

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin pesatnya pertumbuhan industri di Indonesia, dan ketatnya persaingan diantara perbankan di Indonesia, membuat perusahaan harus terus berinovasi dalam mengembangkan fitur-fitur layanan yang mereka berikan kepada nasabah. Untuk itu peningkatan kualitas produk jasa yang ditawarkan harus mampu memberikan solusi bagi permasalahan nasabah dengan beragam inovasi baru untuk setiap transaksi yang dilakukan nasabah. Sejumlah bank di Indonesia menurut Utami (2018), kini sedang berlomba untuk meluncurkan inovasi produk yang berlandaskan digitalisasi terkini, dan semua inovasi produk yang diluncurkan oleh perbankan dilakukan demi meningkatkan kesejahteraan nasabah yang nantinya akan berimbas pada peningkatan kepercayaan nasabah terhadap bank.

Dari sektor perbankan, Indonesia telah banyak mengalami perubahan yang signifikan selama 20 tahun terakhir. Regulasi beserta kemajuan teknologi merupakan faktor penting pendorong perubahan produk perbankan. Pada tahun 2000-an, bank mengubah cara melayani pelanggannya, jika sebelumnya bank mengembangkan layanan untuk nasabah dengan cara memperbanyak cabang tradisional untuk menjangkau lebih banyak nasabah, namun saat ini perkembangan layanan untuk nasabah dilakukan dengan memperkenalkan perbankan tanpa cabang (Kompasiana, 2018). Kecenderungan inovasi dunia perbankan saat ini semakin berkembang dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan masyarakat. Perbankan di

Indonesia mulai meluncurkan produk yang berbasis digitalisasi, diantaranya dengan diluncurkannya *electronic money*, *mobile banking*, dan juga *internet banking* yang merupakan salah satu bentuk inovasi produk untuk perbankan digital di Indonesia. Fasilitas tersebut diluncurkan untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi. Bank Indonesia selaku regulator perbankan di Indonesia membagi inovasi produk perbankan kedalam 4 (empat) kategori, yaitu perbankan internet (*internet banking*), layanan perbankan yang tidak membutuhkan internet yaitu *SMS banking*, layanan bank yang membantu nasabah untuk mendapatkan informasi perbankan dengan cara menghubungi nomor telepon tertentu dari bank (*phone banking*), serta *mobile banking*.

Penetapan layanan perbankan kepada pelanggan melalui perangkat seluler menurut Sharma dan konsal (2012), dapat didefinisikan sebagai *mobile banking*. Menurut Hoehle, dkk (2012), pengertian dari *mobile banking* merupakan salah satu bentuk perubahan strategis yang paling penting yang terjadi pada perbankan saat ini dan merupakan isu-isu yang sedang ramai dan hangat diperbincangkan dikalangan masyarakat, pelanggan berinteraksi dengan bank mereka hari ini melalui berbagai saluran seperti melalui ATM, perbankan internet, serta *mobile banking* yang dinilai sebagai metode atau cara yang paling efisien untuk melayani nasabah perbankan. Perubahan *interface* teknologi telah memungkinkan industri keuangan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggannya dengan solusi instan untuk masalah mereka yaitu melalui penggunaan teknologi perbankan.

Menurut Goyal (2012), pelanggan tidak harus mengunjungi ATM, bank atau cabang untuk memanfaatkan layanan bank, sehingga pelanggan dapat merasakan

kenyamanan, keamanan privasi, dan juga penghematan waktu dan upaya sehingga inovasi produk *mobile banking* mendorong penerapan dan penggunaannya oleh nasabah. Saat ini, industri keuangan menawarkan layanan saluran yang lebih luas kepada para pelanggannya, sehingga *mobile banking* memungkinkan pelanggan bertransaksi seperti transfer melalui rekening, melakukan pembayaran tagihan, atau melakukan transaksi saham serta kegiatan lainnya di situs aman yang ditawarkan oleh lembaga keuangan (Martins,2014), biasanya hal itu dapat diakses melalui perangkat laptop atau PC (Shaikh dan Karjaluoto, 2015).

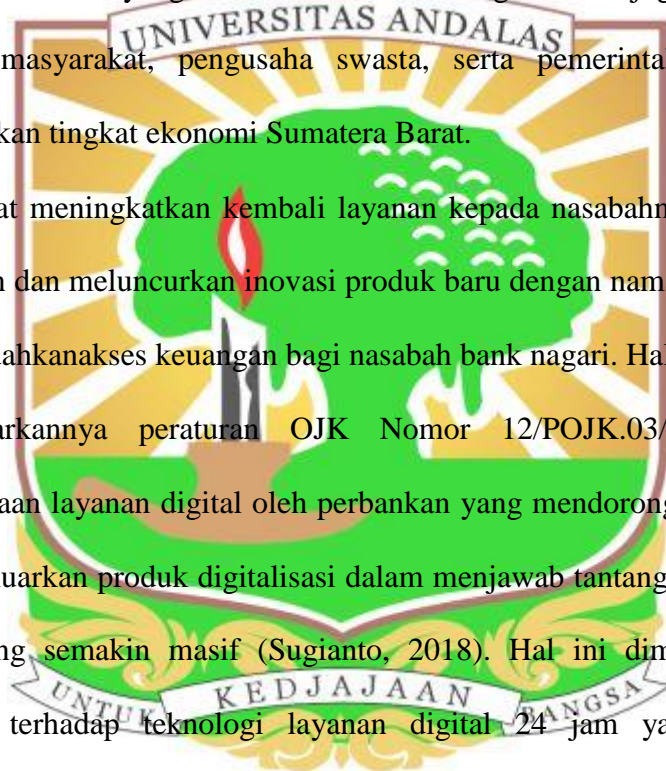
Mobile banking menurut Oliveira (2014), merupakan turunan dari aplikasi *mobile commerce* di mana lembaga keuangan memungkinkan pelanggan mereka untuk melakukan aktivitas perbankan melalui perangkat seluler. *Mobile banking* juga dapat diartikan sebagai aktivitas transaksi keuangan yang dapat dilakukan melalui perangkat seluler ataupun PC (Koksal, 2016). Pengguna *mobile banking* menurut Shaikh dan Karjaluoto (2015), dapat melakukan transaksi keuangan yang hampir sama dengan menggunakan perangkat seluler seperti ponsel atau tablet. *Mobile banking* dan *internet banking* menurut Thakur (2014), umumnya dianggap sebagai dua alternatif saluran bagi bank untuk memberikan produk dan layanan bagi pelanggan mereka. Menurut Sharma dan Govindaluru (2014), banyak bank mendorong pelanggan mereka untuk mengadopsi teknologi layanan yang bersifat mandiri ini, sehingga memungkinkan manfaat tambahan seperti penghematan biaya dan efektifitas waktu.

Untuk memenuhi kebutuhan nasabah di era digital serta mendorong pemanfaatan teknologi dalam melayani nasabah, Bank Nagari meluncurkan layanan

mobile banking yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertansaksi keuangan.

Bank Nagari diresmikan oleh pemerintah daerah pada 12 Maret tahun 1962 bernama “PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat” hingga akhirnya berganti nama menjadi Bank Nagari dengan tujuan agar lebih dikenal dan menggambarkan tatanan bentuk pemerintahan di Sumatera Barat (banknagari.co.id). Bank Nagari merupakan perbankan yang lahir didasari atas keinginan dan juga kesadaran dari para tokoh masyarakat, pengusaha swasta, serta pemerintahan yang ingin mensejahterakan tingkat ekonomi Sumatera Barat.

Agar dapat meningkatkan kembali layanan kepada nasabahnya, Bank Nagari mengeluarkan dan meluncurkan inovasi produk baru dengan nama *mobile banking* untuk memudahkan akses keuangan bagi nasabah bank nagari. Hal ini juga didasari oleh dikeluarkannya peraturan OJK Nomor 12/POJK.03/2018 mengenai penyelenggaraan layanan digital oleh perbankan yang mendorong para perbankan untuk mengeluarkan produk digitalisasi dalam menjawab tantangan perkembangan teknologi yang semakin masif (Sugianto, 2018). Hal ini dimaksudkan untuk membenahan terhadap teknologi layanan digital 24 jam yang memberikan kenyamanan dan keamanan bertransaksi bagi nasabah. Menurut Direktur Utama Bank Nagari, Dedy Ihsan (2018), menyebutkan bahwa layanan *mobile banking* ini akan menjawab kebutuhan masyarakat di era digital, serta memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi digital disertai dengan kemudahan, kenyamanan, dan keamanan bagi nasabahnya.



Menurut Direktur Keuangan Bank Nagari, Muhammad Irsyad (2018), beberapa inovasi produk yang berbasis teknologi sudah diluncurkan oleh Bank Nagari terkait dengan *Mobile Banking*, diantaranya yaitu *Nagari Cash Management*, *Nagari Money*, dan juga *Nagari Mobile Banking*. Layanan *Nagari Cash Management* bisa dimanfaatkan oleh nasabah untuk personal maupun *corporate* yang sudah bisa dinikmati nasabah sejak Mei 2018. Selain itu juga ada inovasi produk *Nagari Money*, yang mana transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan internet dengan fitur-fitur yang ditawarkan pun sesuai kebutuhan nasabah. Dan juga dengan adanya layanan *Nagari Mobile Banking* maka pelayanan digital Bank Nagari sudah setara dengan pelayanan digital bank-bank besar lainnya (Mubarak, 2018).

Direktur Keuangan Bank Nagari, Muhammad Irsyad (2018), juga menyebutkan terjadi peningkatan transaksi secara signifikan, yakni ada transaksi sebanyak 500.000 perharinya, pertumbuhan transaksi digital nasabah bank naik hingga 400% atau menjadi lima kali lipat setelah Bank Nagari memperkenalkan layanan digital mereka, dan layanan digital tersebut terdiri atas penyediaan uang elektronik *Nagari Money*, *Nagari Mobile Banking*, dan *Nagari Cash Management* (Faisal, 2018).

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang di atas, penulis menetapkan judul “Penerapan Inovasi Produk *Mobile Banking* Pada Bank Nagari Cabang Siteba”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada pemilihan judul dan juga informasi yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalahnya yaitu: Bagaimana penerapan inovasi produk *Mobile Banking* pada Bank Nagari Cabang Siteba?

1.3 Tujuan Magang

Tujuan yang diharapkan untuk dapat dicapai pada kegiatan magang ini melalui perumusan masalah diatas yaitu untuk mengetahui penerapan inovasi produk *Mobile*

Banking pada Bank Nagari Cabang Siteba.

1.4 Manfaat Magang

Manfaat magang yang didapatkan terdiri dari dua, yaitu manfaat teoritis dan juga manfaat praktis :

1. Manfaat Teoritis

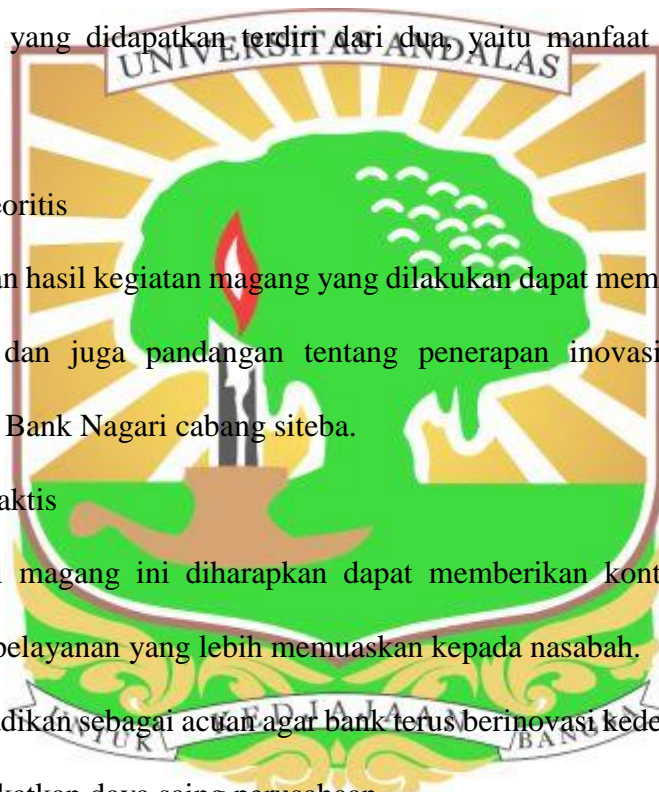
Diharapkan hasil kegiatan magang yang dilakukan dapat memperluas wawasan, pemahaman, dan juga pandangan tentang penerapan inovasi produk *Mobile Banking* pada Bank Nagari cabang siteba.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil dari magang ini diharapkan dapat memberikan kontribusi agar bank memberikan pelayanan yang lebih memuaskan kepada nasabah.
- b. Dapat dijadikan sebagai acuan agar bank terus berinovasi kedepannya, sehingga dapat meningkatkan daya saing perusahaan.
- c. Diharapkan dapat berkontribusi tentang pentingnya sebuah inovasi produk yang memberikan kemudahan sehingga menarik para nasabah untuk terus bertransaksi.

1.5 Metode Magang

Proses magang dilaksanakan pada Bank Nagari Cabang Siteba selama 40 hari kerja dengan metode observasi di lapangan yaitu metode mengumpulkan data dengan



mengamati langsung kegiatan dan permasalahan yang terjadi di lapangan. Proses dilakukan dengan cara mengamati, mencatat, merekam, mengukur dan menganalisis semua hal yang berada di lapangan. Dalam magang ini peneliti mengamati langsung kegiatan yang berhubungan langsung dengan inovasi produk Bank Nagari. Dengan melakukan metode observasi, mengamati langsung bagaimana Bank Nagari melakukan inovasi pada setiap produk dan juga layanan yang akan diberikan kepada nasabah. Mengamati perilaku dan juga masalah nasabah yang mendasari Bank Nagari melakukan inovasi terhadap produk dan layanan yang diberikan kepada nasabah.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk dapat lebih memahami, maka dibuatlah sistematika penulisan yang terdiri dari 5 (lima) bab, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

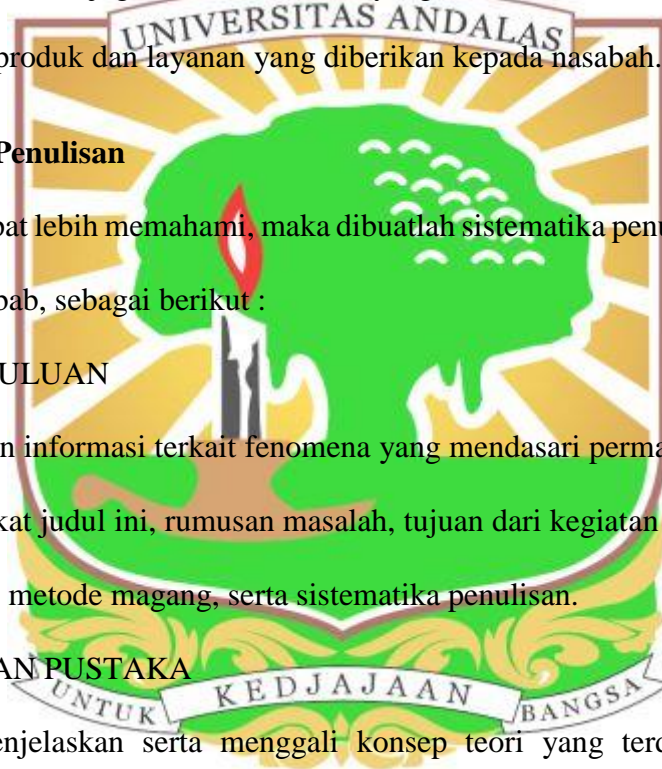
Menjelaskan informasi terkait fenomena yang mendasari permasalahan sehingga penulis mengangkat judul ini, rumusan masalah, tujuan dari kegiatan magang, manfaat kegiatan magang, metode magang, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Penulis menjelaskan serta menggali konsep teori yang terdiri dari definisi pengembangan produk baru, *electronic banking*, serta *mobile banking*.

BAB III GAMBARAN UMUM INSTITUSI

Menggambarkan bagaimana profil Bank Nagari Cabang Siteba, bentuk kegiatan apa saja yang dilakukan perusahaan, visi dan misi perusahaan, serta bagaimana sejarah berdirinya.



BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan uraian mengenai bagaimana penerapan inovasi produk *Mobile Banking* oleh Bank Nagari Cabang Siteba.

BAB V PENUTUP

Menarik kesimpulan dan juga memberikan saran kepada Bank Nagari Cabang Siteba agar berguna bagi perusahaan.

