAPANGAN HASIL

OBSERVASI

Hari/Tanggal : Senin, 14 Januari 2019

Lokasi : Bank BJB Syariah KCP Ciledug

Waktu : 08:00 – 10:00, 11:00 – 15:00

Subjek terkait observasi yang peneliti lakukan yaitu semua fitur yang berada di layanan *Mobile Maslahah*. Pada hari tersebut pula peneliti membuka tabungan di Bank BJB Syariah KCP Ciledug dan mendaftar layanan mobile masalah, ternyata memang layanan ini sangat lengkap fiturnya dan ada beberapa fitur yang tidak dimiliki oleh bank lainnya seperti informasi produk, informasi lokasi *ATM*, layanan jemput nasabah. Hal tersebut dapat menjadikan salah satu strategi yang dapat dimanfaatkan oleh Bank BJB Syariah KCP Ciledug untuk menarik minat nasabah untuk menggunakannya sehingga nasabah setidaknya dapat bertahan untuk terus menggunakan jasa layanan keuangan mereka di Bank tersebut.

Interpretasi:

1. Layanan *Mobile Maslahah* Mempunyai Beberapa Perbedaan Dari Layanan *Mobile Banking* Lainnya Seperti Informasi Produk, Informasi Lokasi *ATM*, Layanan Jemput Nasabah.
2. Adanya Perbedaan Dalam Fitur tersebut Dapat Digunakan Oleh Bank BJB Syariah KCP Ciledug.

Hari/Tanggal : Selasa, 15 Januari 2019

Lokasi : Bank BJB Syariah KCP Ciledug

Waktu : 08:00 – 15:00

Subjek terkait observasi yang peneliti lakukan terhadap bagaimana strategi yang disusun oleh pihak Bank BJB Syariah KCP Ciledug dapat berjalan baik atau tidak dalam mensosialisasikan layanan *Mobile Maslahah* kepada nasabahnya.

Faktanya ditemukan bahwa strategi tersebut tidak dijalankan dengan baik oleh *Customer Service, Teller* ataupun *Security* yang tidak mensosialisasikan layanan tersebut kepada nasabah Bank BJB Syariah KCP Ciledug.

Pada saat nasabah melakukan transaksi seperti setor tunai, layanan gadai emas dan konsultasi dengan *customer service* hanya sebatas melakukan transaksi saja dan pada layar televisi yang berada di bagian *customer service* pun tidak ada sama sekali mengenai layanan produk *Mobile Maslahah* yang seharusnya dapat menjadi layanan yang paling di depankan dibandingkan dengan produk lainnya.

Interpretasi:

1. Tidak Disosialisasikannya Layanan *Mobile Maslahah* Kepada Nasabah Oleh *Customer Service, Teller* ataupun *Security*.

Hari/Tanggal : Rabu, 16 Januari 2019

Lokasi : Bank BJB Syariah KCP Ciledug

Waktu : 08:00 –15:00

Subjek terkait observasi yang peneliti lakukan untuk melanjutkan penerapan strategi yang disusun oleh pihak Bank BJB Syariah KCP Ciledug dapat berjalan baik atau tidak dalam mensosialisasikan layanan *Mobile Maslahah* kepada nasabahnya.

Bahwa kembali ditemukan bahwa strategi tersebut tidak dijalankan dengan baik oleh *Customer Service, Teller* ataupun *Security* yang tidak mensosialisasikan layanan tersebut kepada nasabah Bank BJB Syariah KCP Ciledug.

Meskipun pada hari rabu ini nasabah yang datang cukup ramai untuk melakukan transaksi seperti setor tunai, layanan gadai emas dan konsultasi dengan *customer service* akan tetapi hal tersebut tidak dimanfaatkan dengan baik oleh bagian *Customer Service, Teller* ataupun *Security*.

Interpretasi:

1. Tidak Disosialisasikannya Layanan *Mobile Maslahah* Kepada Nasabah Oleh *Customer Service, Teller* ataupun *Security*.

Hari/Tanggal : Kamis, 17 Januari 2019

Lokasi : Bank BJB Syariah KCP Ciledug

Waktu : 08:00 – 15:00

Subjek terkait observasi yang peneliti lakukan untuk melanjutkan penerapan strategi yang disusun oleh pihak Bank BJB Syariah KCP Ciledug dapat berjalan baik atau tidak dalam mensosialisasikan layanan *Mobile Masalah* kepada nasabahnya.

Bahwa kembali ditemukan bahwa strategi tersebut tidak dijalankan dengan baik oleh *Customer Service, Teller* ataupun *Security* yang tidak mensosialisasikan layanan tersebut kepada nasabah Bank BJB Syariah KCP Ciledug.

Meskipun pada hari kamis ini nasabah yang datang tidak seramai dengan hari sebelumnya akan tetapi hal tersebut tidak dimanfaatkan dengan baik oleh bagian *Customer Service, Teller* ataupun *Security* untuk mensosialisasikan layanan ini kepada nasabah Bank BJB Syariah KCP Ciledug.

Interpretasi:

1. Tidak Disosialisasikannya Layanan *Mobile Masalah* Kepada Nasabah Oleh *Customer Service, Teller* ataupun *Security*.

LAMPIRAN 4

CATATAN LAPANGAN HASIL

WAWANCARA

Narasumber : Ruly Akmal Nugraha

Jabatan : *Supervisor Operasional*

Hari/Tanggal : Senin, 14 Januari 2019

Lokasi : Bank BJB Syariah KCP Ciledug

Waktu : 10:00 – 11:00

Peneliti: Apa Saja Fitur Yang Disediakan Dalam *Mobile Maslahah* Pada Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug?

Pak Ruly: Fitur di dalam *Mobile Maslahah* yang pertama itu ada pengecekan saldo kemudian ada fitur untuk transfer lalu ada fitur untuk pembelian misalnya untuk pembelian pulsa handphone selanjutnya yang terakhir ada fitur pembayaran misalnya untuk pembayaran telepon pasca bayar atau pembayaran listrik itu ada di dalam *Mobile Maslahah*.

Peneliti: Apakah Yang Menjadi Keunggulan Layanan *Mobile Maslahah* Pada Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug Jika Dibandingkan Dengan Bank Lainnya?

Pak Ruly: Kalau yang paling utama dari kita sih yaitu gratis, gratis disini yang dimaksud karena biasanya ada beberapa bank memberikan biaya dalam pendaftaran *Mobile Banking*-nya baik dalam bentuk *SMS* ataupun

verifikasi sedangkan untuk *Mobile Masalah* semuanya full gratis yang dapat dinikmati oleh nasabah.

Peneliti: Bagaimana Penerapan Layanan *Mobile Masalah* Kepada Nasabah Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug?

Pak Ruly: Kalau kita pada prinsipnya setiap ada pembukaan rekening baru wajib untuk diinformasikan oleh *Customer Service*, biasanya kalau *Customer Service* terlewat maka bisa diinformasikan oleh *Teller* ataupun bagian *Marketing* juga. Harapannya untuk adanya *Mobile Masalah* ini masyarakat lebih mudah untuk mengetahui misalnya posisi saldo tabungannya berapa atau untuk transfer transfer seperti itu. Selain itu dengan adanya *Mobile Masalah* masyarakat tidak perlu juga untuk ke mesin *ATM* karena semua fitur yang ada di *ATM* kami pindahkan ke *Mobile Masalah* diibaratkan masyarakat sudah mempunyai mesin *ATM*-nya sendiri yang terletak pada *handphone* masing-masing. Bahkan kita juga untuk merubah pin *ATM* pula tersedia di *Mobile Masalah* milik kami.

Peneliti: Bagaimana Strategi Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug Dalam Mensosialisasikan Layanan *Mobile Masalah* Kepada Nasabah?

Pak Ruly: Kalau kita pada prinsipnya setiap ada pembukaan rekening baru wajib untuk diinformasikan oleh *Customer Service*, biasanya kalau *Customer Service* terlewat maka bisa diinformasikan oleh *Teller* ataupun bagian *Marketing* juga.

Peneliti: Apakah Ada Masalah Dalam Sosialisasi Layanan *Mobile Maslahah* Pada Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug?

Pak Ruly: Kalau kita sih memang secara teknologi yang ada di dalam *Mobile Maslahah* sudah tidak ada masalah akan tetapi dari masyarakat merasa masih ada yang belum membutuhkan, jadi berbeda dengan masyarakat yang istilahnya sudah *mobile*, jarang ke bank dan mempunyai aktivitas yang cukup banyak mereka sudah merasa terbantu dengan adanya *Mobile Maslahah*. Selain itu mungkin satu sisi *Mobile Maslahah* kami hanya dapat berjalan pada sistem *Android* dan *I-Phone* dengan hal tersebut belum dapat mensupport semua perangkat yang dimiliki oleh masyarakat. Kemudian untuk nasabah-nasabah biasanya di atas usia 45 tahun banyak mereka bahwa kemajuan teknologi merupakan hal yang ribet maka mereka lebih cenderung menginginkan *face to face* ke bank sehingga tingkat kepercayaan mereka sangat tinggi terkait uang mereka sedangkan untuk usia dibawah 40 tahun biasanya mereka merasa termudahkan dengan adanya *Mobile Maslahah*.

Peneliti: Apakah Dengan Adanya *Mobile Maslahah* dapat meminimalisir Kegiatan Nasabah Di Counter Kantor Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug?

Pak Ruly: Iya karena memang harapannya untuk seperti itu. Memang seperti yang saya katakan tadi bahwa yang cenderung ke bank untuk nasabah-nasabah biasanya di atas usia 45 tahun banyak mereka bahwa kemajuan teknologi merupakan hal yang ribet maka mereka lebih cenderung menginginkan *face to face* ke bank sehingga tingkat kepercayaan mereka sangat tinggi terkait uang mereka sedangkan untuk usia dibawah 40 tahun biasanya mereka merasa termudahkan dengan adanya *Mobile Maslahah*.

Peneliti: Bagaimana Pendapat Pihak Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug Terkait Adanya Kasus Pencurian Data Nasabah?

Pak Ruly: Kalau kita secara perangkat teknologi insyaallah tidak akan tertembus oleh pihak luar karena sudah teruji, adapun kasus-kasus yang terjadi biasanya pada *ATM* dikarenakan nasabah memberikan berbagai informasi terkait pin-nya kepada pihak luar. Pihak bank sendiri bahkan tidak mengetahui pin yang dimiliki oleh nasabah karena user id dan password antara *Mobile Maslahah* dengan *ATM* berbeda, hal itu membuat kita memiliki beberapa lapis tingkat keamanan yang digunakan.

Peneliti: Bagaimana Strategi Pihak Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug Dalam Mengurangi Kasus Pencurian Data Nasabah?

Pak Ruly: Di kita ada divisi IT yang berasal dari kantor pusat kepada karyawan yang selanjutnya harus diinformasi kepada nasabah terkait himbauan dalam penggunaan *Mobile Maslahah* ini ataupun perangkat teknologi lainnya. Selain itu terdapat pula pada syarat dan ketentuan pembukaan layanan ini oleh karena itu harapannya nasabah dapat membaca secara sekilas atau penuh terkait segala risiko yang terjadi dalam penggunaan layanan *Mobile Maslahah*. Mungkin kalau bisa terjadi ada kelalaian dari nasabah itu sendiri misalnya nasabah mencatat *User ID* dan *Password* di *notes handphone* mereka sehingga mengakibatkan terjadi pencurian data nasabah dari pihak luar. Jika *handphone* nasabah mengalami hilang, kami juga menyediakan *call center* yaitu 1500727 dapat langsung di blokir *Mobile Maslahah* yang terdapat pada *handphone* mereka.

Peneliti: Apakah Dengan Adanya Layanan *Mobile Maslahah* Pada Bank Jawa Barat Banten Syariah Cabang Pembantu Ciledug Dapat Menarik Nasabah Lebih Banyak?

Pak Ruly: Dengan adanya layanan *Mobile Maslahah* harapannya dapat menjadi salah satu produk unggulan dari Bank BJB Syariah Cabang Pembantu Ciledug. Karena saat ini sudah era *digital banking* dimana nasabah tidak perlu datang ke bank hal itu membuat *traffic* nasabah mulai berkurang dalam berkunjung ke bank. Zaman sekarang pula yang tadinya nasabah ingin cek saldo dengan print buku tabungan dengan adanya layanan ini nasabah hanya lewat *handphone* mereka dapat mengetahui saldo mereka berapa dan transaksi apa saja yang telah mereka lakukan. Kemudian untuk fitur transfer yang zaman dahulu nasabah harus pergi ke *ATM* tetapi sekarang bisa melalui *handphone*. Hampir semua bank juga telah menerapkan layanan perbankan teknologi di era digitalisasi dalam produknya dengan harapan dapat membantu nasabah sesuai dengan kebutuhan mereka. Kami juga sudah ada *call center* yang dapat mengatasi segala keluhan atau problem terkait jaringan ataupun yang berkaitan dengan segala produk yang ada di Bank BJB Syariah. Dalam pertama kali pendaftaran layanan *Mobile Maslahah* nasabah hanya mendapatkan fitur cek saldo, pembelian dan pembayaran saja sedangkan untuk fitur transfer nasabah harus mendaftarkan *User ID* mereka kepada admin, hal ini merupakan upaya untuk menambah lapisan keamanan yang terdapat pada *Mobile Maslahah*.

LAMPIRAN 5

DOKUMENTASI

Keadaan Bank BJB Syariah KCP Ciledug



Foto Setelah Sesi Wawancara dan Pemberian Cenderamata Kepada Bapak Ruly Akmal Nugraha Dengan Jabatan *Supervisor Operasional*



LAMPIRAN 6

HASIL ANALISIS DATA

A. Observasi

Faktanya ditemukan bahwa strategi tersebut tidak dijalankan dengan baik oleh *Customer Service*, *Teller* ataupun *Security* yang tidak mensosialisasikan layanan tersebut kepada nasabah Bank BJB Syariah KCP Ciledug.

Pada saat nasabah melakukan transaksi seperti setor tunai, layanan gadai emas dan konsultasi dengan *customer service* hanya sebatas melakukan transaksi saja dan pada layar televisi yang berada di bagian *customer service* pun tidak ada sama sekali mengenai layanan produk *Mobile Maslahah* yang seharusnya dapat menjadi layanan yang paling di depankan dibandingkan dengan produk lainnya.

B. Wawancara

Dalam wawancara yang telah dilakukan pada Senin, 14 Januari 2019 bertempat di kantor layanan Bank BJB Syariah KCP Ciledug dengan mewancarai Bapak Ruly Akmal Nugraha dengan jabatan *Supervisor Operasional*. Dengan rincian point dari jawaban narasumber sebagai berikut:

1. Fitur Dalam *Mobile Maslahah*

Fitur di dalam *Mobile Maslahah* yang pertama itu ada pengecekan saldo kemudian ada fitur untuk transfer lalu ada fitur untuk pembelian misalnya untuk pembelian pulsa handphone selanjutnya yang terakhir ada fitur pembayaran misalnya untuk pembayaran telepon pasca bayar atau pembayaran listrik itu ada di dalam *Mobile Maslahah*.

2. Keunggulan Dalam *Mobile Maslahah*

Yang paling utama yaitu gratis, gratis disini yang dimaksud karena biasanya ada beberapa bank memberikan biaya dalam pendaftaran *Mobile Banking*-nya baik dalam bentuk *SMS* ataupun verifikasi sedangkan untuk *Mobile Maslahah* semuanya full gratis yang dapat dinikmati oleh nasabah.

3. Strategi Dan Penerapan *Mobile Maslahah* Kepada Nasabah

Pada prinsipnya setiap ada pembukaan rekening baru wajib untuk diinformasikan oleh *Customer Service*, biasanya kalau *Customer Service* terlewat maka bisa diinformasikan oleh *Teller* ataupun bagian *Marketing* juga. Harapannya untuk adanya *Mobile Maslahah* ini masyarakat lebih mudah untuk mengetahui misalnya posisi saldo tabungannya berapa atau untuk transfer transfer seperti itu. Selain itu dengan adanya *Mobile Maslahah* masyarakat tidak perlu juga untuk ke mesin *ATM* karena semua fitur yang ada di *ATM* kami pindahkan ke *Mobile Maslahah* diibaratkan masyarakat sudah mempunyai mesin *ATM*-nya sendiri yang terletak pada *handphone* masing-masing. Bahkan kita juga untuk merubah pin *ATM* pula tersedia di *Mobile Maslahah* milik kami.

4. Masalah Dalam Sosialisasi Dan Penerapan *Mobile Maslahah*

Secara teknologi yang ada di dalam *Mobile Maslahah* sudah tidak ada masalah akan tetapi dari masyarakat merasa masih ada yang belum membutuhkan, jadi berbeda dengan masyarakat yang istilahnya sudah *mobile*, jarang ke bank dan mempunyai aktivitas yang cukup banyak mereka sudah merasa terbantu dengan adanya *Mobile Maslahah*. Selain itu mungkin satu sisi *Mobile Maslahah* kami hanya dapat berjalan pada sistem *Android* dan *I-Phone* dengan hal tersebut belum dapat mensupport semua perangkat yang dimiliki oleh masyarakat. Kemudian untuk nasabah-nasabah biasanya di atas usia 45 tahun banyak mereka bahwa kemajuan teknologi merupakan hal yang ribet maka mereka lebih cenderung menginginkan *face to face* ke bank sehingga tingkat kepercayaan mereka sangat tinggi terkait uang mereka sedangkan untuk usia dibawah 40 tahun biasanya mereka merasa termudahkan dengan adanya *Mobile Maslahah*.

5. Dampak Penerapan Layanan *Mobile Maslahah*

Karena memang harapannya untuk seperti itu. Memang seperti yang saya katakan tadi bahwa yang cenderung ke bank untuk nasabah-nasabah biasanya di atas usia 45 tahun banyak mereka bahwa kemajuan teknologi merupakan hal yang ribet maka mereka lebih cenderung menginginkan *face to face* ke bank sehingga tingkat kepercayaan mereka sangat tinggi terkait uang mereka sedangkan untuk usia dibawah 40 tahun biasanya mereka merasa termudahkan dengan adanya *Mobile Maslahah*.

Dengan adanya layanan *Mobile Maslahah* harapannya dapat menjadi salah satu produk unggulan dari Bank BJB Syariah Cabang Pembantu Ciledug. Karena saat ini sudah era *digital banking* dimana nasabah tidak perlu datang ke bank hal itu membuat *traffic* nasabah mulai berkurang dalam berkunjung ke bank. Zaman sekarang pula yang tadinya nasabah ingin cek saldo dengan print buku tabungan dengan adanya layanan ini nasabah hanya lewat *handphone* mereka dapat mengetahui saldo mereka berapa dan transaksi apa saja yang telah mereka lakukan. Kemudian untuk fitur transfer yang zaman dahulu nasabah harus pergi ke *ATM* tetapi sekarang bisa melalui *handphone*. Hampir semua bank juga telah menerapkan layanan perbankan teknologi di era digitalisasi dalam produknya dengan harapan dapat membantu nasabah sesuai dengan kebutuhan mereka. Kami juga sudah ada *call center* yang dapat mengatasi segala keluhan atau problem terkait jaringan ataupun yang berkaitan dengan segala produk yang ada di Bank BJB Syariah. Dalam pertama kali pendaftaran layanan *Mobile Maslahah* nasabah hanya mendapatkan fitur cek saldo, pembelian dan pembayaran saja sedangkan untuk fitur transfer nasabah harus mendaftarkan *User ID* mereka kepada admin, hal ini merupakan upaya untuk menambah lapisan keamanan yang terdapat pada *Mobile Maslahah*.

6. Pendapat Pihak BJB Syariah KCP Ciledug Mengenai Kasus Pencurian Data Dan Strategi Dalam Hal Teknologi Layanan *Mobile Maslahah*

Secara perangkat teknologi insyaallah tidak akan tertembus oleh pihak luar karena sudah teruji, adapun kasus-kasus yang terjadi biasanya pada *ATM* dikarenakan nasabah memberikan berbagai informasi terkait pin-nya kepada pihak luar. Pihak bank sendiri bahkan tidak mengetahui pin yang dimiliki oleh nasabah karena user id dan password antara *Mobile Maslahah* dengan *ATM* berbeda, hal itu membuat kita memiliki beberapa lapis tingkat keamanan yang digunakan.

Ada divisi IT yang berasal dari kantor pusat kepada karyawan yang selanjutnya harus diinformasi kepada nasabah terkait himbauan dalam penggunaan *Mobile Maslahah* ini ataupun perangkat teknologi lainnya. Selain itu terdapat pula pada syarat dan ketentuan pembukaan layanan ini oleh karena itu harapannya nasabah dapat membaca secara sekilas atau penuh terkait segala risiko yang terjadi dalam penggunaan layanan *Mobile Maslahah*. Mungkin kalau bisa terjadi ada kelalaian dari nasabah itu sendiri misalnya nasabah mencatat *User ID* dan *Password* di *notes handphone* mereka sehingga mengakibatkan terjadi pencurian data nasabah dari pihak luar. Jika *handphone* nasabah mengalami hilang, kami juga menyediakan *call center* yaitu 1500727 dapat langsung di blokir *Mobile Maslahah* yang terdapat pada *handphone* mereka.

LAMPIRAN 7

SURAT PERMOHONAN

BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>
E-mail : faiumj@gmail.com: Kode Pos 15419

Nomor : 32 /F.6-UMJ/XII/2018

Jakarta, 28 Robiul Awal 1440 H

Lamp : 1 (satu) bundel

6 Desember 2018 M

Hal : *Bimbingan Skripsi Mahasiswa*

Yth.

Ibu Dina Febriani, S.E.,M.M.

Dosen Pembimbing Skripsi

Fakultas Agama Islam UMJ

di

tempat

Assalamu'alaikum W.W.

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Ibu untuk menjadi pembimbing penulisan skripsi bagi mahasiswa :

Nama : RIZKY ROMADHON
Nomor Pokok : 2015570046
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Jenjang : Strata Satu (S1)
Judul : *Penerapan E-Banking dalam Menarik Nasabah pada PT. Bank Jawa Barat Banten Tbk Cabang Ciledug, Tangerang.*

Bersama ini dilampirkan proposal penulisan skripsi yang masih bersifat sementara dan perlu penyempurnaan. Kami mengharapkan agar proses bimbingan dapat diselesaikan paling lama 6 (enam) bulan.

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wabillahittaufiq Walhidayah

Wassalamu'alaikum W.W.



Tembusan:

1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)
2. Yth. Ketua Program Studi MPS
3. Arsip

LAMPIRAN 8

SURAT PERMOHONAN

RISET/PENELITIAN



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan

Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>

E-mail : faiumj@gmail.com. Kode Pos 15419

Nomor : ¹²/F.6.I-UMJ/I/2019

Jakarta 27 Rabiul Akhir 1440 H

Hal : **Permohonan Riset/Penelitian**

4 Januari 2019 M

Kepada Yth.

Kepala PT. BJB Syariah Tbk, Cabang Pembantu Ciledug

Jl. Hos Cokro Aminoto No.38 A Karang Timur, Ciledug, Tangerang

di

tempat

Assalamu'alaikum W. W.

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu agar mahasiswa kami:


Nama : RIZKY ROMADHON
Nomor Pokok : 2015570046
Tempat Tgl/Lahir : Tangerang, 28 Januari 1997
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Jenjang : Strata Satu (SI)
No. HP : 081298573054

0

diperkenankan untuk melaksanakan riset/penelitian di tempat yang Bapak/Ibu pimpin. Penelitian/riset tersebut untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi yang berjudul:

"Penerapan Mobile Maslahah dalam menarik Minat Nasabah pada PT. Bank Jawa Barat Banten Syariah, Tbk Cabang Pembantu Ciledug, Kota Tangerang"

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami mengucapkan terimakasih.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan I,

Drs. Tajudin, M.A.

Tembusan:

1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)
2. Arsip

LAMPIRAN 9

SURAT KETERANGAN

PENELITIAN

SURAT KETERANGAN
NO. 008/S-SRG/CLD/2019

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ruly Akmal Nugraha
NIP : 13.86.0480
Jabatan : Supervisor Operasional KCP Ciledug

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Rizky Romadhon**
No. NIM : 2015570046
Fakultas / Prodi : Fakultas Agama Islam/ Manajemen Perbankan Syariah
Alamat : Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan

Adalah benar telah melakukan Riset untuk penyusunan Skripsi sejak tanggal 14 - 17 Januari 2019 di bank **bjb** syariah KCP Ciledug dengan judul "**Penerapan Mobile Masalah dalam menarik Minat Nasabah pada PT. Bank Jawa Barat Banten Syariah, Tbk Cabang Pembantu Ciledug, Kota Tangerang**".

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 17 Januari 2019

bank **bjb** syariah
KANTOR CABANG PEMBANTU CILEDUG



bank **bjb**
syariah
KCP CILEDUG

Ruly Akmal Nugraha
Supervisor Operasional

LAMPIRAN 10

LEMBAR KONSULTASI

PENULISAN SKRIPSI



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Kampus UMJ Jl. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telp. (021) 7441857, Fax. : (021) 74709269 Kode Pos 15419

LEMBAR KONSULTASI PENULISAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : RIZKY ROMADHON
No. Pokok : 2015570046
Judul Skripsi : Penerapan E-Banking dalam Menarik Nasabah pada PT. Bank Jawa Barat Banten Tbk Cabang Ciledug, Tangerang.
Pembimbing : Ibu Dina Febriani, S.E., M.M.
Tgl. Berakhir : 6 Desember 2018 s.d. 6 Juni 2019

No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
1.	12 Des 2018	Surat pengajuan penelitian Revisi BAB 1 - 3	Dipastikan objek penelitiannya perbaiki kata yang berbahasa Inggris	
2.	19 Des 2018	Revisi BAB 1 - 3	Pembuatan prosedur penelitian yang berupa wawancara, observasi dan kuesioner.	
3.	27 Des 2018	Acc BAB 1 - 3	Revisi prosedur penelitian yg berupa wawancara, observasi dan kuesioner	
4	7 Feb 2019	revisi bab 1-5	revisi cover, revisi bab 4 dan ditambahkan abstrak	
5.	14. feb 2019	Acc		
6.				

LAMPIRAN 11

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

PROFIL



Name : Rizky Romadhon

Place and Date of birth : Tangerang, 28 Januari 1997

Gender : Male

Marital Status : Single

Nationality : Indonesia

Address : Jl. Arum Dalu I Blok A5 No 5, Sarana Indah Permai,
Kedaung, Pamulang, Tangerang Selatan

Phone : 081298573054

Email : rizkyromadhonipa22 @gmail.com

EDUCATIONAL HISTORY

Elementary School : SDN PAMULANG INDAH (2003 – 2009)

Junior High School : MTsN TANGERANG II PAMULANG (2010 – 2013)

Senior High School : SMAN 6 TANGERANG SELATAN (2013 – 2015)

University : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA

PRODI MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH

(PROCESS)

EXPERIENCE ORGANIZATION

1. Menteri Luar Negeri Himpunan Mahasiswa Prodi Manajemen Perbankan Syariah Periode 2016-2017.
2. Kepala Bidang Kominfo Himpunan Mahasiswa Prodi Manajemen Perbankan Syariah Periode 2017-2018.
3. Ketua Menteri Kominfo Badan Eksekutif Mahasiswa FAI Periode 2018-2019.